

„See(k) you on ICQ“

Wie und warum Jugendliche
den Instant Messenger ICQ (I seek you) nutzen

Bachelorarbeit

zur Erlangung des Grades Bachelor of Arts (B.A.)
an der Philosophisch-Sozialwissenschaftlichen Fakultät der
Universität Augsburg

Betreuer:
Prof. Dr. Gabi Reinmann

Manuela Antosch

Haunstetter Str. 54a
86343 Königsbrunn

manuela-antosch@gmx.net
Matrikel-Nr. 896123

Augsburg, September 2008





„See(k) you on ICQ“

Wie und warum Jugendliche den Instant Messenger ICQ (I seek you) nutzen

Von Manuela Antosch

Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

A Einleitende Gedanken	Seite 4
-------------------------------------	---------

B Theoretischer Teil

1 Beschreibung des Mediums „Instant Messaging“	Seite 7
1.1 Instant Messaging	Seite 7
1.2 Der Instant Messenger ICQ	Seite 9
1.3 Merkmale der IM-Kommunikation	Seite 10
1.4 Vergleich mit anderen Medien	Seite 13
2 Das Jugendalter	Seite 14
2.1 Jugendbegriff	Seite 14
2.2 Entwicklungsaufgaben	Seite 15
2.3 Veränderungen im Jugendalter	Seite 17
2.4 Identität	Seite 19
2.5 Peers	Seite 25
2.6 Themeninteressen	Seite 29
3 Jugendliche und Medien	Seite 30
3.1 Bedeutung der Medien im Jugendalter	Seite 30
3.2 Mediennutzung	Seite 32
4 Motive der ICQ-Nutzung	Seite 40
4.1 Der Uses and Gratifications-Ansatz	Seite 40
4.2 Motive der Mediennutzung: Empirische Ergebnisse	Seite 45

C Empirischer Teil

1 Vorgehen: Elf problemzentrierte Interviews	Seite 54
1.1 Das problemzentrierte Interview	Seite 54
1.2 Gründe gegen eine Befragung via Instant Messenger	Seite 55
1.3 Durchführung der Interviews	Seite 56
1.4 Auswertung	Seite 57
2 Ergebnisse	Seite 58

2.1 Emotionale Funktionen.....	Seite 59
2.2 Kognitive Funktionen.....	Seite 61
2.3 Soziale Funktionen.....	Seite 63
2.4 Praktische Funktionen.....	Seite 65
3 Fazit	Seite 67
D Schlussbetrachtung.....	Seite 69
1 Vielfältige Motive für eine vielfältige Nutzung.....	Seite 69
2 ICQ und Instant Messenger: Fluch oder Segen für Jugendliche?	Seite 71
E Literaturverzeichnis	Seite 74
F Anhang.....	Seite 80
1 Interview-Einladung.....	Seite 80
2 Leitfaden.....	Seite 81
3 Kurzfragebogen.....	Seite 83
4 CD-Rom.....	Seite 84
G Glossar	Seite 85
Eidesstattliche Erklärung.....	Seite 86

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

- Titel** Bauer Media (2007, S. 9)
- Abb. 1** ICQ-Chatfenster. Bearbeiteter Screenshot. S. 8
- Abb. 2** ICQ-Logo. <http://www.icq.de>. S. 9
- Abb. 3** ICQ-Statusanzeigen. Screenshot. S. 9
- Abb. 4** Einschätzung der Bedeutsamkeit von Entwicklungsaufgaben Jugendlicher im Vergleich 1985 und 1997 (vgl. Oerter & Dreher, 2002, S. 272). S. 16
- Abb. 5** Funktionen der Medien im Jugendalter (vgl. Bauer Media, 2007, S. 24). S. 22
- Abb. 6** Bravo Faktor Jugend: „Du hast angegeben, dass du deine Freizeit am liebsten mit Freunden verbringst. Was tut ihr am liebsten?“ (vgl. Bauer Media, 2007, S. 17). S. 26
- Abb. 7** Themeninteressen von Jugendlichen (vgl. mpfs, 2007, S. 15). S. 29
- Abb. 8** Technische Kommunikation 2000 und 2006 (vgl. Cap Gemini, 2007, zit. nach Schulmeister, 2008, S. 57). S. 32
- Abb. 9** ARD/ZDF-Online-Studie: 14- bis 19-jährige Internetnutzer 1997 bis 2007 (vgl. van Eimeren & Frees, 2007, S. 364). S. 33
- Abb. 10** ARD/ZDF-Online-Studie: Nutzung von Instant Messaging in den Jahren 2006 und 2007 (vgl. Fisch & Gescheidle, 2006, S. 434; Gescheidle & Fisch, 2007, S. 397). S. 33
- Abb. 11** Geräteausstattung Jugendlicher (vgl. mpfs, 2007, S. 8-10). S. 34
- Abb. 12** Internet-Aktivitäten Jugendlicher (vgl. mpfs, 2007, S. 409). S. 35
- Abb. 13** Instant Messenger: Nutzungsfrequenz (vgl. mpfs, 2007, S. 53). S. 35
- Abb. 14** Nutzungsintensität nach Alter (vgl. Schneider et al., 2005, S. 70). S. 36
- Abb. 15** Anzahl der Kontakte auf der Freundesliste (vgl. Schneider et al., 2005, S. 87). S. 36
- Abb. 16** Befragung deutscher Internetnutzer von 14 bis 64 Jahre, Institut für Demoskopie Allensbach: Nutzen Sie Instant Messenger (ICQ, MSN, Skype, usw.)? Unterhalten Sie sich im Internet mit anderen Nutzern (Chatten)? (vgl. Statista 2008a-d). S. 37
- Abb. 17** Gruppendiskussion in der Bravo Faktor Jugend-Studie: „Welche Medienmarken sind euch ganz nah?“ (Bauer Media, 2007, S. 54). S. 40
- Abb. 18** Elemente des Uses and Gratifications-Ansatzes (vgl. Schenk, 2007, S. 686). S. 41
- Abb. 19** Erwartungs/Bewertungs-Modell gesuchter und erhaltener Gratifikationen (vgl. Palmgreen, 1984, S. 56). S. 42
- Abb. 20** Integratives Gratifikationsmodell der Massenmediennutzung (vgl. Palmgreen, 1984, S. 57). S. 43
- Abb. 21** „Wie oft nutzen Sie aus folgenden Gründen den Messenger, um mit anderen Menschen zu sprechen?“ (vgl. Schneider et al., 2005, S. 34-36). S. 47
- Abb. 22** „Ich nutze diesen Messenger bevorzugt, weil... (maximal drei Gründe angeben)“ (vgl. Schneider et al., 2005, S. 24, 25). S. 48
- Abb. 23** Ablauf des problemzentrierten Interviews (vgl. Mayring, 1990, S. 48). S. 55
- Abb. 24** Ergebnis meiner Auswertung: Funktionen jugendlicher ICQ-Nutzung. S. 67

Tabellenverzeichnis

- Tab. 1** Identitätstypen nach Marcia (vgl. Flammer, 2002, S. 161). S. 20
- Tab. 2** Eigenschaften meiner elf Befragten. S. 56
- Tab. 3** Ergebnisse: Für was nutzt du ICQ? S. 58

Einleitende Gedanken

Teil A

Wenn Simon (16) aus der Schule kommt und Mittag gegessen hat, schaltet er den Computer ein. Dann startet auch ICQ. Ein charakteristisches „ah-oh“ kündigt den ersten Freund an, der mit ihm chatten will. Jeden Tag sitzt Simon mehrere Stunden vor dem PC und chattet über ICQ - vor allem mit seinen Freunden, die nur wenige Straßen von ihm entfernt wohnen.¹

ICQ ist eine Software, mit der man sich über das Internet mit anderen via Textnachricht unterhalten, kleine Spiele spielen und Dateien versenden kann. ICQ zählt zur Kommunikationsform der Instant Messenger. 59 Prozent der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland finden, dass Instant Messaging (IM) die beste Kommunikationsform im Internet ist - weit abgeschlagen folgen Chat (19%) und E-Mail (18%). Fast drei Viertel der Jugendlichen nutzen IM täglich oder mehrmals pro Woche. Das hat die JIM-Studie 2007 ergeben. Der beliebteste Messenger unter den Jugendlichen ist ICQ, das von 88 Prozent der Nutzer verwendet wird. (vgl. mpfs, 2007, S. 53) Auch, dass 83 Prozent der ICQ-Nutzer zwischen 13 und 29 Jahren sind (vgl. Icq.com, 2008), zeigt, dass ICQ besonders bei Jüngeren beliebt ist. Dies sind die Gründe, warum ich mich in dieser Arbeit auf den Messenger ICQ konzentriere. ICQ steht für ‚I seek you‘ - ‚Ich suche dich‘. (vgl. Dachs, 2007, S. 36) Denn über das Programm kann man Freunde, die ebenfalls angemeldet sind, suchen - und sich anschließend mit ihnen im Netz unterhalten, ‚treffen‘, ‚sehen‘. Der Titel meiner Bachelor-Arbeit lautet deshalb

„See(k) you on ICQ“

Wie und warum Jugendliche den Instant Messenger ICQ (I seek you) nutzen

Der Untertitel weist auf die Intention meiner Arbeit hin, welche auf Fragen eingehen soll wie: Warum ist diese Art von Kommunikation unter Jugendlichen so beliebt? Warum unterhalten sie sich online, wenn sie nur ein paar Straßen voneinander entfernt wohnen und sich auch treffen könnten?² Ziel meiner Bachelor-Arbeit ist, dieses Phänomen zu beschreiben und Nutzungsmotive der Jugendlichen herauszufinden.

In der deutschsprachigen Forschung gibt es auf dem Gebiet des Instant Messagings noch nicht viele Arbeiten. Die JIM-Studie (mpfs, 2007) beispielsweise geht nur kurz darauf ein. Schneider, Sperling, Schell, Hemmer, Glauer und Silberhorn (2005) haben in ihrer Studie „eine erste Vermessung des Forschungsfeldes ‚Instant Messaging‘“ (S. 165) durchgeführt. Sie betonen aber auch, dass hier noch „viel Arbeit zu leisten ist“ (S. 165). Ich will in meiner Arbeit vor allem auf das Phänomen ‚Jugendliche und Instant Messaging‘ eingehen. Von allen Altersgruppen nutzen sie

¹ Simon (Name anonymisiert) wurde im Rahmen meiner Bachelor-Arbeit interviewt.

² Mehrere Studien bestätigen, dass Jugendliche via Instant Messenger vor allem mit Bekannten kommunizieren, die aus dem Freundeskreis, der Schulklasse, etc. stammen. (vgl. Kapitel 3.2)

Instant Messenger am intensivsten (vgl. Kapitel 3.2), doch auch die englischsprachige Literatur, die sich schon ausführlicher mit IM befasst, geht kaum explizit auf Jugendliche ein. So will ich mit meiner Arbeit diese Lücke schließen: Ich beschreibe die ICQ-Nutzung Jugendlicher vor dem Hintergrund ihrer Entwicklung und arbeite im empirischen Teil ihre Motive für das Instant Messaging heraus. Ausklammern werde ich in dieser Arbeit die Nutzung von Instant Messengern im Unternehmenskontext und alle technischen Dinge, die sich im Zusammenhang mit dem Programm ergeben.

Die Forschungsfragen meiner Arbeit lauten:

1. Wie nutzen Jugendliche ICQ?

- Wie hoch ist der Anteil der Jugendlichen, der Instant Messenger und ICQ nutzt?
- Wie häufig und wie lange nutzen sie IM?
- Welche Dienste nutzen sie am häufigsten?
- Wer sind ihre Gesprächspartner?
- Nutzen Jugendliche ICQ mit ihrer vollen Aufmerksamkeit oder als ‚Nebenbei-Medium‘?

2. Warum nutzen Jugendliche ICQ?

- Welche Rolle spielt dabei die Entwicklung im Jugendalter?
- Welche Gründe für die ICQ-Nutzung gibt es?
- In welche Kategorien lassen sich diese Gründe einteilen?

Um die *erste Forschungsfrage* zu beantworten, beschreibe ich im ersten Kapitel des Theoretischen Teils zunächst, was ein Instant Messenger ist und welche Besonderheiten er aufweist. Dazu soll auch ein kurzer Vergleich zu anderen Kommunikationsformen gezogen werden. Anschließend gehe ich im dritten Kapitel anhand verschiedener Studien auf die Mediennutzung Jugendlicher ein: Welche Rolle spielen Medien im Alltag von Jugendlichen? Wie oft und wofür nutzen Sie das Internet? Welche Rolle spielt dabei das Instant Messaging? Mit wem sprechen sie über IM?

Auch die *zweite Forschungsfrage* soll zunächst theoretisch angegangen werden. Als Hintergrundwissen zur Erforschung der Nutzungsmotive dienen mir die Entwicklung und Entwicklungsaufgaben in der Adoleszenz, welche im zweiten Kapitel dargestellt werden. Ich beschreibe, was in der Pubertät in körperlicher, psychischer und sozialer Hinsicht geschieht. Auf Identität und die Bedeutung der Peergruppe gehe ich näher ein. Thema dieses Abschnitts soll sein, ob ICQ zu der Bewältigung dieser Entwicklungsaufgaben beitragen kann. Denn die ICQ-Nutzung Jugendlicher wurde außer bei Stern (2007) - und dort nur für Mädchen - noch nie ausführlich in den Kontext der allgemeinen Entwicklung Jugendlicher gestellt.

Im vierten Kapitel stelle ich schließlich den Uses-and-Gratifications-Ansatz vor, der in der Sozialforschung bei der Untersuchung von Nutzungsmotiven von Rezipienten weit verbreitet ist. Dazu führe ich empirische Studien an, die sich bereits mit den Nutzungsmotiven von Instant Messengern beschäftigt haben. Davon gibt es allerdings noch recht wenige. Sie beschäftigen sich kaum explizit mit Jugendlichen und sind größtenteils quantitativ orientiert. Deshalb schließe ich hier meinen empirischen Teil an, der auf qualitative Weise das Thema neu beleuchten soll. Denn Vollbrecht (2006, S. 29) meint:

In den dürren Datenwüsten ist jedenfalls von der Faszination, von der beim Internet doch ständig die Rede ist, nichts mehr zu spüren. Es fehlen also dringend lebensweltnahe, qualitative Studien, in denen die symbolischen Bedeutungen und Sinnzuschreibungen der Jugendlichen in ihren medialen, also auch Internet-Praxen im Kontext ihres Alltagshandelns herausgearbeitet werden.

Ich hoffe, mit meiner Arbeit eine solche lebensweltnahe Studie zur ICQ-Nutzung Jugendlicher und einen guten Überblick über dieses Phänomen geben zu können. In elf Leitfaden-Interviews bin ich den ICQ-Nutzungsmotiven von Jugendlichen näher auf den Grund gegangen. Die von mir befragten Schüler sind zwischen 14 und 16 Jahren alt und nutzen mindestens einmal pro Woche ICQ. Aus den Daten habe ich emotionale, kognitive, soziale und praktische Funktionen der ICQ-Nutzung heraus gearbeitet. So gibt meine Arbeit erstmalig einen Überblick über die ICQ-Nutzungsmotive deutscher Jugendlicher. Die Resultate dieser Analyse sollen im Schlusskapitel mit den Ergebnissen aus der Literatur verglichen und auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten hingewiesen werden. Außerdem gehe ich hier auf Ansätze und Themen für zukünftige Forschung ein.

Wenn in dieser Arbeit von Nutzern, Befragten, Jugendlichen, etc. die Rede ist, sind damit natürlich immer sowohl die männlichen als auch die weiblichen Bezeichnungen gemeint. Wie allgemein üblich, steht in diesem Text die Abkürzung ‚IM‘ für Instant Messenger beziehungsweise Instant Messaging. Wichtige Begriffe werden im Glossar (Teil G) erklärt.

Theoretischer Teil

Teil B

1 Beschreibung des Mediums ‚Instant Messaging‘

1.1 Instant Messaging

ICQ gehört zu den Instant Messengern. Doch was ist Instant Messaging überhaupt?

Instant Messaging ist ein Kommunikationsmedium, das zur computervermittelten Kommunikation zählt (vgl. Schneider et al., 2005, S. 9):

IM is a near-synchronous computer-based one-on-one communication tool; a hybrid of email, chat rooms, pagers, telephones, voice mail, caller ID and bulletin boards with a multiparty ‚chat‘ model. (Chung & Soo Nam, 2007, S. 213)

Krotz (2003, S. 28, zit. nach Schneider et al., 2005, S. 17) definiert den Begriff Medium wie folgt:

Wir sprechen dann von Medien, wenn es sich um technisch-soziale Phänomene handelt, die kommunikativ genutzt werden und dafür geeignet sind, die Komplexität menschlicher Kommunikation zum Ausdruck zu bringen und der Interpretation des Menschen zugänglich zu machen.

Nach dieser Definition handelt es sich auch beim Instant Messaging um ein Medium: Es ist ein technisch-soziales Phänomen, das von den Nutzern zur Kommunikation verwendet wird. IM ist technisch, weil es bei Anbieter und Anwender auf Soft- und Hardware basiert, und ist sozial, weil die Nutzung erst durch die konstruierten zwischenmenschlichen Beziehungen bedeutungsvoll wird.

Eine Software, der so genannte Instant Messenger, ermöglicht den Zugang zur Kommunikationsform des Instant Messaging. Die Software stellt jedoch nur die Bedingung für das Instant Messaging dar, Knotenpunkte des Netzwerks sind die Nutzer. (vgl. Schneider et al., 2005, S. 15-18, 21) Das Grundinstrument, um beim IM Kontakte pflegen zu können, ist die sogenannte Freundesliste. Dort kann der Nutzer, ähnlich wie in einem Adressbuch, Daten (z.B. Telefonnummern) von anderen Nutzern aufnehmen. Meldet man sich bei einem IM-System an, erhält man eine eindeutige Identifizierungsnummer (UIN: Universal Internet Number). Tauscht man diese Nummer mit anderen Nutzern aus, kann man diese in seine Kontaktliste aufnehmen. Immer wenn man sich mit dem Programm im Internet anmeldet, fragt es bei einem Server ab, wer aus der Freundesliste ebenfalls online ist und zeigt diese ‚Buddies‘ dann in einem Fenster auf dem Bildschirm an. Auch andere Statusangaben wie ‚Abwesend‘ oder ‚Beschäftigt‘ sind möglich. Die Freunde kann man direkt in einem kleinen Fenster ansprechen. (vgl. Dachs & Siegele, 1998, S. 59; Döring, 2006, S. 55f; Herring, 2004, S. 30; Jacoby & Ernst, 2005, S. 216; Schneider et al., 2005, S. 27f) Abbildung 1 zeigt das ICQ-Chatfenster mit den wichtigsten Funktionen. Die Nachrichten werden nahezu in Echtzeit übertragen. Ist der Empfänger nicht mit dem Netzwerk verbunden, erhält der Sender eine Mitteilung, und die Nachricht wird in einer Warteschleife abgelegt. (vgl. Dachs & Siegele, 1998, S.59; Mohr, 2002, S. 11; Schneider et al., 2005, S. 25)

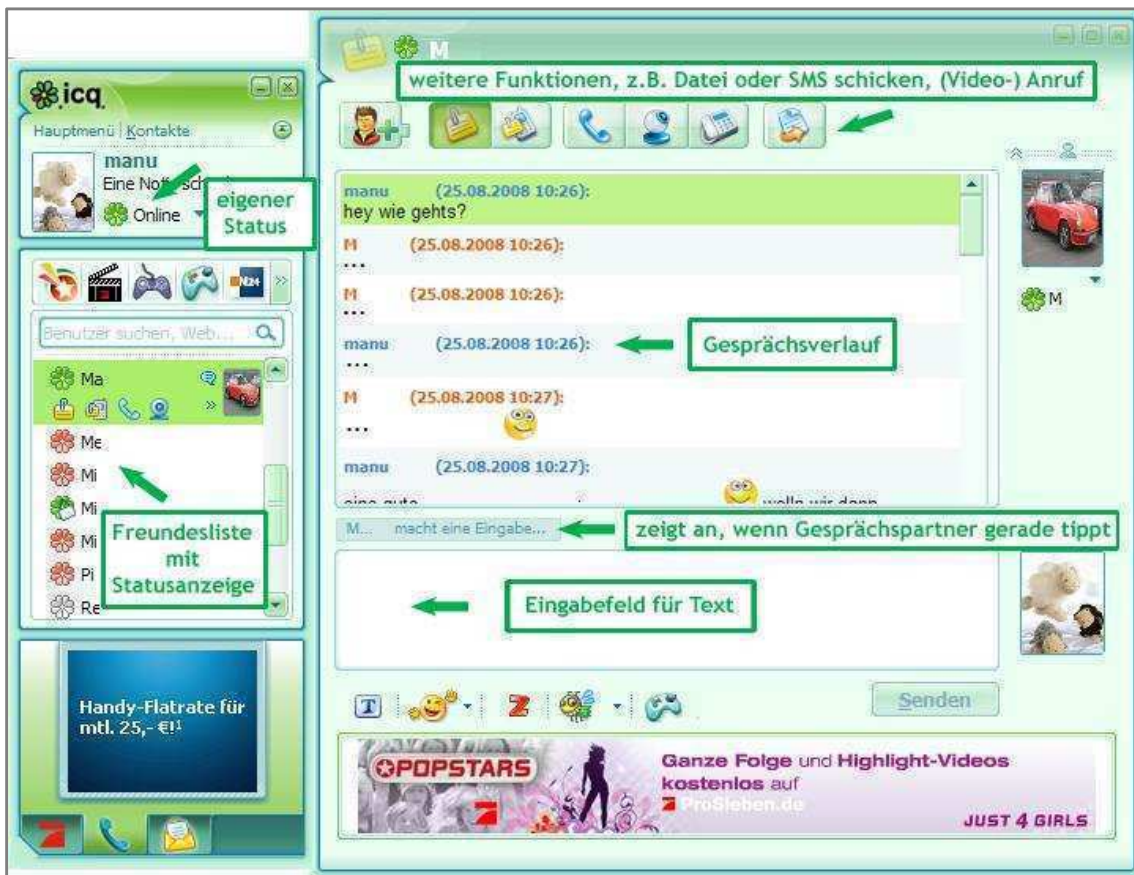


Abbildung 1: ICQ-Chatfenster. Bearbeiteter Screenshot.

Döring (2001, S. 145) zählt Instant Messaging zu den Chat-Funktionen. Im Gegensatz zu Chaträumen, wo sich viele Nutzer gleichzeitig in einem ‚Raum‘ unterhalten, ermöglicht IM mehrere one-to-one-Gespräche gleichzeitig. Außerdem ist der Zugang weniger anonym als beim IRC, da die Pseudonyme der Nutzer dauerhaft sind und somit bestimmten Teilnehmern leichter zugeordnet werden können. (vgl. Herring, 2004, S. 30; Vollbrecht, 2002, S. 52) Für Schneider et al. (2005, S. 55) ist IM „nicht Substitut, sondern tendenziell eher ein Komplement zum Chat“: Der Chat wird genutzt um neue Leute kennen zu lernen, über Instant Messaging werden die Kontakte dann vertieft und weitergeführt, denn: „Die Hemmschwelle zum Austausch von ‚Instant Messaging‘-Adressen scheint in der Phase des Beziehungsaufbaus dabei weit niedriger als die zum Austausch von E-Mail-Adressen und Telefonnummern.“ (ebenda) Chung und Soo Nam (2007, S. 213) nennen als Nachteile des Mediums, dass für die Nutzer ein großer Druck besteht, auf Nachrichten sofort zu antworten, dass die Programme anfällig für Viren und Spam sind und dass außerdem das Risiko besteht, dass man dem falschen Empfänger eine Nachricht schickt, weil man mit den vielen gleichzeitigen Konversationen überfordert ist.

Die bekanntesten Messenger kommen von ICQ, AOL, MSN, Yahoo und Skype, die alle einige Spezialfunktionen wie Spiele haben. Die Programme kann man sich von den Webseiten der Hersteller herunterladen, sie sind kostenlos. Die verschiedenen Programme sind jedoch nicht miteinander kompatibel. Programme wie ‚Trillian‘ ermöglichen jedoch die gleichzeitige Nutzung mehrerer Instant Messaging-Dienste. (vgl. Döring, 2006, S. 56; Jacoby & Ernst, 2005, S. 216; Schneider et al, 2005, S. 16)

1.2 Der Instant Messenger ICQ



Abbildung 2: ICQ-Logo.

ICQ wurde von der Software-Firma Mirabilis unter Yossi Vardi in Tel Aviv im Jahr 1996 entwickelt. Es wurde schnell populär. Bald entstanden ähnliche Programme von anderen Firmen, beispielsweise der MSN Messenger von Microsoft oder der AOL Instant Messenger (AIM). AOL kaufte 1998 den Konkurrenten Mirabilis mit ICQ für rund 400 Millionen US-Dollar. Schon im ersten halben Jahr hatten sich bei ICQ 850.000 Nutzer registriert, im Jahr 2000 waren es rund 65 Millionen. (vgl. Dachs, 2007, S. 36; Werben und Verkaufen, 2000, S. 128) Bei den aktuellen Nutzerzahlen gehen die Statistiken auseinander: Dachs (2007, S. 36) spricht von 400 Millionen Benutzern im Jahr 2007, Cheuk und Chan (2007, S. 108f) für das gleiche Jahr von 110 Millionen Nutzern weltweit, zu denen sich jede Sekunde ein weiterer registriert. Etwa die Hälfte der Nutzer soll auch wirklich aktiv sein. Zu nutzungsintensiven Zeiten sind bis zu einer halben Million Nutzer gleichzeitig online. (vgl. Leung, 2001, S. 484) 700 Millionen Nachrichten werden pro Tag hin- und hergeschickt (vgl. Icq.com, 2008).

ICQ hat einige besondere Funktionen: Der Freundesliste kann eine Selektionsfunktion zugeordnet werden. So können nur Kontakte, die in die Freundesliste aufgenommen wurden, den Nutzer anschreiben. Dieser kann sich so vor der Ansprache Fremder schützen. Selektion kann noch auf eine weitere Weise erfolgen: Die Ignore-Funktion erlaubt es, die Nachrichten von bestimmten Nutzern dauerhaft zu blockieren. Auch die Aufnahme in die Freundesliste anderer kann einer Auswahl unterliegen. Die Benutzer können hier einstellen, dass dafür ihre Bestätigung nötig ist. (vgl. Mohr, 2002, S. 14; Schneider et al., 2005, S. 28) Im Status ‚unsichtbar‘ kann man zwar die anderen Nutzer beobachten, man wird aber selbst als ‚offline‘ angezeigt. Die Statusanzeige hilft auch das Antwortverhalten des Gesprächspartners einzuschätzen: Der Status ‚abwesend‘ zeigt an, dass der Nutzer zwar da - also online - ist, sich aber gerade nicht am Rechner befindet. In der Praxis wird der ‚abwesend‘-Status allerdings auch dafür verwendet, Beschäftigung zu signalisieren oder eine verspätete Antwort im Vorhinein zu entschuldigen. Erfahrungen zeugen, dass mit der Nutzung von Instant Messengern eine relativ hohe Reaktionserwartung einhergeht. Der Status ‚nicht verfügbar‘ gibt dagegen an: ‚Ich bin wirklich nicht da‘ oder ‚Ich will meine Ruhe‘. In der Praxis wird darauf auch Rücksicht genommen. (vgl. Schneider et al., 2005, S. 89; Tipp, 2008, S. 178)



Abbildung 3: ICQ-Statusanzeigen (Auswahl). Screenshot.

Die Hauptaufgabe von Instant Messengern ist das Übermitteln von Textbotschaften zwischen den Gesprächspartnern. Mittlerweile haben die Programme jedoch noch viele Zusatzdienste erhalten. ICQ besitzt dabei von allen Messengern laut Mohr (2002, S. 13) den größten Funktionsumfang. Mit ICQ können E-Mails, Dateien oder SMS verschickt sowie Chatrooms, Video-Verbindungen mit Webcam oder Audio-Verbindungen mittels Internet-Telefonie eingerichtet werden. Außerdem gibt es auch mobile ICQ-Versionen für Handys und PDAs mit eingeschränktem Funktionsumfang. (vgl. Dachs & Siegele, 1998, S. 59; Döring, 2006, S. 56; Mohr, 2002, S. 12-15; Schneider et al., 2005, S. 15; Tipp, 2008, S. 179) Diese weiteren Funktionen sollen hier nur kurz er-

wähnt werden. Im Fokus dieser Arbeit soll die Hauptaufgabe des Programms, der Einzelchat, also die One-to-One-Kommunikation, stehen.

1.3 Merkmale der IM-Kommunikation

Die Eigenschaften der computervermittelten Kommunikation (CMC - computer mediated communication) sind:

- Textlich übermittelte Botschaften werden durch einen Computer enkodiert.
- Der Computer dient als verbindendes Element zwischen mindestens zwei Personen.
- Diese treten nicht in einer Face-to-Face-Gesprächssituation (ftf) in Beziehung.

In der CMC können beide Kommunikationspartner sowohl die Kommunikator- als auch die Rezipientenrolle übernehmen. Diese reziproke Kommunikation wird auch als Interaktion bezeichnet. Im Unterschied zur ftf-Kommunikation kann CMC sowohl synchron als auch asynchron erfolgen. (vgl. Fix, 2001, S. 39f) Die Kommunikation via Instant Messaging zählt zur computervermittelten Kommunikation. Tipp (2008, S. 181) schreibt ihr folgende Eigenschaften zu:

- zeitliche Struktur: Synchronizität
- erwartbare Reaktion: sofort
- kontrollierbare Reaktion: ja
- dialogische Kommunikation: ja
- vorwiegende Anzahl der Adressaten: one to one
- parallele Kommunikation: ja
- Äußerungsmodus: schriftlich
- Zeichen pro Zug: unbegrenzt
- inhaltliche Vollständigkeit pro Zug: jein

Im Folgenden sollen die wichtigsten Eigenschaften dargestellt werden.

Synchronizität

Wenn Nutzer über ICQ chatten, dann nehmen sie sich gegenseitig wahr und können unmittelbar aufeinander reagieren. Die Kommunikation kann nahezu in Echtzeit stattfinden. Durch diese Synchronizität und seine dialogische Struktur ähnelt das Chatten Telefon- oder face-to-face-Gesprächen. Verzögerungen können nicht nur technisch bedingt sein, sondern auch durch die Nutzer entstehen: wenn sie beispielsweise Text nur langsam eingeben, abgelenkt sind oder sich bewusst gegen ein schnelles Antworten entscheiden. (vgl. Fix, 2001, S. 40; Schneider et al., 2005, S. 19; Tipp, 2008, S. 179) Schneider et al. (2005, S. 19) betonen: „Entscheidend ist, dass die Kommunikation von den Nutzern als synchron empfunden werden kann, auch wenn Bestandteile der Kommunikation dies nicht sind.“

Schriftlichkeit

Computervermittelte Kommunikation, auch die via ICQ, ist immer anfällig für Missverständnisse. Da nur textlich kommuniziert wird, fehlen non- und paraverbale Signale wie Mimik, Gestik, Körperhaltung und Stimme, die bei der face-to-face-Kommunikation eine entscheidende Rolle spielen. (vgl. Fix, 2001, S. 41f; Tipp, 2008, S. 189) Kompensiert werden kann das durch Emoticons (zum Beispiel den bekannten Smiley :-)) , Akronyme wie lol (,laughing out loud‘), j/k (,just kidding‘) oder cu (,see you‘) sowie Aktions- (*lach*, *freu*) oder Soundwörter (*juchuu*). Mithilfe dieser

Zeichen kann man die Situation besser einschätzen, die Kommunikation wird weniger trocken und unpersönlich empfunden. Allerdings werden sie, im Gegensatz zu Mimik und Gestik, bewusst eingesetzt. Durch die Verwendung dieser Symbole kann man außerdem den anderen Chattern zeigen, dass man ein erfahrener Nutzer und kein Neuling ist. So kann man sich also von anderen Chatteilnehmern absetzen. (vgl. Döring, 2003, S. 162; Höflich & Gebhardt, 2001, S. 30-32; Schneider et al., 2005, S. 104, 108; Tapscott, 1998, S. 99; Vollbrecht, 2002, S. 55)

Die Bedeutung dieser Symbole darf man jedoch auch nicht überschätzen: Baron (2004) untersuchte die Instant-Messaging-Konversationen amerikanischer College-Studenten. Unter den 12.000 Wörtern waren nur 31 solcher Abkürzungen (z.B. bc = because, y? = why), also weniger als 0,4 Prozent, und nur rund 0,8 Prozent Akronyme - das häufigste darunter war lol, was zudem schon Eingang in die Alltagssprache von Jugendlichen (auch in Deutschland) gefunden hat. Für Baron war überraschend, wie wenige Emoticons in dem Text vorkamen: nur 49, davon 33 Mal der ‚Smiley‘. (vgl. Baron, 2004, S. 411, 413) Die Ergebnisse der qualitativen Interviews von Schneider et al. (2005, S. 103) zeigen dagegen, dass Smileys von allen Befragten als sehr wichtig für die IM-Kommunikation angesehen werden. Um die Kommunikationsgeschwindigkeit zu steigern, wird häufig auf Rechtschreibung, Zeichensetzung sowie Groß- und Kleinschreibung nicht viel Wert gelegt, die formulierten Sätze sind sehr kurz. Das Schreiben wird also insgesamt an die mündliche Sprechweise angenähert. (vgl. ebenda, S. 101f) So auch bei Lewis & Fabos (2005), die eine qualitative Untersuchung mit vier Mädchen und drei Jungen zwischen 14 und 17 Jahren in den USA durchgeführt haben. Um eine gesprächsähnliche Konversation herzustellen, benutzen die Jugendlichen Syntax, Wörter und deren Verwendung, wie sie eher in der gesprochenen Sprache vorkommen. Abkürzungen (z.B. ‚I‘ für ‚I am‘, ‚u‘ für ‚you‘) tragen zum schnellen, gesprächsähnlichen Austausch bei und helfen, das Gefühl des Gesprochenen durch Schreiben zu erreichen. (vgl. ebenda, S. 482f)

Mehrere Autoren sprechen bei IM-Unterhaltungen von einer Mischung aus gesprochener und geschriebener Sprache: „Die Schrift hat in virtueller Kommunikation weniger die Funktion der Archivierung als der synchronen Kommunikation und damit größere Nähe zum gesprochenen Wort.“ (Vollbrecht, 2002, S. 54) In der Linguistik wird das Chatten deshalb auch der Form ‚Gespräch‘ zugeordnet:

Der Äußerungsmodus des Instant Messaging erinnert daher eher an das Transkript eines Gesprächs, als an den Verlauf einer Brief- oder E-Mailkommunikation. Weder werden die Teilnehmer namentlich adressiert noch ergibt sich die inhaltliche Vollständigkeit pro Zug. Vielmehr finden sich Anzeichen für die ‚Sprache der Nähe‘: Die Chat-Kommunikation ist gekennzeichnet durch dialogisch konstituierte, offene Themenentwicklung sowie Emotionalität und Spontaneität. (Tipp, 2008, S. 189f)

Der Dialog wird von dem Programm automatisch aufgezeichnet, sodass der Nutzer ältere Nachrichten nachlesen sowie sich und andere zitieren kann. Die Archivierung kann außerdem helfen, das Gespräch nach einer Pause wieder aufzunehmen und nahtlos an die frühere Konversation anzuschließen. (vgl. Baron, 2004, S. 416; Tipp, 2008, S. 182f, 189f; Vollbrecht, 2002, S.54) Tipp (2008, S. 183) fasst zusammen:

Ich möchte das Chatten via ICQ als Kommunikationsform des *doing being present* [Hervorhebung i.O.] charakterisieren. Durch die Sichtbarkeit des Produktionsaktes entsteht eine ähnliche Verpflichtung zur Anwesenheit und Aufmerk-

samkeit wie in face-to-face-Situationen oder in Telefonaten. Durch das kleine Feld, das über den Schreibprozess des Gegenübers informiert, lässt sich bei ICQ - im Gegensatz zu den in der Linguistik untersuchten ICR- [sic] und Web-Chats [...] - die technische Sequenzierung nahezu ausgleichen: Der ‚Zuhörer‘ kann sich dafür entscheiden zu unterbrechen oder den anderen ausreden zu lassen. Das Konzept des *doing being present* bezieht sich also auf das Chatten als Hauptbeschäftigung, bei dem beide Teilnehmer gleichermaßen engagiert sind und sich ihre Redebeiträge unmittelbar und direkt auf die des Gegenübers beziehen.

Nebenbei-Medium

Viele Nutzer schauen regelmäßig in ihre Freundesliste, pflegen diese, zeigen Online-Präsenz und überprüfen den Online-Status der Freunde. Es handelt sich hierbei um eine passive Nutzung, da außer der Entscheidung am Netzwerk teilzunehmen und erreichbar zu sein keine aktive Handlung des Nutzers nötig ist. „Es gibt also eine Form von Kommunikation (als Botschaftsübermittlung, durchaus auch intentional) ohne dass dazu ein Gespräch stattfinden muss.“ (Schneider et al., 2005, S. 83) Bei 44,5 Prozent der Nutzer, vor allem den jüngeren, läuft der Instant Messenger während der gesamten Online-Zeit. Dies ist vor allem bei Nutzern der Fall, die Internet-Flatrates haben. (ebenda) Häufig werden neben dem Chatten via Instant Messenger auch noch andere Tätigkeiten ausgeführt:

Selbst während der aktiven Nutzung hat das jeweilige Gespräch anscheinend nur selten die ungeteilte Aufmerksamkeit der Kommunikationsteilnehmer. Neben allen beschriebenen Tätigkeiten werden auch parallele Konversationen im Instant Messaging geführt. [...] Nimmt man dies und die vorangegangenen Aspekte des Nutzungsverhaltens zusammen, lässt sich Instant Messaging als ein Low-Involvement-, bzw. Nebenbei-Medium charakterisieren. (ebenda, S. 84)

Das zeigt zum Beispiel Barons Studie (2004, S. 417), bei der Studenten durchschnittlich nur 21,6 Wörter pro Minute sandten. Durch Nebenbeschäftigungen oder die parallele Kommunikation mit mehreren Nutzern können lange Pausen zwischen den Beiträgen entstehen, die Unterhaltungen werden bruchstückhaft, wenig dialogisch und ähneln manchmal kaum mehr einem Gespräch. Durch die ‚Sichtbarkeit‘ der Freunde in der Kontaktliste können sich Situationen ergeben, die beispielsweise einer Begegnung mit einem flüchtigen Bekannten auf der Straße ähneln: Wird ein Bekannter, mit dem man schon häufiger gechattet hat, in der Kontaktliste als online angezeigt, besteht eine Art Zwang, die Anwesenheit als ‚registriert‘ zu kommunizieren, indem man kurze Grüße austauscht. (vgl. Schneider et al., 2005, S. 67f; Tipp, 2008, 189f)

Unaufdringlichkeit

Viele Nutzer empfinden IM als unaufdringlich. Als Ergebnis ihrer Gruppendiskussionen und qualitativen Interviews stellen Schneider et al. (2005, S. 101) fest, dass es nicht allen Nutzern wichtig ist, immer sofort eine Antwort zu bekommen. Manche sehen im Instant Messaging gerade auch den Vorteil, dass man nicht - wie etwa beim Telefon - gezwungen ist sofort zu antworten. (vgl. Nardi, Whittaker & Bradner, 2000, S. 5f; Schneider et al., 2005, S. 101)

Anonymität

Ein weiteres Kennzeichen der CMC ist die Anonymität. In diesem Zusammenhang wird die These von der Depersonalisation diskutiert, wonach CMC normverletzendes Verhalten und Enthemmungseffekte begünstigt, da sich der Einzelne durch die reduzier-

te soziale Kontrolle nicht persönlich für sein eigenes Handeln verantworten muss. Außerdem kann man die eigene Selbstdarstellung im Internet besser steuern, weil die Gesprächspartner ja nur das voneinander wissen, was sie sich gegenseitig mitteilen. Aussehen und Verhalten werden bei wirklichen Treffen automatisch in eine Bewertung mit einbezogen, bei der CMC fehlt dieser Aspekt jedoch. Dies trifft jedoch vor allem für den Chat zu, bei dem sich zwei Fremde begegnen. In der Kommunikation von zwei einander bekannten Personen, wie dies größtenteils beim Instant Messaging der Fall ist (vgl. Kapitel 3.2), stellt sich dieses Problem nicht. So fallen hier auch die intensiv in der Forschung behandelten Themen ‚Wechsel von Identitäten‘ (z.B. Geschlecht) und ‚Täuschung des Gegenübers‘ weg. (vgl. Döring, 2003, S. 155; Fix, 2001, S. 42; Höflich & Gebhardt, 2001, S. 29; Vollbrecht, 2002, S. 57) Doch auch beim Instant Messaging hat die Kommunikation via Computer Auswirkungen: „Die Kommunikation im Verborgenen [...] führt dazu, dass die Kommunikation direkter und intimer und in dem Sinne ungehemmter wird.“ (Schneider et al., 2005, S. 99) Die Hemmschwelle jemanden anzusprechen sinkt, die Konversationen sind „lockerer und zwangloser“ (ebenda, S. 109).

1.4 Vergleich mit anderen Kommunikationsformen

Im Folgenden soll Instant Messaging mit Face-to-Face- und Telefon-Gespräch, E-Mail und SMS verglichen werden.

Face-to-Face-Gespräch

Neben der Schriftlichkeit und der Zwischenschaltung des Computers unterscheidet sich die IM-Kommunikation außerdem von Face-to-Face, weil die Formulierung der Botschaft getrennt ist von deren willentlicher Übertragung. Diese zeitliche Differenz hat unterschiedliche Auswirkungen (vgl. Schneider et al., 2005, S. 26f):

1. Es kann zum ‚threading‘ kommen, wenn ein Nutzer die Antwort auf eine Nachricht des anderen schreibt, während dieser bereits etwas Neues schreibt. Mehrere Themen und Aussagen werden dann gleichzeitig bearbeitet. Die Gesprächsinhalte folgen nicht mehr aufeinander, sondern werden parallel behandelt oder vermischen sich.
2. Durch die Zeitverzögerung kann der Kommunikator seine Nachrichten überdenken, umformulieren oder löschen. Bei einigen Messengern, darunter auch ICQ, wird angezeigt, wenn der Gesprächspartner gerade eine Nachricht tippt, die Formulierung selbst kann man aber nicht nachvollziehen.
3. Durch diesen besonderen Entstehungsprozess verändert sich auch das Verhältnis des Nutzers zu seiner Botschaft. Auch wenn die schnelle Kommunikation Ähnlichkeit mit einem Gespräch hat, so kann der Nutzer seine Aussagen vor dem Versand lesen und reflektieren. „Der Prozess der inneren, gedanklichen Interaktion erfolgt also auf schriftliche Weise in einem nahezu synchronen Medium, ohne dass der andere Nutzer dies wahrnimmt.“ (ebenda, S. 27) Liest der Nutzer vergangene Gespräche im Archiv nach, kann er sein Verhalten außerdem von einer Außensicht betrachten.

SMS

Gegenüber dem Telefon hat die SMS die Vorteile, dass die Kommunikation im Verborgenen stattfindet und wenig aufdringlich ist. Auch das Instant Messaging hat diese Eigenschaften und ist zudem günstiger, einfach in der Texteingabe und ermöglicht mehr Reziprozität. Für Schneider et al. (2005, S. 56) kann IM die Funktionen von SMS

übernehmen. Durch ihren Mobilitäts-Vorteil wird SMS dort genutzt, wo Instant Messaging nicht verfügbar ist.

E-Mail

E-Mail wird im Vergleich zum IM weniger zur Unterhaltung und Beziehungspflege genutzt, sondern eher zu instrumentellen und formellen Zwecken. Die E-Mail ist weitaus reflektierter als eine Instant Message, durch ihre Asynchronität kann man auch längere Texte schreiben. Dadurch wird sie als bedeutungsvoller wahrgenommen. Weil die Nachricht direkt auf dem Bildschirm erscheint, wird Instant Messaging dagegen eher für dringende Fragen genutzt. (vgl. ebenda, S. 57f)

Telefon

Als Vorteile des Instant Messagings gegenüber dem Telefonieren werden die geringeren Kosten, die geringere Aufdringlichkeit und die Anonymität genannt sowie die Möglichkeit auch parallele Tätigkeiten ausführen zu können. Die Erhebung von Schneider et al. (2005, S. 62f) ergab zudem für das Instant Messaging eine viel höhere Unterhaltungsfunktion. Telefonieren verliert damit aber nicht an Bedeutung, es wird sogar bedeutungsvoller: Für unproblematische und unkomplizierte Aufgaben, für das ungezwungene Gespräch wird nach Ergebnissen der Studie das Instant Messaging bevorzugt, greift man dennoch zum Telefon, bekommt der Anruf damit eine besondere Bedeutung, es geht dann um wichtige, komplexe oder persönliche Themen. In den qualitativen Interviews von Schneider et al. (2005, S. 60f) wird dem Telefon eine größere soziale Nähe zugesprochen. Nardi et al. (2000, S. 5f) und Isaacs, Walendowski, Whittaker, Schiano und Kamm (2002, S. 1f) kommen in ihren Studien zu den gleichen Ergebnissen.

Schneider et al. (2005, S. 64) sind der Meinung, dass das Instant Messaging andere Medien nicht verdrängen wird. Es übernehme zwar einzelne Funktionen, die vorher E-Mails (Datentransfer, Linkaustausch, etc.), SMS (Verabredungen treffen, Rückversicherung, etc.) oder Telefon (Rückversicherung, kurze Absprachen, etc.) erfüllt haben. Darüber hinaus finden im IM jedoch viele Gespräche statt, die ohne es gar nicht geführt worden wären. Instant Messaging erhöhe also insgesamt die kommunikative Tätigkeit.

2 Das Jugendalter

„Jugendliche nutzen Medien vor allem vor dem Hintergrund ihrer eigenen Entwicklung.“ (Barthelmes & Sander, 2001, S. 30). Um die Motive ihrer Mediennutzung besser verstehen zu können, soll nun zunächst ein Blick auf die Entwicklung und Veränderungen sowie vorherrschende Themen der Jugendzeit geworfen werden. Ein besonderer Blick gilt der Bedeutung der Peergroup und der Entwicklung der Identität.

2.1 Jugendbegriff

Die Lebensphase, um die es in diesem Kapitel gehen soll, wird unterschiedlich bezeichnet: In der Soziologie werden nach Alter sortierte Gruppen unterschieden. Die **Jugendphase** ist „der Lebensabschnitt [...], in dessen Verlauf schrittweise der Über-

gang von der unselbstständigen Kindheit in die selbstständige Erwachsenenrolle vollzogen wird.“ (Hurrelmann, 2005, S. 31) In der Psychologie geht es unter dem Begriff **Adoleszenz** um „die Gesamtheit der psychosozialen Entwicklungsprozesse und Entwicklungsbedingungen zwischen den Lebensphasen Kindheit und Erwachsensein“ (Zimmermann, 2006, S. 157) Der Begriff **Pubertät** bezeichnet die biologischen Veränderungen. (vgl. Fend, 2005, S. 22f) Die Adoleszenz ist eine Art Zwischenstatus: Verhaltensformen und Privilegien der Kindheit müssen aufgegeben und dafür Kompetenzen und Merkmale des Erwachsenen erworben werden. Beginn und Ende variieren kulturell und historisch. (vgl. Dinter, 2007, S. 80; Gudjons, 2006, S. 125f; Oerter & Dreher, 2002, S. 258) Mit dem Eintreten der Geschlechtsreife (Pubertät) beginnt das Jugendalter. Die Adoleszenz dauert etwa ein Jahrzehnt und lässt sich nach Oerter und Dreher (2002, S. 259) in drei Phasen unterteilen:

- **frühe Adoleszenz:** 11 bis 14 Jahre
- **mittlere Adoleszenz:** 15 bis 17 Jahre
- **späte Adoleszenz:** 18 bis 21 Jahre

Der Übergang vom Jugend- ins Erwachsenenalter ist nicht so eindeutig wie der von Kindheit zu Jugend. Es ist erreicht, wenn der junge Mensch in der Gesellschaft seine Berufs-, Konsumenten-, Partner- und Familienrolle sowie die als politischer Bürger mit eigener Wertorientierung erfüllen kann. (vgl. Hurrelmann, 2005, S. 29, 34f; Oerter & Dreher, 2002, S. 259; Zimmermann, 2006, S. 156f)

2.2 Entwicklungsaufgaben

Der Begriff ‚Entwicklungsaufgabe‘ steht in der Entwicklungspsychologie für die „Umsetzung von körperlichen, psychischen, sozialen und ökologischen Anforderungen in den einzelnen Lebensphasen in individuelle Verhaltensprogramme“ (Hurrelmann, 2005, S. 26f). Die von Robert James Havighurst 1972 formulierten Entwicklungsaufgaben sind inzwischen zur Grundlage der Jugendforschung geworden. Es sind dies (vgl. Baacke, 2005, S. 62; Gudjons, 2006, S. 127f):

- Akzeptieren der eigenen körperlichen Erscheinung und positives Verhältnis zum eigenen Körper
- Erwerb der männlichen bzw. weiblichen Rolle
- Erwerb neuer und reiferer Beziehungen zu Altersgenossen beiderlei Geschlechts
- Gewinnung emotionaler Unabhängigkeit von den Eltern und anderen Erwachsenen
- Vorbereitung auf die berufliche Welt
- Vorbereitung auf Heirat und Familienleben
- Entwicklung eines sozial verantwortungsvollen Verhaltens
- Aufbau eines Wertesystems und eines ethischen Bewusstseins als Richtschnur für das eigene Verhalten

Dass diese Themen im Jugendalter tatsächlich im Mittelpunkt stehen, konnte mit zahlreichen empirischen Ergebnissen nachgewiesen werden. Die Bearbeitung der Entwicklungsaufgaben findet in mehreren Etappen statt und verläuft bei jedem unterschiedlich schnell. (vgl. Zimmermann, 2006, S. 167) Dreher und Dreher (1985 und 1997, zit. nach Oerter & Dreher, 2002, S. 270-273) haben in verschiedenen Studien untersucht, welche Bedeutung die Entwicklungsaufgaben für die heutigen Jugendlichen haben und sie etwas umformuliert und aktualisiert:

- **Peergruppe:** einen Freundeskreis, das heißt neue und tiefere Beziehungen zu männlichen und weiblichen Altersgenossen aufbauen.
- **Körper:** die Veränderungen im Körper und beim Aussehen akzeptieren.
- **Rolle:** Verhalten lernen, das zur gesellschaftlichen Rolle eines Mannes/einer Frau gehört.
- **Beziehung:** eine engere Beziehung zu einem Freund/einer Freundin haben.
- **Ablösung:** von den Eltern unabhängig werden.
- **Beruf:** sich überlegen, was man werden will, über Ausbildung und Beruf Gedanken machen.
- **Partnerschaft/Familie:** Vorstellungen über eine eigene Familie und Partnerschaft entwickeln.
- **Selbst:** sich kennen lernen und auch wissen, wie die anderen einen sehen.
- **Werte:** sich klar werden, welche Werte man vertritt und an welchen Prinzipien man sein Handeln ausrichten will.
- **Zukunft:** das eigene Leben planen und Ziele verfolgen.

In den 80er und in den 90er Jahren haben Dreher und Dreher verschiedene Studien durchgeführt. Dabei zeigt sich, dass es im Alters- und auch im Zeitvergleich sowohl Entwicklungsaufgaben gibt, die eine konstante Bedeutsamkeit haben, als auch solche, die von den Jugendlichen unterschiedlich bewertet werden (vgl. Abbildung 4).

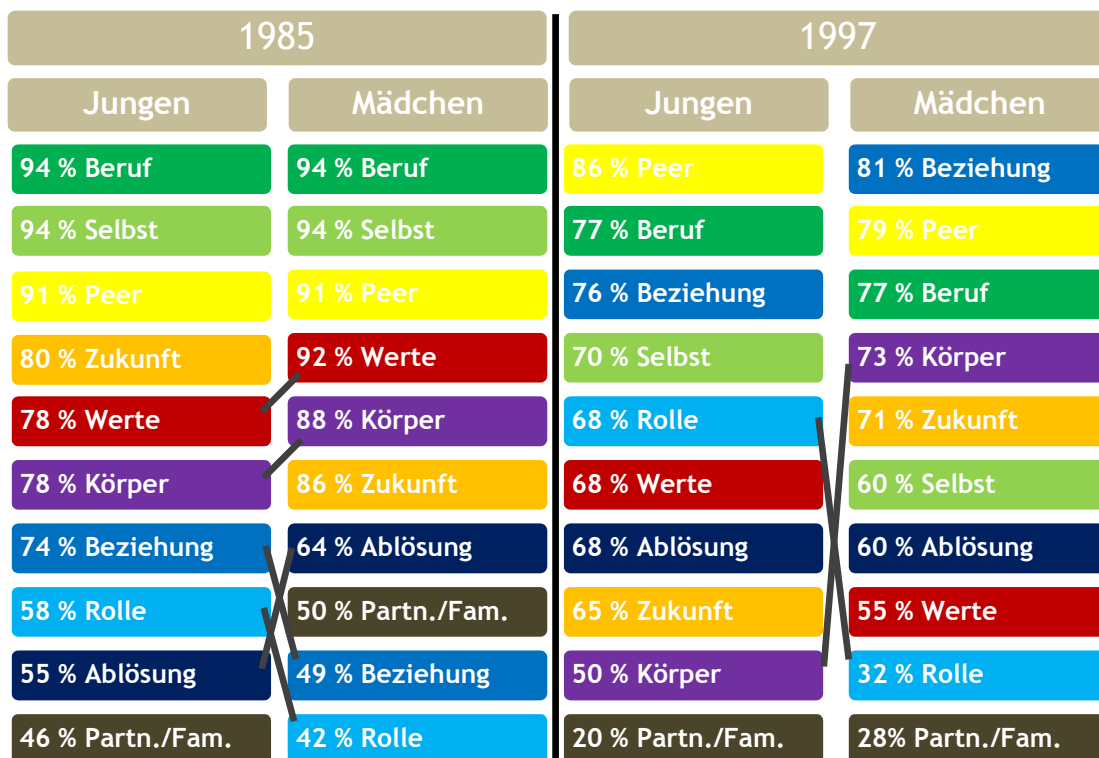


Abbildung 4: Einschätzung der Bedeutsamkeit von Entwicklungsaufgaben Jugendlicher im Vergleich 1985 und 1997. Die Prozentangaben beziehen sich auf die Zustimmung zu den Kategorien ‚wichtig‘ und ‚sehr wichtig‘. Die Verbindungslinien geben signifikante Unterschiede an. (vgl. Oerter & Dreher, 2002, S. 272)

Die Entwicklungsaufgaben ‚Beruf‘ und ‚Peergruppe‘ sind immer in der Spitzengruppe der Bedeutsamkeit vertreten. Die Aufgabe ‚Beziehung‘ dagegen zählte 1997 zur Spitzengruppe, 1985 nahm sie nur hintere Ränge ein. Die Thematik ‚Partnerschaft und Familie‘ hatte zwar auch schon in den 80ern keine sehr große Rolle gespielt, doch 1997 fanden noch weniger Jugendliche diese Aufgabe bedeutend. Für Jungen ist die-

se Aufgabe dabei noch weniger wichtig als für Mädchen. Über die Jahre hinweg hat für Mädchen die Akzeptanz des Körpers eine höhere Bedeutung als für die jungen Männer, für Jungen ist dagegen die Aneignung der geschlechtsspezifischen Rolle bedeutender als bei Mädchen. Außerdem ist besonders bei den weiblichen Befragten ein deutlicher Abfall der Bedeutung von ‚Werten‘ auffallend.

Baacke (2005, S. 63) betont, dass die von Havighurst formulierten Entwicklungsaufgaben für die heutige Zeit nicht vollständig und von den Jugendlichen selbst zu formulieren sind. Er führt an, dass Jugendlichen auch der Schutz der Umwelt, die Unterstützung von Friedensinitiativen und die Selbstbestimmung wichtig sind. Außerdem gebe es noch zusätzliche institutionengebundene Entwicklungsaufgaben, die beispielsweise die Schule stellt. Er führt dazu jedoch keine empirischen Belege an.

2.3 Veränderungen im Jugendalter

Körperliche Entwicklung

Im Jugendalter geschehen bemerkenswerte körperliche Veränderungen, die auch Auswirkungen auf die Gesamtentwicklung haben. Mit 16 bis 19 Jahren erreicht der Jugendliche seine endgültige Körpergröße, wobei das Größenwachstum bei Mädchen durchschnittlich zwei Jahre früher beendet ist als bei Jungen. Nach einem recht kontinuierlichen Wachstum in der Kindheit gibt es bei beiden Geschlechtern im Jugendalter einen großen Wachstumsschub, bei Jungen etwa mit 14/15 Jahren, bei Mädchen etwa zwei Jahre früher, bei dem Jungen bis zu zehn Zentimeter pro Jahr wachsen. Die einzelnen Körperteile wachsen jedoch nicht alle gleich schnell, was die Harmonie der Gesamterscheinung durcheinander bringt: Hände und Füße erreichen als erstes den Erwachsenenstatus, auch Beine und Arme wachsen vor dem Rumpf. Das zeigt sich in vorübergehend schlaksigen und ungelinkten Bewegungen. Solche einschneidenden körperlichen Veränderungen wie beispielsweise auch Akne können zudem Auswirkungen auf die emotionale und motivationale Verfassung haben. (vgl. Fend, 2005, S. 103f; Flammer, 2002, S. 72f; Gudjons, 2006, S. 127; Hurrelmann, 2005, S. 26; Oerter & Dreher, 2002, S. 276)

Die wichtigste Veränderung in der körperlichen Entwicklung der Jugendlichen liegt im Bereich der Geschlechtsreife, die durch eine beachtliche hormonelle Umstellung verursacht wird. Bei Mädchen findet, korrespondierend zum Längenwachstum, auch die Entwicklung der primären und sekundären Geschlechtsmerkmale rund zwei Jahre früher statt: etwa im Alter von zehn bis 16 Jahren. Auch die Geschlechtsreife kann Auswirkungen auf die psychische Entwicklung der Jugendlichen haben. Bedeutende Ereignisse sind dabei zum Beispiel der Beginn der Menstruation (Menarche) bei den Mädchen und die erste Ejakulation (Ejakularche) bei Jungen. (vgl. Oerter & Dreher, 2002, S. 277f) Sexuelle Erfahrungen werden heutzutage immer früher gemacht: Während 1983 nur 44 Prozent der 17-jährigen Mädchen und 33 Prozent der gleichaltrigen Jungen angaben Koituserfahrungen zu haben, waren es 1994 92 Prozent der weiblichen und 79 Prozent der männlichen 17-Jährigen. Jugendliche betonen aber auch Werte wie Bindung, Verlässlichkeit und Treue für eine feste Partnerschaft, Liebe und Intimität spielen eine große Rolle. (vgl. ebenda, S. 285-287)

Das Jugendalter ist die Zeit, in der sich Gleichaltrige in körperlicher, kognitiver, emotionaler und sozialer Entwicklung am deutlichsten voneinander unterscheiden. Der Pubertätseintritt kann um bis zu fünf Jahre schwanken. Der Zeitpunkt, wann die

Pubertät beginnt, scheint nicht vollständig festgelegt zu sein: Reichhaltige Ernährung beschleunigt den Termin, massive sportliche Aktivität, chronische Krankheiten und Stress zögern ihn hinaus. Wie schnell sich ein Jugendlicher entwickelt, hat auch Auswirkungen auf sein Verhalten: Spätreife Jugendliche erweisen sich als unausgeglichener und unzufriedener, sind weniger selbstsicher und verantwortungsbewusst. Frühreife dagegen sind einem größeren Risiko für Drogenkonsum und Devianz ausgesetzt, da sie aufgrund ihres Aussehens leichter Anschluss an ältere Peergruppen suchen und finden. (vgl. Flammer, 2002, S. 76; Oerter & Dreher, 2002, S. 281f)

Die Pubertät wird von Jugendlichen unterschiedlich erlebt: Das hängt auch davon ab, wie informiert der Jugendliche über die Veränderungen ist und ob die Eltern dazu positiv stehen. Die Einen sind auf die erwachsen werdenden Körperformen stolz, die anderen beobachten die Veränderungen misstrauisch und ängstlich, und wieder andere machen sich darüber wenig Gedanken. Starken Einfluss darauf haben Reaktionen der Umwelt und Schönheitsnormen. So sind viele Jungen mit ihrem Aussehen zufrieden oder möchten noch größer und kräftiger sein, Mädchen dagegen sind oft unzufrieden und wollen schlanker sein. Sie haben viel häufiger ein negatives Körperbild als die männlichen Jugendlichen. Aus vielen Quellen erfahren sie, wie sie idealerweise aussehen sollen, sie machen sich Gedanken um ihre Attraktivität und befassen sich mit den ersten Gefühlen der Verliebtheit. (vgl. Flammer, 2002, S. 80, 150f; Oerter & Dreher, 2002, S. 282f)

Kognitive Entwicklung

In der Adoleszenz gibt es nicht nur körperliche, sondern auch kognitive Veränderungen. Das Gehirn erreicht das Endstadium seiner Reifung, das Gedächtnis deshalb den Höhepunkt seiner Leistungsfähigkeit. Die Sprache wird differenzierter und Fähigkeiten wie numerisches Denken, abstrakte Begriffsbildung, logische Verknüpfung und räumliches Vorstellungsvermögen werden verfeinert. Diese Veränderungen schaffen neue Voraussetzungen zum Lernen und auch für die Bewältigung von Entwicklungsaufgaben: Bessere Konzentrationsfähigkeit fördert nicht nur die schulischen Leistungen, sondern macht auch das Zusammenleben leichter. Selbst-Reflexion und verbesserte Perspektivenübernahme fördern das Verständnis für das Verhalten und die Gefühle anderer Personen und führen zu einer höheren Beziehungsqualität unter den Gleichaltrigen. Durch die vielen Herausforderungen der Entwicklungsaufgaben in dieser Zeit des Übergangs sind Jugendliche einer viel größeren Unsicherheit ausgesetzt als Erwachsene. Trotzdem muss „die Jugendzeit nicht mehr als eine Periode permanenter Krisen“ (Baacke, 2005, S. 108) betrachtet werden. Auch die von Barthelmes und Sander (2001, S. 72) Befragten sehen im Rückblick ihre Jugendzeit positiv und blicken optimistisch in die Zukunft. Entscheidend für ihre positive Einschätzung ist das Erlebnis, selbstständig geworden zu sein und Ziele erreicht zu haben. (vgl. Barthelmes & Sander, 2001, S. 31; Fend, 2005, S. 113, 118; Flammer, 2002, S. 195; Hurrelmann, 2005, S. 28; Oerter & Dreher, 2002, S. 274; Zimmermann, 2006, S. 71, 168) Zum ersten Mal im Leben kommt es in der Jugend zu einem bewussten Bild vom Selbst und einer Ich-Empfindung. Im Folgenden soll deshalb auf ein wichtiges Element des Jugendalters, die Identität, eingegangen werden.

2.4 Identität

Auch wenn die Identität nicht erst in dieser Lebensphase entsteht: Sie spielt in der Adoleszenz eine große Rolle. Die körperlichen und kognitiven Veränderungen im Jugendalter führen zu einer Suche nach Orientierung und Sinnggebung. Die Jugendlichen müssen sich zwischen ihrer Selbstdefinition und den Rollenzuweisungen und Erwartungen ihrer Umwelt verorten. Sie müssen ihr Körperbild dem reiferen Körper anpassen, lernen mit den Reaktionen der anderen darauf fertig zu werden und sich mit den Geschlechterrollen auseinander setzen. Sie beschäftigen sich jetzt mehr als zuvor damit, wer sie sind und wie andere sie wahrnehmen. Eine höhere Sensibilität verstärkt ihre Fähigkeit, Reaktionen der Umgebung wahrzunehmen. Eine große Herausforderung ist die Neudefinition der Beziehungen zu Eltern und Peers. Auch schulische und berufliche Entscheidungen sind von großer Relevanz für das zukünftige Selbstkonzept. (vgl. Flammer, 2002, S. 142f; Hurrelmann, 2005, S. 30f; Zimmermann, 2006, S. 170) Im Folgenden sollen nun zwei der bedeutendsten Identitäts-Theorien, die von Erikson und Marcia, vorgestellt werden. Danach werde ich auf die Bedeutung der Medien bei der Identitätsarbeit eingehen und welche Möglichkeiten Instant Messaging dabei bietet.

Identität nach Erikson

Erik H. Erikson (1968) definiert Identität wie folgt:

Identität ist ein Gefühl der Identität, d.h. der Kontinuität und Einigkeit mit sich selbst zu verstehen. Dieses Gefühl der Identität wird durch Interaktion mit anderen und im Kontext der eigenen Kultur gebildet, und es ist als ein Prozess zu verstehen, der lebenslang dauert. (zit. nach Flammer, 2002, S. 157)

Erikson hat die menschliche Entwicklung als psychodynamische und sozial bedingte Abfolge von acht Krisenphasen beschrieben. Der Weg zur Identität ist ein Prozess von Wachstum und Krisen. Ziel der Entwicklung ist eine gesunde und reife Persönlichkeit, die die Welt und sich selbst richtig erkennt und ihre Umwelt aktiv meistert. Die Aufbau einer Ich-Identität entspricht dem Aufbau von Selbstkonsistenz: Man weiß, wer man ist, und man kennt seine Einheitlichkeit und Unverwechselbarkeit (Individualität) über Zeit, Situationen und soziale Kontexte hinweg. Laut Erikson findet in der Jugend die fünfte Krisenphase statt die beschrieben wird als ‚Krise zwischen Identität und Identitätsdiffusion‘. In dieser Phase sind Ich-Identität, Gruppen-Identität sowie das Zusammenspiel von negativer und positiver Identität wichtig. Negative Identität bedeutet die Abgrenzung von dem, was man nicht sein will, und spielt besonders bei der Ablösung von den Eltern eine Rolle. Zur Identitätsbildung tragen zum Beispiel die Identifikation mit gegebenen Rollen, Verliebtheit, der Anschluss an die Peer-Gruppe, politische Tätigkeiten oder die Berufswahl bei. In der Jugend wird vieles ausprobiert und auch wieder verworfen. Ein ideales Gefühl der Identität ist also erreicht,

wenn sich das Individuum im eigenen Körper zu Hause fühlt, wenn es weiß, wohin es gehen will, und auch antizipieren kann, dass es dafür Anerkennung der signifikanten Anderen bekommen wird. Identität impliziert ein Gefühl der Einigkeit mit sich selbst und der Kontinuität über die Zeit. (Flammer, 2002, S. 160)

Erikson fordert ein ‚psychosoziales Moratorium‘ für die Jugendzeit: Dies soll ein Zeitraum sein, in dem die Jugendlichen zwar schon Erwachsenenrechte haben, aber noch nicht die volle Verantwortung übernehmen müssen. Aus dieser Zeit solle nichts nachgetragen werden oder für die spätere Laufbahn als entscheidend gelten. Flammer

(2002) weist darauf hin, dass das dazu führen könnte, dass man die Jugendlichen nicht ganz ernst nimmt und ihnen „Narrenfreiheit“ (S. 159) gibt. Außerdem ist ein solches Moratorium gar nicht in allen Kulturen und Schichten möglich: zum Beispiel, wenn der Jugendliche mit einer Vollzeitbeschäftigung seinen Lebensunterhalt verdienen muss. Erikson geht davon aus, dass am Ende der Jugendzeit eine klare Orientierung im Einklang mit den gesellschaftlichen Erwartungen steht - das wurde oft kritisiert. Doch auch die Kritiker sind sich einig, dass Erikson mit seinen Arbeiten einen tiefen Einblick in die Identitätsentwicklung gewährt und auch nachfolgende Forschungen und Theorien angeregt und beeinflusst hat. (vgl. Flammer, 2002, S. 157-160; Hurrelmann, 2005, S. 30; Oerter & Dreher, 2002, S. 266f; Siegler, DeLoache & Eisenberg, 2005, S. 614f; Zimmermann, 2006, S. 169-171) Ein solcher bedeutsamer Beitrag zur Operationalisierung von Identität stammt von James E. Marcia (1980).

Identität nach Marcia

Durch theoretische Überlegungen und Interviews mit Jugendlichen hat Marcia vier Typen der Identitätsbildung entwickelt, die sich durch das Ausmaß von Suche und Verpflichtung definieren:

Ausmaß der Verpflichtung	Ausmaß der Exploration	
	Hoch	Niedrig
Hoch	Erarbeitete Identität	Übernommene Identität
Niedrig	Kritische Identität (Moratorium)	Diffuse Identität

Tabelle 1: Identitätstypen nach Marcia. (vgl. Flammer, 2002, S. 161)

- Jugendliche, die eine **erarbeitete Identität** haben, haben sich selbst ihre Ausdrucksweisen und Werte gesucht. In diesem Zustand ist die Identitätskrise überwunden, er zeichnet sich durch einen festen Standpunkt, Zielstrebigkeit, Ruhe und kritische Freundlichkeit aus. Diese Jugendlichen sind sozial reifer und leistungsmotivierter als Gleichaltrige.
- Jugendliche mit **übernommener Identität** haben auch klare Werte, aber sie haben keine klare Explorationsperiode durchlaufen. Ihre Werte haben sie durch die Identifikation mit anderen (meist den Eltern) übernommen. In diesem Identitätszustand sind die Jugendlichen mehr oder weniger unauffällig.
- Jugendliche mit einer **kritischen Identität** sind keinen klaren Werten verpflichtet, sind jedoch aktiv auf der Suche nach Werten und Ausdrucksweisen. Im Zustand des Moratoriums ist die Identität also in einer aktiven Krise: Der Mensch beschäftigt sich mit seiner Zukunft, strebt Entscheidungen an und ist ambivalent unter anderem in seinen Freundschaften, der Berufsorientierung und gegenüber den Eltern.
- Auch Jugendliche mit **diffuser Identität** haben keine klaren Werte, suchen aber auch nicht danach. Diese Menschen neigen zur Gleichgültigkeit.

Eine zeitliche Abfolge im Sinne von Entwicklungsstufen konnte bei den Identitätstypen nicht nachgewiesen werden. (vgl. Flammer, 2002, S. 160f; Siegler et al., 2005, S. 615f)

Identität heute

Durch Prozesse der Pluralisierung, Individualisierung und Entstandardisierung haben sich die Anforderungen an die Identitätsbildung verändert. Es gibt immer weniger übernehmbare und traditionell vorgegebene Identitätsmuster, in verschiedenen Le-

bensbereichen werden unterschiedliche Aspekte der Identität angesprochen. Die Vorstellung von der Identität als einheitliches, eindeutiges Individuum wird heute zunehmend problematisch. Deshalb spricht man auch von einem ‚System von Teil-Selbsten‘: Das Selbst entsteht immer neu, eine Person hat mehrere Teilidentitäten (z.B. Familien-Identität, Geschlechts-Identität, Berufs-Identität). Widersprüche und Veränderungen müssen integriert und in Balance gebracht werden. (vgl. Barthelmes & Sander, 2001, S. 40; Döring, 2003, S. 325f; Fix, 2001, S. 64; Gudjons, 2006, S. 133; Hengst, 2002, S. 53)

Lange Zeit galt das Jugendalter als eine Zeit des ‚Sturm und Drang‘, in der sich die Heranwachsenden in einem Auf und Ab der Gefühle befinden. Neuere Untersuchungen können dies jedoch nicht bestätigen: In verschiedenen Studien gab die Mehrzahl der Jugendlichen an, keine tiefgehenden Probleme zu haben. Allerdings waren Mädchen deutlich labiler, weniger selbstbewusst und unausgeglichener als Jungen und fanden sich häufiger unattraktiv. Zehn bis 15 Prozent hatten Schwierigkeiten mit sich selbst und ihrer Umwelt. (vgl. Oerter & Dreher, 2002, S. 293f) Doch auch für Jungen ist die Identitätsfindung nicht immer einfach: In Familie, Peergroup und Medien bestehen - zumindest an der Oberfläche - immer noch alte Klischees wie die übertriebene Abgrenzung vom weiblichen Rollenmodell, die Angst vor Gefühlen, ein funktionales Körperbewusstsein und der Zwang zur ‚männlichen‘ Durchsetzungsfähigkeit. (vgl. Krotz, 2007, S. 9f) Wie Jugendliche Widersprüche in sich selbst erfolgreich integrieren und eine Identität aufbauen können, hängt nicht nur von ihren kognitiven Fähigkeiten ab, sondern auch von der Hilfe und dem Verständnis von Eltern, Lehrern und anderen. Deren Unterstützung und Anleitung hilft den Jugendlichen sich wohl zu fühlen und Werte, Überzeugungen und Normen zu verinnerlichen, denen sie sich verpflichtet fühlen. (vgl. Siegler et al., 2005, S. 613)

Die oft turbulente Identitätssuche führt bei Jugendlichen zu bestimmten Verhaltensweisen (vgl. Zimmermann, 2006, S. 170):

- Sie binden sich an wechselnde Idole und Ideale, aus Angst nicht zu wissen, wer man ist.
- Das Selbstwertgefühl schwankt, Jugendliche sind häufig verunsichert, weil sie oft an der Richtigkeit ihrer Entscheidungen zweifeln.
- Eine übertriebene und rigide Abgrenzung nach außen resultiert aus Befürchtungen einer totalen Auflösung der Identität.
- Gleichaltrige sind wichtig, weil sie ‚Normalität‘ versichern.
- Es kommt häufig zu Intoleranz und fanatischen Wahrheitsansprüchen - aus Angst vor völliger Identitätsverwirrung. Zum Beispiel werden dann alle, die anders auftreten (z.B. bei Kleidung, Musikgeschmack), ausgeschlossen.

Identität und Medien

Die Medien haben im Jugendalter folgende Funktionen (vgl. Abbildung 5):

- Medien sind Informationsquelle.
- Ihre Inhalte sind Gesprächsthema in Familie und Peergruppe. Die Medien stellen eine Vielzahl von Lebensmodellen vor, die auch in der Gruppe diskutiert werden können.
- Medien, vor allem auch das Internet, sind Kommunikationskanäle zu Freunden. Medien können auch einen Rahmen für gemeinsame Tätigkeiten geben (zum Beispiel gemeinsames Fernsehen).

(vgl. Barthelmes & Sander, 2001, S. 48; Bauer Media, 2007, S. 21; Mikos, Winter & Hoffmann, 2007, S. 10f; Sacher, 1998, S. 6)

Durch die eigenen Medienvorlieben kann man sich von Geschmack und Gewohnheiten der Eltern und Geschwister abgrenzen und so die eigene Persönlichkeit und die Zugehörigkeit zu Gleichaltrigen ausdrücken. In Medieninhalten, Medienfiguren und Stars erkennen die Jugendlichen sich selbst und ihre Lebenserfahrungen, Probleme und Gefühle wieder, sie suchen darin ‚ihre‘ Themen. Jugendliche wählen Medieninhalte häufig so, dass sie Themen, Fragen oder die Lebenssituation, die sie gerade beschäftigen, widerspiegeln - deshalb

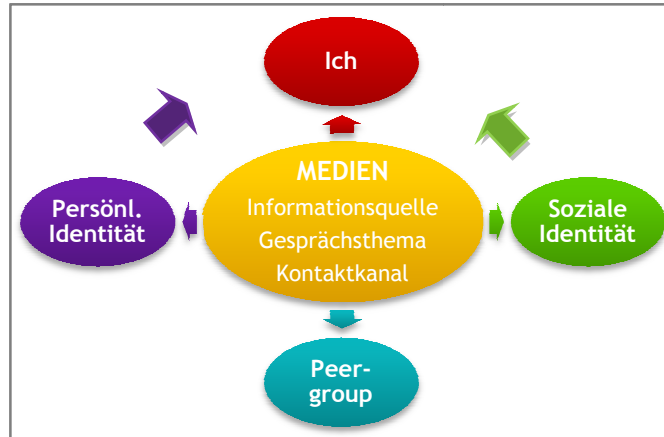


Abbildung 5: Funktionen der Medien im Jugendalter: „Medien als Inputgeber, Filter und Vermittler zwischen den Welten“. (vgl. Bauer Media, 2007, S. 24)

sehen Mädchen zum Beispiel gerne Beziehungsfilme. Für Themen wie Liebe, Sexualität und andere tabuisierte Themen, über die man als Kind oder Jugendlicher nicht mit Erwachsenen sprechen kann oder will, bieten die Medien einen offenen Zugang zu Informationen. Die Medien werden so zum Spiegel, der ihnen bei der Arbeit am Selbstbild behilflich sein kann, Jugendliche entwickeln sich daran weiter. (vgl. Barthelmes & Sander, 2001, S. 16, 27-30, 56, 224; Krotz, 2007, S. 10; Mikos et al., 2007, S. 10f, 14; Stecklina, 2007, S. 19; Vollbrecht, 2002, S. 4)

Identität und Internet

Auch in den Neuen Medien suchen und finden Jugendliche neue Aspekte ihrer Themen, stellen ihr Selbst- und Weltbild in Frage und entwickeln sich so weiter. Gerade für Jugendliche, die sich in einer schwierigen Entwicklungsphase mit körperlichen, psychischen und sozialen Unsicherheiten befinden, gibt das Internet mögliche Orientierungen. Die computervermittelte Kommunikation ist von Entkörperlichung und Anonymität gekennzeichnet und bietet so ein breites Experimentierfeld. Im Netz kann sich die Differenzierung und Ausprägung individueller Merkmale beschleunigen, es können außerdem Themen und Probleme aufgegriffen werden, die in der Realität stark tabuisiert sind (z.B. Sexualität, Suizid). Eigene Webseiten dienen der Selbstdarstellung, in Rollenspielen können Identitäten (z.B. das Geschlecht) verändert werden. Auch der Chat bietet solche Möglichkeiten: Durch die Anonymität muss die Selbstdarstellung im Internet nicht der Wirklichkeit entsprechen, Aussehen, Alter und Geschlecht können verändert werden. (vgl. Dinter, 2007, S. 362f; merz, 2007, S. 37; Petzold, 2002, S. 307; Piotrowski, 2006, S. 59; Scherer & Wirth, 2002, S. 342; Tillmann, 2006, S. 33) Damit können bisher unbekannte Aspekte der eigenen Identität entdeckt werden:

Unter dem Schutz der Anonymität und mit der Sicherheit, sich im Notfall einfach wieder ausloggen zu können, wagen auch Kontaktscheue Kommunikations-Experimente, die sie in direkter Konfrontation mit anderen niemals riskieren würden. (Sacher, 1998, S. 5)

Döring (2001, S. 170) betont jedoch: „Selbstbeschreibungen während des Chat-Gesprächs sind [...] in der Regel kein fantastisches Märchen.“ In den Chat-Communities lernen sich die Mitglieder kennen, sprechen übereinander und treffen sich auch manchmal persönlich. Ein konsistentes und glaubwürdiges Bild über viele Chatgespräche hinweg ist dabei fast nur möglich, wenn man sich bei seiner Darstellung weitgehend an der Realität orientiert. Dies bestätigen auch folgende Ergebnisse: Valkenburg, Schouten & Peter (2005) haben 600 neun- bis 18-jährige Schüler aus den Niederlanden mit Fragebögen zu Identitätsexperimenten im Internet befragt. Jüngere experimentierten signifikant häufiger mit ihrer Identität als ältere Jugendliche. (9-12-Jährige: 72%, 13-14: 53%, 15-18: 28%) Die häufigsten Selbstdarstellungsformen waren dabei, sich als älter (49,8%), jemand anderer (17,7%) oder attraktiver (13,2%) darzustellen. Die wichtigsten Motive für die Identitätsexperimente waren: um zu sehen wie die anderen reagieren, um Schüchternheit zu überwinden und um leichter Beziehungen zu entwickeln. Mädchen sind häufiger unzufrieden mit ihrem Körper und haben häufiger ein geringes Selbstwertgefühl (vgl. Kapitel 2.3), was ein Grund sein kann, warum sie sich im Internet häufiger als Jungen verstellen. (vgl. ebenda, S. 390-398) Scherer und Wirth (2002) haben 2001 eine Studie zu Identität und Selbstdarstellung im Chat durchgeführt und dabei 16 qualitative Interviews geführt sowie eine Online-Befragung mit 1703 Befragten zwischen zehn und 83 Jahren (davon 54% unter 20) gestartet. 66 Prozent geben an, die Aussage ‚Beim Chatten gebe ich mich genauso wie im normalen Leben‘ treffe ganz oder fast ganz zu. 71 Prozent der Befragten geben aber auch an, bei der Selbstbeschreibung im Chat etwas zu schummeln. (vgl. ebenda, S. 345-347) Die Interviews von Kammerl (2006, S. 2-13) zeigen, dass die 14- bis 16-Jährigen - nach eigenen Angaben - im Chat nur in geringem Maße ihre Selbstdarstellung verändern. Um für (vor allem männliche) Gesprächspartner attraktiv zu werden, gaben Mädchen häufiger ein höheres Lebensalter an. Nur manche Jugendliche sagten, dass sie sich in Einzelfällen und auch nicht über längere Zeiträume als jemand anderer ausgaben - um Spaß zu haben und andere zu necken. Auch Hengst (2002) betont: Die meisten Jugendlichen nutzen das Internet nicht, um alternative Identitäten auszuprobieren, sondern sie sehen das Internet als „Erweiterung der Räumlichkeiten, in denen sie im realen Alltag handeln“ (S. 66). Das Online-Leben hat Bezug zum täglichen, physischen Leben und seinen Räumen.

Auch für das ICQ ist ein solcher Identitätswechsel kaum relevant, weil die meisten Jugendlichen ihre online-Gesprächspartner aus dem richtigen Leben kennen. (vgl. Kapitel 3.2) Bei Schneider et al. (2005, S. 115, 118) gaben die meisten Befragten an, im IM selbst keine fiktiven Identitäten zu konstruieren. Vor allem Frauen änderten aber manche Einzelheiten, wie Figur oder Alter. Trotzdem finden sich auch beim IM einige Aspekte für die Identitätsentwicklung: Jugendliche können sich unter den Gleichaltrigen orientieren und positionieren und mit ihren Erfahrungen auseinandersetzen. Auch ohne Veränderung der Selbstdarstellung kann Anonymität Mut machen, Sicherheit geben und schützen. In Familie und Bekanntenkreis kann es sein, dass man keine unbefangenen Gesprächspartner findet, wenn es um Probleme geht. Über ICQ kann man Zuhörer, Mutmacher und Ratgeber finden. Auch in diesem Fall kann die Kommunikation via Computer zu offeneren und befreiteren Gesprächen beitragen. Indem man sich in/mit den Medien mit seiner eigenen Lebenssituation auseinandersetzt, kann die Mediennutzung einen Beitrag zur Erweiterung oder Stabilisierung der

eigenen Identität leisten. Die Kontaktaufnahme ist einfach und hemmungsfrei, durch die begrenzte Wahrnehmung werden Emotionen (durch fehlende Widersprüchlichkeit) intensiv und wenig konfliktbeladen erlebt. (vgl. Eidenbenz, 2004, o.S.; Kammerl, 2006, S. 2-13; Suckfüll, 2004, S. 184) So meint Lindsay (19) im Rückblick auf ihre IM-Nutzung im Jugendalter:

I would say that the way people use IM is different as they get older. When I was younger it was primarily social use... it seemed easier to talk to people. It gave me a shield and a barrier between me and the person I was talking to. It hid me. (Stern, 2007, S. 124)

Über Online-Kommunikation erhalten Jugendliche oft auch mehr Anerkennung durch Gleichaltrige als in der realen Interaktion. Um ‚dazuzugehören‘, muss man sich auch so ausdrücken und diesen Wortschatz verwenden. Die Computersprache findet oft auch Eingang in die Alltagssprache und schriftliche Notizen. Auch der Nickname macht einen Teil der Selbstdarstellung aus: Damit kann man Aufmerksamkeit erregen und auf Merkmale und Interessen hinweisen. (vgl. Dabiri & Helten, 1998, S. 38; Döring, 2001, S. 169; Lewis & Fabos, 2005, S. 495; Petzold, 2002, S. 308; Stern, 2007, S. 30f) Die von Stern (2007) befragten Mädchen gaben an, sich bei Instant Messaging-Gesprächen wohler zu fühlen als bei Telefonaten oder face-to-face-Treffen. Über IM können sie sagen was sie denken, sich darstellen und dabei über konventionelle Vorstellungen von Mädchen- und Frausein hinwegsetzen. Stern weist darauf hin, dass sich Mädchen in den Jahrzehnten zuvor schämten, außerhalb ihrer Tagebücher über Sexualität zu sprechen und sexuelle Anspielungen gegenüber dem anderen Geschlecht zu machen. Die Auseinandersetzung mit Geschlechterrollen über IM führe auch dazu, dass die Mädchen jetzt körperliche und emotionale Veränderungen besser verstehen. In den untersuchten IM-Konversationen kam es unter den Mädchen häufig zu Streit mit aggressiver Ausdrucksweise und Kraftausdrücken. Auch das trägt für die Autorin zur Identitätsarbeit bei: Mädchen sind eben nicht immer nur die ‚Braven‘. In Gesprächen mit Jungen verhielten sie sich dagegen ganz anders, boten Hilfe, Rat und Beruhigung an und verhielten sich so in der traditionellen Rolle der fürsorglichen Frau/Mutter. Man könnte denken, bei der CMC spiele das Aussehen keine Rolle. Doch in einem bemerkenswerten Anteil der IM-Konversationen ging es um Aussehen, Markenkleidung und Gewicht. (vgl. Stern, 2007, S. 34-37, 67-69, 81, 86, 90) Mädchen verstoßen also einerseits beim IM gegen typische Geschlechterrollen, geben diesen aber auch zu oft, wie Stern meint, nach: „Internet communication and IM cannot counteract dominant social forces that were set hundreds of years ago and linger today.“ (ebenda, S. 119)

Tapscott (1998, S. 88) stellt die CMC mit der allgemeinen Entwicklung in Verbindung:

Unseren Forschungsergebnissen zufolge regt sich das Interesse an der Netzkommunikation bei Mädchen mit durchschnittlich elf Jahren, bei Jungen mit etwa 13 - also etwa zu Beginn der Pubertät. In diesem Alter streben die Jugendlichen nach Autonomie und wollen sich eine eigene Identität schaffen. Das Netz scheint ihnen dazu ein geeignetes Werkzeug zu bieten, mit dem sie sich als unabhängige, eigenständige Individuen Gehör verschaffen können.

Diese Art der Interaktion fördert Kinder in ihrem Wachstum und verlangt von ihnen, eigene Werte zu entwickeln, ihr Urteilsvermögen zu schulen, zu analysieren, zu evaluieren und zu kritisieren oder anderen irgendwie behilflich zu sein. Die Interaktion fördert auch das Selbstbewußtsein, obwohl die Kids auch ihre Cyberfreunde im Netz häufig um emotionale Unterstützung bitten. Vor allem

Mädchen scheinen die Unterstützung Gleichaltriger im Cyberspace sehr zu genießen und auch zu brauchen.

Kammerl (2005, S. 299) spricht der computervermittelten Kommunikation eine geringe Bedeutung bei der Identitätsentwicklung zu:

Die Identitätsentwicklung im Jugendalter ist von typischen Entwicklungsthemen bzw. -aufgaben geprägt, die zwar die Interessen der Jugendlichen am Internet beeinflussen, die aber nicht durch die internetbasierte Kommunikation bewältigt werden.

Petzold (2002, S. 307) meint dagegen:

Dem Internet kann in dieser Phase des Übergangs vom Jugend- zum Erwachsenenalter auch eine funktionale Relevanz für die Bewältigung von Entwicklungsaufgaben zukommen.

Stern (2007, S. 58-61, 125) geht ebenfalls von einer großen Bedeutung des Instant Messaging aus: Sie bezeichnet es als ein ‚digitales Tagebuch‘. Viele der Mädchen gaben an, dass sie Instant Messaging-Gespräche auf der Festplatte speichern oder ausdrucken und an einem geschützten Ort aufbewahren. Für sie sind diese Gesprächsprotokolle eine wichtige Quelle über sich selbst. Hier ist zwar kaum Selbstreflexion wie in einem klassischen Tagebuch vorhanden, aber die Gespräche enthalten trotzdem Gefühle über bestimmte Ereignisse. Die Gefühlsäußerung ist nicht privat, sondern interaktiv: Die Jugendlichen nutzen das Instant Messaging, um über persönliche Probleme zu grübeln und fühlen, dass sie in ihrer Unsicherheit nicht allein sind. Die Mädchen können gegenüber Freunden ihre Gefühle äußern, die darauf reagieren und ihre Meinung äußern, sodass ein kooperatives und schrittweises Produkt der Identitätskonstruktion entsteht:

It establishes IM as a medium in which girls dare to directly confront peers and candidly hold discussions about matters that might seem too private or even forbidden for real-life discussion. In addition, it affords them the opportunity to get feedback on their life experiences and validation on their feelings and misgivings - an opportunity that was less available in the past because it entailed both overcoming embarrassment and seeking a real-world private space in which the conversations could safely take place. (Stern, 2007, S. 128)

Die Erfahrungen, die Jugendliche beim Aufbau einer eigenen Identität und Rolle im Internet sammeln können, helfen ihnen aber auch in der Realität. merz (2007, S. 38) führt zum Beispiel an, dass das die Lese- und Schreibkompetenzen fördert, Tapscott (1998, S. 103), dass Jugendliche sich besser ausdrücken können und eher abweichende Meinungen äußern.

2.5 Peers

Aus soziologischer Sicht lässt sich der Übergang vom Status ‚Kind‘ zum Status ‚Jugendlicher‘ nicht so genau abgrenzen wie aus entwicklungspsychologischer Sicht. Es gibt zwar einige Riten, wie den Wechsel in eine weiterführende Schule, die Eröffnung eines eigenen Bankkontos oder der Neugestaltung des Zimmers. Die Übergänge sind jedoch fließend und unauffällig. Auffallend ist in diesem Zusammenhang die Hinwendung zur Gleichaltrigengruppe, den Peers.

Die Auseinandersetzung mit den eigenen Veränderungen verläuft im Jugendalter ganz anders als in der Kindheit: Deren Bewältigung und damit auch eine eigenständige Rolle in der Gesellschaft ist jetzt nur möglich, wenn sich der Jugendliche von den primären Bezugspersonen, also meist Vater und Mutter, ablöst und seine Persönlichkeit autonom organisiert. Jugendlichen schirmen sich von den Eltern ab, was sich durch mehr Kontakte außerhalb des Elternhauses und teils provokanten Kleidungs- und Verhaltensstilen ausdrückt. (vgl. Barthelmes & Sander, 2001, S. 38, 81; Hurrelmann, 2005, S. 26, 32f) Auf die Bedeutung der Peers im Jugendalter soll jetzt näher eingegangen werden.

Die häufigste non-mediale Freizeitaktivität der 12- bis 19-Jährigen ist laut JIM-Studie 2007 das Zusammensein mit anderen Jugendlichen: 84 Prozent der Mädchen und 89 Prozent der Jungen tun dies täglich oder mehrmals pro Woche. Mit dem Alter nimmt die Häufigkeit dieser Treffen zu: Während sich 80 Prozent der 12- und 13-Jährigen täglich oder mehrmals pro Woche treffen, sind es 85 Prozent der 14-15-Jährigen, 89 Prozent der 16- bis 17-Jährigen und 90 Prozent der 18- bis 19-Jährigen. (vgl. mpfs, 2007, S. 6f) Zu den häufigsten Aktivitäten mit den Gleichaltrigen gehören nach Bauer Media (2007, S. 17) ‚einfach reden‘, ‚Shoppen‘ und ‚draußen abhängen‘, wie die Abbildung 6 zeigt.

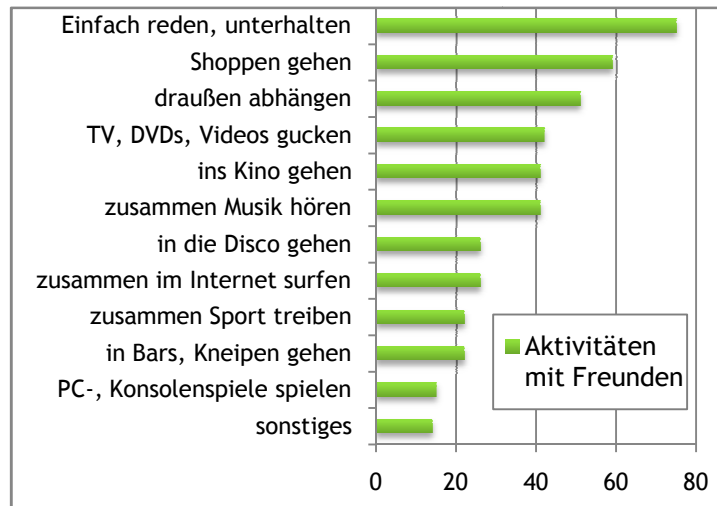


Abbildung 6: „Du hast angegeben, dass du deine Freizeit am liebsten mit Freunden verbringst. Was tut ihr am liebsten?“ (vgl. Bauer Media, 2007, S. 17)

Die Clique

Jugendliche Freundschaftsbeziehungen haben meist Gruppencharakter: Die meisten Jugendlichen haben mehr als einen Freund des gleichen Geschlechts. Ab etwa 14 Jahren bekommt die sogenannte ‚Clique‘ größere Bedeutung. Darunter versteht man eine gelockerte Form der Gleichaltrigengruppe aus mehreren Mitgliedern ohne feste Rollenverteilung, die durch gemeinsame Aktivitäten eine Gruppenidentität aufbauen. Die Jugendlichen treffen sich außerhalb von Familie und Schule und wollen nicht von Erwachsenen geleitet oder kontrolliert werden. Peergruppen beruhen - im Gegensatz zu Familie oder Schule - auf einer freiwilligen Mitgliedschaft und sind in der frühen Adoleszenz noch nach Alter und Geschlecht getrennt. Zeichen und Symbole der Gruppe (wie z.B. Kleidung, Accessoires, Musik und Sprache) schaffen ein besonderes Zugehörigkeitsgefühl und grenzen von den Erwachsenen ab. In der frühen und mittleren Adoleszenz geben Jugendliche an, dass es für sie wichtig ist, beliebt zu sein und mit den Normen der Gruppe bezüglich Aussehen und Verhalten übereinzustimmen. Ein Konformitätsfehler (z.B. das Tragen einer ‚falschen‘ Marke) kann zu Verspottung oder Ausschluss führen. Im Vergleich zu den älteren Jugendlichen gibt es hier auch mehr Konflikte innerhalb der Gruppe und zwischen verschiedenen Gruppen. Ab etwa 17 Jahren wird die Freundschaft dann nicht mehr so stark benötigt wie zuvor. In diesem Alter befassen sich Jugendliche mehr mit Paarbeziehungen; durch Ausbildung,

Auslandsaufenthalte, Umzüge und Veränderung der Persönlichkeitsmerkmale von Freunden lösen sich Gruppen und Freundschaften in dieser Zeit häufig auf. (vgl. Baacke, 2005, S. 242f; Barthelmes & Sander, 2001, S. 25; Flammer, 2002, S. 255; Gudjons, 2006, S. 128f; Hurrelmann, 2005, S. 127; Oerter & Dreher, 2002, S. 312-315; Piotrowski, 2006, S. 55f; Siegler et al., 2005, S. 724)

Freundschaften

Aus den Gleichaltrigenbeziehungen können sich Freundschaften entwickeln. Diese zeichnen sich durch ähnliche Werte und Einstellungen, gemeinsame Aktivitäten und Interessen aus. In der frühen Adoleszenz sind Freunde für gemeinsame Unternehmungen da, die Tiefe und Wechselseitigkeit der Beziehung ist jedoch noch nicht vorhanden. Vor allem in der mittleren Adoleszenz dienen Freundschaften dann der Selbststoffbarung. Gegenseitiges Vertrauen und Verständnis stabilisieren die Identität, man vertraut sich Geheimnisse und Gefühle an und diskutiert über wichtige Themen. Fehlende Freundschaften können bei Jugendlichen negative Konsequenzen haben und zu Depressionen, einem negativen Selbstbild und geringerem Wohlbefinden führen. Sie neigen außerdem eher zu Engstirnigkeit und übersteigertem Leistungsverhalten. (vgl. Baacke, 2005, S. 242-244; Flammer, 2002, S. 255; Hurrelmann, 2005, S. 129; Oerter & Dreher, 2002, S. 315; Siegler et al., 2005, S. 721, 724)

Funktionen der Peergroup im Jugendalter

Ein besonderer Reiz liegt für Jugendliche darin, dass die Gruppe nicht wie beispielsweise die Familie hierarchisch, sondern symmetrisch organisiert ist. Gleichaltrige befinden sich in einer sehr ähnlichen Lebenslage. Die Jugendlichen können hier auch emotionale oder sexuelle Themen aufgreifen, über die sie in der Familie nicht reden, und so bei sensiblen Themen Halt und Unterstützung vermitteln. Weil die Jugendlichen keine Erziehungs- und Betreuungsverantwortung füreinander haben, fallen Reaktionen oft natürlicher und weniger rücksichtsvoll als die der Eltern aus. Die Jugendlichen können so etwas über sich selbst und die Vielfalt menschlicher Beziehungen und Reaktionen erfahren. So üben sie soziale Spielregeln ein. Außerdem kann die Clique zur Stabilisierung und Orientierung beitragen und helfen Gefühle der Einsamkeit zu überwinden. Unter Gleichaltrigen können daneben Sozialverhalten und riskante Aktivitäten erprobt werden. Die Peergruppe kann auch zur Identitätsfindung beitragen, indem sie Lebensstile, Identifikationsmöglichkeiten und eine Bestätigung der Selbstdarstellung anbietet. Weil sie mit Gleichaltrigen mehr gemeinsame Interessen haben als mit ihren Eltern, bietet die Peergruppe Jugendlichen durch Gespräche über Musik, Kleidung und Ähnliches eine Bestätigung der eigenen Interessen und des eigenen Geschmacks. Zuerst als Freunde, dann als Partner, können die Mädchen und Jungen ihre Beliebtheit, Attraktivität und Werte wie Treue und Führungsfähigkeit ausprobieren. Die Peergroup ist eine wichtige Instanz zur Entwicklung der sozialen Identität: Sie ist ein wichtiges Übungsfeld zur Perspektivenübernahme, Konfliktlösung und Verantwortung. Sie ermöglicht das Erlernen von Beziehungsfähigkeit und die Abgrenzung zu anderen. (vgl. Baacke, 2005, S. 243; Bauer Media, 2007, S. 19; Flammer, 2002, S. 196f; Hurrelmann, 2005, S. 33, 126-128; Oerter & Dreher, 2002, S. 310; Piotrowski, 2006, S. 55f; Siegler et al., 2005, S. 711)

Die Peergroup dient auch dazu, Kontakt mit dem anderen Geschlecht aufzunehmen. Während Kinder sich noch mit gleichgeschlechtlichen Peers zusammen schließen,

ändert sich dies im Verlauf des Jugendalters. Schon in der siebten Klasse haben bereits zehn Prozent der Cliques sowohl männliche als auch weibliche Mitglieder. Ab diesem Zeitpunkt treffen sich Jungen und Mädchen häufiger miteinander und auch Verabredungen zu zweit nehmen zu. Der Zeitpunkt der ersten romantischen Beziehung variiert stark und wird durch familiäre und soziokulturelle Normen, die Peergruppe und die psychobiologische Reife beeinflusst. (vgl. Flammer, 2002, S. 209; Oerter & Dreher, 2002, S. 315; Siegler et al., 2005, S. 725) Nach einer Untersuchung von Fend (1990, zit. nach Barthelmes & Sander, 2001, S. 252) hatten im Alter von 16 Jahren 40 Prozent der Mädchen und 24 Prozent der Jungen einen festen intimen Partner. Die Freundschaften von Mädchen und Jungen unterscheiden sich in einigen Punkten: Mädchen nennen häufiger gleichgeschlechtliche Freunde als Jungen. Während männlichen Jugendlichen eher die Größe des Freundeskreises wichtig ist, legen Mädchen Wert auf enge Beziehungen. Frauenfreundschaften sind durch gegenseitige Gesellschaft und Gespräche gekennzeichnet, in die auch sehr persönliche und intime Themen einfließen. Für Mädchen ist die ‚beste Freundin‘ besonders wichtig und hat eine weitaus größere Bedeutung als die Peergroup. Mit der ersten Paarbeziehung verringert sich oft ihre Bedeutung, die Freundschaft bleibt jedoch meist darüber hinaus bestehen. Jungen dagegen haben tendenziell losere Verbindungen zu bestimmten Gruppen und deshalb eine größere Vielfalt an Freunden. Männerfreundschaften sind eher von gemeinsamen sportlichen und spielerischen Unternehmungen geprägt. Für Jungen ist die Peergruppe ein Übungsfeld für das Junge-/Mann-Sein. Das zeigt sich zum Beispiel in Alkoholexzessen und Mutproben. Die eigentliche von den Jungen erwünschte Annäherung an die Mädchen wird häufig in einen aggressiven oder sexistischen Ton verpackt, um vor den gleichaltrigen Jungen das Gesicht zu wahren. (vgl. Boneva, Kraut & Fröhlich, 2003, S. 148; Flammer, 2002, S. 202; Piotrowski, 2006, S. 56f; Siegler et al., 2005, S. 725; Stecklina, 2007, S. 18)

Natürlich können die Peers auch negative Einflüsse haben: Sie können belastend oder ausgrenzend sein, Gruppendruck ausüben und deviantes Verhalten unterstützen oder sogar initiieren, zum Beispiel Aggression oder Drogenkonsum. Freundschaften und Liebesbeziehungen, die zu Ende gehen, können Sorgen und Trauer bereiten. (vgl. Flammer, 2002, S. 198; Gudjons, 2006, S. 129; Piotrowski, 2006, S. 56; Siegler et al., 2005, S. 717f; Zimmermann, 2006, S. 163f)

Im Jugendalter orientieren sich Jungen und Mädchen jedoch nicht nur an den Peers, sondern weiterhin auch an den Eltern: Eltern werden vor allem in Ausbildungs- und Berufsfragen hinzugezogen, an ihnen orientieren sich Jugendliche, wenn es um Werte und Normen geht. Gleichaltrige sind vor allem Verhaltensvorbilder in der Freizeit und beraten bei entwicklungsbedingten Problemen. Für 56 Prozent der deutschen Jugendlichen ist die Mutter die wichtigste Vertrauensperson, vor allem für die Mädchen (61%). Am zweitwichtigsten ist für die Hälfte aller Jugendlichen der Partner oder die Partnerin, es folgt der Vater, besonders bei den Jungen. (vgl. Hurrelmann, 2005, S. 130f; Piotrowski, 2006, S. 55; Oerter & Dreher, 2002, S. 317)

Die Projektgruppe Jugendbüro (1975, zit. nach Hurrelmann, 2005, S. 131) unterscheidet zwischen zweierlei Orientierungen im Jugendalter:

- **Familienzentrierte Jugendliche** identifizieren sich stark mit den Eltern und deren Ansichten und haben nur schwache Bindungen an die Peergroup. In der Freizeit

beschäftigen sie sich eher mit von Erwachsenen geleiteten Aktivitäten, zum Beispiel im Sportverein oder Verband.

- **Jugendzentrierte Jugendliche** grenzen sich von der Eltern- und Erwachsenenwelt ab. In der Freizeit bleiben sie eher unter sich, beispielweise in Cliquen oder Gangs, an deren Verhaltensmustern sie sich auch orientieren.

Je schwächer die Bindung an das Elternhaus und je geringer die Leistungsbereitschaft in der Schule ist, je weniger der Jugendliche sich an Erwachsenen orientieren will und je mehr er es ablehnt vorhandene Angebote, zum Beispiel von Vereinen, anzunehmen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass er sich an einer Clique orientiert. (vgl. Baacke, 2005, S. 240)

2.6 Themeninteressen

Am Ende dieses Kapitels möchte ich darstellen, welche Themen Jugendliche besonders interessieren. Dies ist sowohl für Freundschaften als auch für die Mediennutzung relevant.

Die 12- bis 19-Jährigen, die in der JIM-Studie befragt wurden, zeigen das größte Interesse für die Themen ‚Liebe und Freundschaft‘ (88%) und ‚Musik‘ (86%). Rund 80 Prozent interessieren sich für ‚Ausbildung und Beruf‘. Für mehr als die Hälfte der Jugendlichen sind außerdem die Themen Internet, Computer, Weltgeschehen, Schule und Gesundheit interessant.

Für Kunst und Kultur, Politik und Wirtschaft

besteht nur wenig Interesse. Auch bei den Themeninteressen zeigen sich einige Geschlechterunterschiede: Während sich Mädchen mehr für Liebe und Freundschaft, Mode, Handys, Schule und Gesundheit interessieren, geben Jungen eine größere Zustimmung bei Sport- und Computertemen. Besonders groß ist der Unterschied bei Computerspielen. (vgl. Abbildung 7)

Die Themen der Jugendlichen ändern sich auch im Altersverlauf: An Ausbildung und Beruf, Politik und Internet haben Ältere mehr Interesse, die Vorliebe für Computerspiele, Sport sowie Film- und Musikstars nimmt dagegen ab. Andere Studien (Bauer Media, 2007, S. 20; Dinter, 2007, S. 83) kommen zu sehr ähnlichen Ergebnissen. Der Vergleich mit der JIM-Studie aus dem Jahr 1998 zeigt, dass sich die Rangfolge der

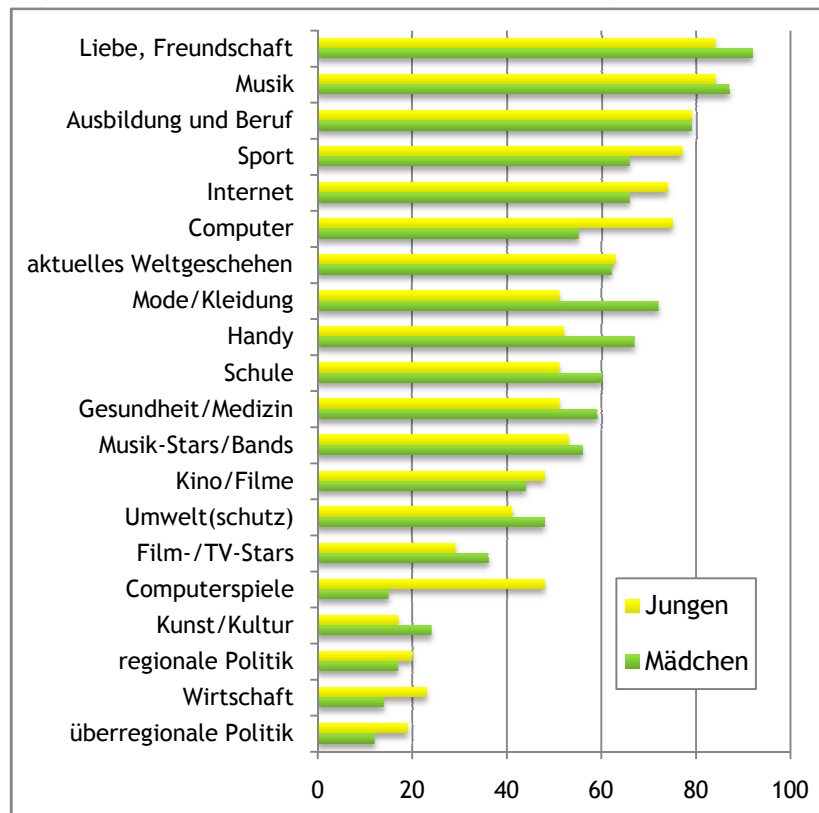


Abbildung 7: Themeninteressen (sehr interessant, interessant) von Jugendlichen (in Prozent). (vgl. mpfs, 2007, S. 15)

wichtigen Themen nur geringfügig verändert hat. Bedeutender für die Jugendlichen geworden sind vor allem die Themen ‚Ausbildung und Beruf‘ und geringfügig auch ‚Liebe/Partnerschaft‘, ‚Freundschaft‘, ‚Schule‘ und ‚Mode‘. Das Thema ‚Umwelt‘ dagegen hat an Interesse verloren. Im Vergleich zur JIM-Studie 2005 haben 2007 die Themen Internet (+9 Prozentpunkte) und Computer (+7 Prozentpunkte) am stärksten an Bedeutung gewonnen, weniger Interesse hatten die Jugendlichen dagegen an ‚Kino/Filme‘ (-7 Prozentpunkte) und ‚Film-/TV-Stars‘ (-5 Prozentpunkte). (vgl. Feierabend & Klingler, 2003, S. 450f; mpfs, 2007, S. 14f)

Medien spielen auch in der Gleichaltrigengruppe eine große Rolle: Bei den von Barthelmes und Sander (2001) befragten Jugendlichen wird vom 13. bis zum 20. Lebensjahr immer (auch) über Medien geredet, zum Beispiel über Inhalte von Spielfilmen und Serien, über Musik, Trends, Bücher und die Anschaffung von neuen Geräten. Im Alter von 15/16 Jahren werden jedoch die Medien als wichtigstes Thema verdrängt und ‚Fester Freund, Liebe, Erotik und Sexualität‘ zum Gesprächsthema Nummer eins. In diesem Alter nehmen auch die gemeinsamen Medienaktivitäten mit Gleichaltrigen ab, zum Beispiel zusammen Fernsehen oder Filme schauen. Über die ganze Jugendzeit hinweg ist der Kinobesuch die dominierende Medienaktivität in der Peergroup. In einer Gruppe haben alle Jugendlichen im Wesentlichen die gleiche Geräteausstattung, die durch den Medienbesitz der anderen, die Medien und die Werbung angeregt wird. (vgl. Barthelmes & Sander, 2001, S. 275f) Auf die Bedeutung der Medien für Jugendliche und ihre Mediennutzung soll im nächsten Kapitel näher eingegangen werden.

3 Jugendliche und Medien

3.1 Bedeutung der Medien im Jugendalter

Die Mediennutzung von Jugendlichen zeichnet sich durch einige Merkmale aus (vgl. Hoppe-Graff & Kim, 2002, S. 909):

- Für Jugendliche sind Medien so selbstverständlich, dass sie sie fast überall und fast zu jeder Zeit nutzen. Im Vergleich zu Erwachsenen sind Jüngere technischen Neuerungen gegenüber viel aufgeschlossener.
- Medien werden häufig gleichzeitig genutzt, zum Beispiel läuft während des Internet-Surfens das Radio.
- Medien haben eine wichtige soziale Funktion: Sie machen nicht grundsätzlich einsam oder isolieren, sondern werden oft gemeinsam mit Gleichaltrigen genutzt. Außerdem tragen sie zur sozialen Identitätssicherung bei.

Auch Vollbrecht (2002, S. 1) betont, dass die Medien für Jugendliche eine große Rolle spielen und in den Alltag eingebunden sind: „Neben Familie, Schule und Peergroups bilden die Medien heute eine vierte wichtige Sozialisationsinstanz, die die Welterfahrung von Jugendlichen nachhaltig prägt und strukturiert.“ Medien werden von Jugendlichen ganz selbstverständlich genutzt und in den Sozialisationsprozess mit einbezogen: Sie sind Teil des Alltags. „Das bedeutet nach meinem Verständnis gerade nicht, dass die Medien die Einstellungen [sic] der Jugendlichen ‚prägen‘, Nerds oder Net Kids aus ihnen machen“, meint Schulmeister (2008, S. 49). Denn die Mediennutzung nimmt nur einen Teil aller Freizeitaktivitäten ein, die Hauptrolle spielt der so-

ziale Bezug zu den Peers. Dafür sei Kommunikation wichtig, und die erfolgt heute häufig über Medien, beispielsweise Internet oder Handy. (vgl. ebenda, S. 49, 67) Das zeigt sich auch in der Studie von Barthelmes und Sander (2001). In einer aufwändigen qualitativen Längsschnittuntersuchung haben sie die Funktionen von Medien im Prozess des Aufwachsens von 13- bis 20-jährigen Jugendlichen untersucht. Als Ergebnis konnten die Autoren bestätigen, dass die Medien zwar einen hohen Stellenwert für Jugendliche haben, das Zusammensein mit Freunden jedoch noch viel wichtiger ist - das besagt auch der Titel der Studie ‚Erst die Freunde, dann die Medien‘:

In der Mediendebatte taucht immer wieder das Argument auf, dass der Umgang mit Medien die Jugendlichen isolieren und die Freundschaftsbeziehungen beeinträchtigen würde. Dies mag unter bestimmten Situationen der Fall [sic], ist aber eher als ein kulturpessimistisches Konstrukt über Jugend zu sehen, denn bei den von uns befragten Jugendlichen herrscht das Konzept vor, erst die Freunde und dann die Medien. (ebenda, S. 253)

Medienumgang und -nutzung verändern sich im Jugendalter ständig, es wird zunehmend eine kritische Distanz dazu aufgebaut. Die Zeit, die Jugendliche für Medien aufbringen, nimmt mit dem Alter ab, die Medien werden zu Gebrauchsgegenständen. Bei den 13- und 14-Jährigen spielt beispielsweise das Fernsehen noch eine große Rolle, zwei Jahre später tritt dann ein Sättigungseffekt ein. In diesem Alter sind Peer-Kontakte und schulische Leistungen wichtiger, auch andere Medien wie Kino, Musik und Computer gewinnen an Bedeutung. Ihren Lieblingsfilmen und ihrer Lieblingsmusik bleiben aber viele Jugendliche treu. (vgl. ebenda, S. 27, 85f, 89, 128) Als junge Erwachsene sprechen die von Barthelmes und Sander (2001) befragten Jugendlichen im Rückblick auf ihre Jugendzeit kaum über Medien. Sie beurteilen sie eher als nebensächlich. Erste Liebe, Auszug, Schulwechsel und Reisen sind dagegen Ereignisse, die den Befragten im Gedächtnis geblieben sind und die sie als die Ereignisse beurteilen, die entscheidende Veränderungen bewirkt haben. Andererseits berichten die jungen Erwachsenen aber auch ausführlich von beeindruckenden Medienereignissen, -vorlieben und -erlebnissen, wenn sie danach gefragt werden. Dabei geht es vor allem um Lieblingssendungen und -filme. Die Autoren meinen deshalb:

Die Medienerfahrungen der Vergangenheit bewahren gleichsam entscheidende Erlebnisse der Kindheit und Jugend als Erinnerungspunkte auf. Medienerfahrungen werden somit zu Markierungspunkten der eigenen Biografie. (ebenda, S. 87)

Die Aussage „Je geringer das Ausmaß an sozialen Aktivitäten, um so intensiver fällt der individuelle, private Medienkonsum aus.“ (Luger, 1985, S. 249) muss differenziert werden. So nutzen beispielsweise 36 Prozent der von Schatz (2003, S. 78) befragten Gymnasiasten das Internet meistens gemeinsam mit Freunden, 34 Prozent manchmal.³ Vor allem die kommunikationsfreudigen Schüler nutzen den Computer alleine, wohl um dort Erholung und Rückzugsmöglichkeiten zu suchen. Diejenigen, die in ihrer Freizeit am liebsten mit dem besten Freund oder der Clique zusammen sind, haben bessere Internetkenntnisse als die, die sich in der Freizeit vor allem alleine und mit Familie aufhalten. (vgl. Bofinger 2001, S. 116f, 156) Mehr Freizeitaktivitäten können zu mehr Internetnutzung führen, weil Gruppen zum Beispiel E-Mail nutzen, um untereinander zu kommunizieren oder Treffen zu organisieren. (vgl. Green, Hilken,

³ Ähnliche Ergebnisse auch bei Treumann, Meister, Sander, Burkatzki, Hagedorn, Kämmerer, Strotmann und Wegener (2007, S. 105).

Friedman, Grossman, Gasiewski, Adler & Sabini, 2005, S. 458f) Das Internet wird also entweder genutzt, um Defizite aus dem realen Umfeld (Familie, Peers) zu kompensieren, indem das soziale Netzwerk durch Online-Freundschaften erweitert wird oder um das existierende Netzwerk zu stabilisieren und zu erweitern. Piotrowski spricht deshalb von einer Ergänzung des Netzwerks durch Online-Kontakte. Verdrängungseffekte konnte sie nicht ausmachen. (vgl. Piotrowski, 2006, S. 60-62) Kinder und Jugendliche, die in einer Umwelt aufwachsen, die von elektronischen Medien, vor allem dem Internet, geprägt ist, werden im 21. Jahrhundert häufig als ‚Netzgeneration‘ oder ‚Generation @‘ bezeichnet. Zimmermann (2006, S. 161) bezweifelt jedoch, „ob mit einer thematischen Verschränkung von technologischer Innovation und der Internet-Nutzungsgewohnheiten von Kindern und Jugendlichen wirklich eine neue Generationsgestalt definiert werden kann“. Hoppe-Graff und Kim (2002, S. 920f) betonen, dass durch die große Bedeutung der Medien der Erwerb von Medienkompetenz zu einer wichtigen Entwicklungsaufgabe geworden ist, die in den Erwerb allgemeiner kommunikativer Kompetenzen und dem Schreiben- und Lesenlernen eingebunden ist.

3.2 Mediennutzung

Im Jahr 2003 hatten die vier größten Instant Messaging-Anbieter weltweit etwa 270 Millionen Nutzer, die 582 Milliarden Nachrichten täglich sendeten. (vgl. Flanagin, 2005, S. 176) Doch welche Bedeutung hat Instant Messaging in Deutschland und für Jugendliche? Darauf soll im folgenden Kapitel eingegangen werden.

Die Ergebnisse der Medienforschung belegen eine zunehmende Bedeutung der Medien im Kindes- und Jugendalter, was sich vor allem in einer zunehmenden Medienausstattung und -nutzung zeigt. In ihrem Medienhandeln werden sie heute nicht mehr so stark von ihren Eltern beeinflusst und kontrolliert. (vgl. Kammerl 2005, S. 78) Dass die Mediennutzungszeiten in den letzten Jahren gestiegen sind, führt Cap Gemini (2007, zit. nach Schulmeister, 2008, S. 56f) auf die gestiegene Bedeutung der Kommunikation zurück. Der Anteil der Textkommunikation ist im Vergleich zu Telefon und Handy in den letzten Jahren von acht auf 53 Prozent gestiegen. Den entscheidenden Anteil daran haben Instant Messaging, E-Mail und SMS. (vgl. Abbildung 8)

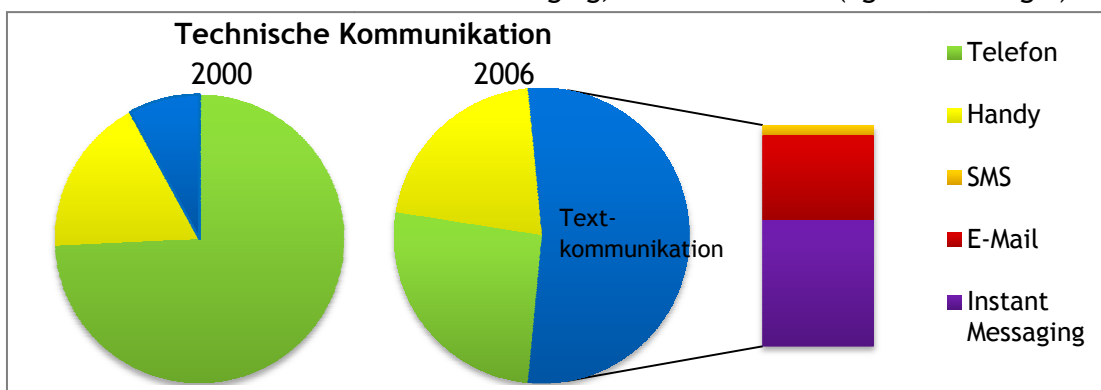


Abbildung 8: Technische Kommunikation 2000 und 2006. (vgl. Cap Gemini, 2007, zit. nach Schulmeister, 2008, S. 57)

ARD/ZDF-Online-Studie

In der repräsentativen ARD/ZDF-Online-Studie 2007 wurden 1822 Deutsche ab 14 Jahren befragt, davon waren 1142 Internetnutzer. 2007 gab es erstmals mehr als 40 Millionen Onliner in Deutschland: 40,8 Millionen Menschen ab 14 Jahren hatten einen

Internetzugang. Damit stieg der Anteil der Internetnutzer im Vergleich zum Vorjahr von 59,5 auf 62,7 Prozent. Am höchsten ist der Anteil der Internetnutzer unter den 14- bis 19-Jährigen: Unter ihnen nutzen 95,8 Prozent, das sind 4,9 Millionen Jugendliche, das Internet. Abbildung 9 zeigt die Entwicklung der jugendlichen Internetnutzer seit Beginn der Erhebung 1997. Dabei sind die 14- bis 29-Jährigen auch die mit der längsten Verweildauer: Die unter 30-Jährigen nutzen das Internet durchschnittlich 155 Minuten am Tag, der gesamte Durchschnitt liegt bei 118 Minuten. Als Gründe für die intensive und extensive Nutzung der Jugendlichen nennen van Eimeren und Frees (2007, S. 378), dass diese zur ersten Generation gehören, die mit dem Internet aufgewachsen ist, und es als ‚Allround-Medium‘ ansehen, das zweck-, unterhaltungs- und erlebnisorientiert genutzt wird.

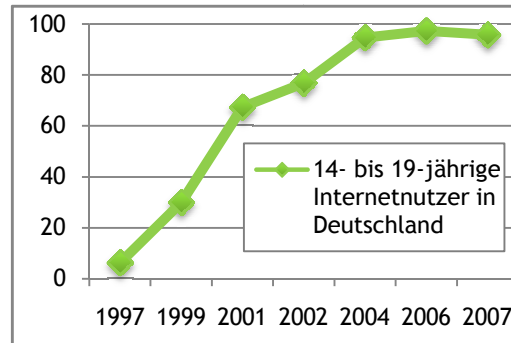


Abbildung 9: ARD/ZDF-Online-Studie: 14- bis 19-jährige Internetnutzer 1997 bis 2007, mindestens gelegentliche Online-nutzung (in Prozent). (vgl. van Eimeren & Frees, 2007, S. 364)

Im vergangenen Jahr ist aufgrund der sinkenden Preise der Anteil der Breitbandanschlüsse nochmals um elf Prozentpunkte gestiegen: 2007 waren 59 Prozent der deutschen Internetanschlüsse DSL-Leitungen. Unter den 14- bis 19-Jährigen verfügen sogar 63 Prozent über einen DSL-Anschluss. Außerdem surfen mittlerweile 69 Prozent der Onliner (und sogar 88 Prozent der DSL-Kunden) per Flatrate - fast der vierfache Anteil wie 2005 (18%). Diese Entwicklung begünstigt natürlich die Nutzung von Instant

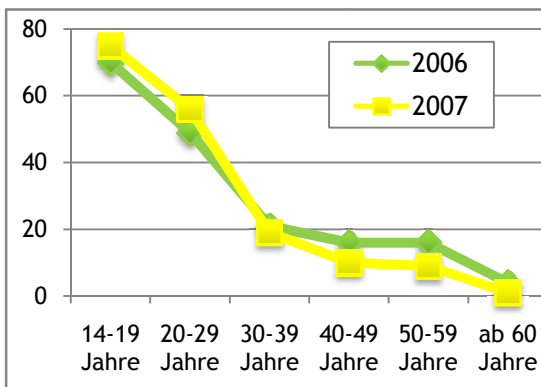


Abbildung 10: ARD/ZDF-Online-Studie: Nutzung von Instant Messaging (mindestens selten, in Prozent) in den Jahren 2006 und 2007. (vgl. Fisch & Gescheidle, 2006, S. 434; Gscheidle & Fisch, 2007, S. 397)

Message, 2006 waren es erst 53 Prozent. Damit nutzt diese Altersgruppe Instant Messaging mit Abstand am intensivsten (vgl. Abbildung 10). (vgl. van Eimeren & Frees, 2007, S. 363, 376f; Fisch & Gscheidle, 2006, S. 431-433; Gscheidle & Fisch, 2007, S. 393f, 397f)

JIM-Studie

Seit zehn Jahren untersucht die JIM-Studie die Medienwelt und den Medienalltag 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Auch 2007 wurden in der repräsentativen Telefonumfrage 1204 Jugendlichen befragt.

Messengern. Denn verfügt man über eine Flatrate, kann der Messenger während der gesamten Computernutzung ohne Mehrkosten im Hintergrund mitlaufen. Und so nutzen auch 29 Prozent der DSL-Nutzer mindestens wöchentlich einen Instant Messenger, im Vergleich zu 22 Prozent der gesamten Onliner. Die Instant Messenger-Nutzung der Internetnutzer blieb damit im Vergleich zum Vorjahr stabil. Bei den jüngeren Nutzern ist die Verbreitung dagegen nochmals stark gestiegen: 73 Prozent der Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren verwenden mindestens wöchentlich Instant

Medienausstattung

Haushalte mit Jugendlichen von 12 bis 19 Jahren haben eine beachtliche Medienausstattung, wie Abbildung 11 zeigt: Praktisch alle haben einen Fernseher, ein Handy, einen Computer und einen CD-Player, mit 95 Prozent sind fast alle dieser Haushalte online. Viele der Geräte sind sogar mehrmals vorhanden: In den Haushalten gibt es durchschnittlich 3,8 Handys, 2,6 Fernseher und 2,2 Computer.

Auch die Jugendlichen selbst besitzen viele technische Geräte: Am weitesten verbreitet ist das Handy (94%), gefolgt von mp3- (85%) und CD-Player (83%).

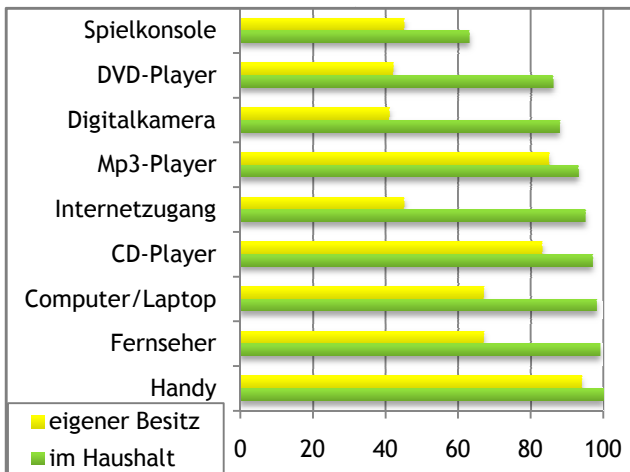


Abbildung 11: Geräteausstattung Jugendlicher (in Prozent) (vgl. mpfs, 2007, S. 8-10)

Je 67 Prozent haben einen eigenen Computer oder ein Fernsehgerät, 45 Prozent der Jugendlichen haben einen eigenen Internetanschluss im Zimmer - 2002 waren es erst 28 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr ist vor allem der Besitz von Digitalkameras (+12 Prozentpunkte), Computern und Internetanschlüssen (je +7) und mp3-Playern (+6) gestiegen.

Der Gerätebesitz von Jungen und Mädchen unterscheidet sich: Mädchen haben häufiger Digitalkameras, mp3- und CD-Player, Jungen dagegen häufiger einen eigenen Computer, Internetzugang und Spielkonsolen. Die Geräteausstattung variiert auch mit dem Bildungsgrad: Während Hauptschüler häufiger als Gymnasiasten einen eigenen Fernseher (74% vs. 60%) oder eine Spielkonsole (55% vs. 34%) haben, besitzen Gymnasiasten häufiger einen Computer (57% vs. 71%) und einen Internetanschluss (32% vs. 50%). (vgl. Feierabend & Klingler, 2003, S. 454; mpfs, 2007, S. 8-11)

Mediennutzung

Unter den Medien wird immer noch am häufigsten der Fernseher genutzt: 92 Prozent der Jugendlichen schauen mindestens mehrmals pro Woche fern. An zweiter Stelle kommt der Computer (84%), danach mp3-Player und Handy (jeweils 82%). 83 Prozent wählen sich mehrmals pro Woche ins Internet ein - ein Zuwachs von sechs Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. 1998 waren es erst ein Viertel, 2002 schon gut drei Viertel der Jugendlichen. Zwischen Jungen und Mädchen zeigen sich hier nur geringe Unterschiede, mit dem Alter nehmen Computer- und Internetnutzung jedoch zu: Von den 12- bis 13-Jährigen nutzen 82 Prozent das Internet zumindest selten, bei den 14- bis 17-Jährigen sind es 97 Prozent. Bei den Hauptschülern gibt es mit 87 Prozent weniger Onliner als unter den Realschülern (92%) und den Gymnasiasten (97%). Die Nutzer verbringen nach eigener Einschätzung pro Tag durchschnittlich 114 Minuten im Internet, wobei Jungen (131 Minuten) deutlich länger online sind als Mädchen (97 Minuten). Auch diese Nutzungsdauer steigt mit dem Alter an: Von 78 Minuten bei

den 12- bis 13-Jährigen bis 138 Minuten bei den 16- bis 17-Jährigen. (vgl. Feierabend & Klingler, 2003, S. 459; mpfs, 2007, S. 12f, 32, 37f, 40)⁴

Die Wichtigkeit von Computer und Internet zeigt sich vor allem auch in der Medienbindung: 25 Prozent der Jugendlichen (davon 16% der Mädchen und 33% der Jungen) - so viele wie bei keinem anderen Medium - geben an, unter allen Medien am wenigsten auf den Computer verzichten zu können. Im Vorjahr wurde der Computer erstmals als unentbehrlichstes Medium gewählt. Beim Internet sind es 22 Prozent (23% Mädchen, 21% Jungen), beim Fernseher nur 15 Prozent. 66 Prozent der Jugendlichen geben an, dass sich die meisten ihrer Freunde mit dem Internet beschäftigen - vor

zehn Jahren waren das erst zehn Prozent. Außerdem sagen 63 Prozent: „Das Internet gehört heute einfach dazu.“ (1998: 29%) (vgl. mpfs, 2007, S. 16f, 47; Feierabend & Kutteroff, 2007, S. 85) Unter den Internet-Aktivitäten stehen kommunikative Tätigkeiten im Vordergrund, mit über 60 Prozent entfällt mehr als die Hälfte der Internetnutzung auf diesen Bereich: Täglich oder mehrmals pro Woche nutzen 30 Prozent Chatrooms, 60 Prozent E-Mail und 72 Prozent Instant Messaging. IM ist damit die häufigste Internet-Aktivität der Jugendlichen, wie auch die Abbildung 12 zeigt. (vgl. mpfs, 2007, S. 40f)

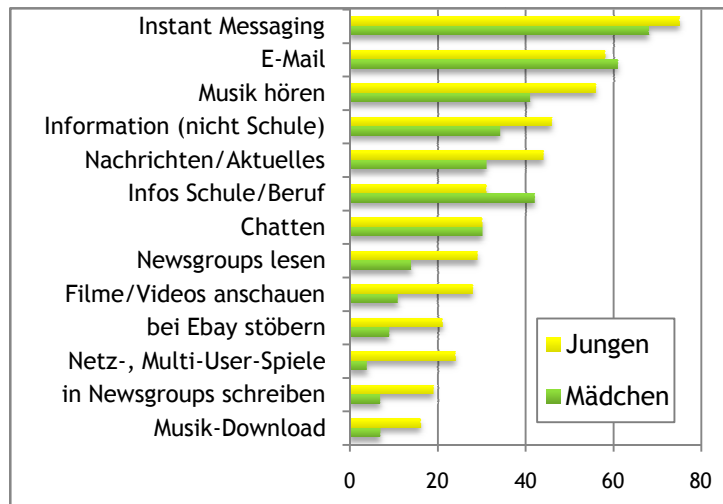
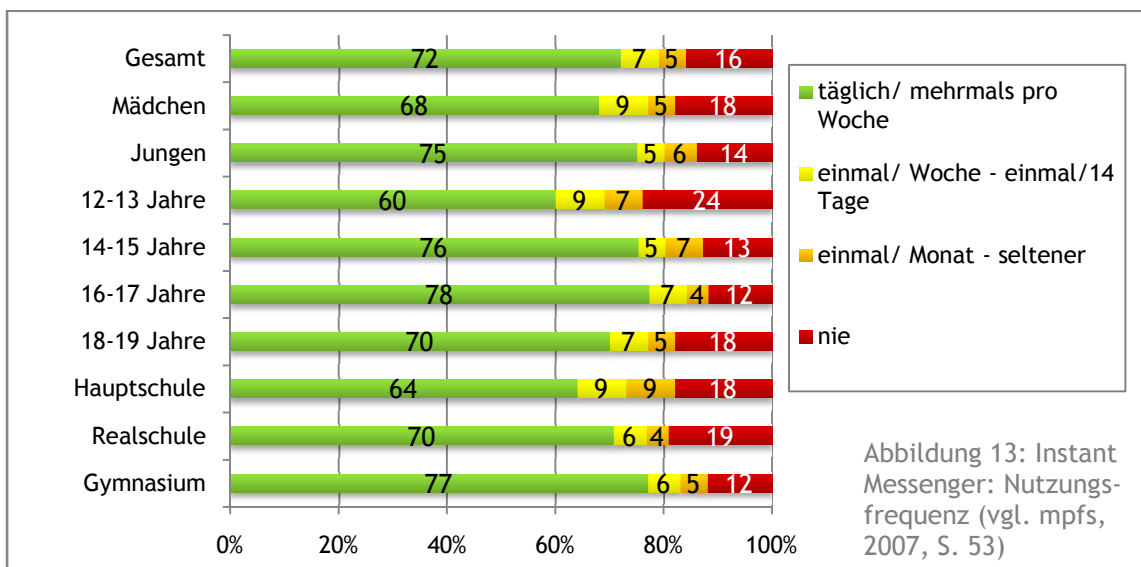


Abbildung 12: Internet-Aktivitäten Jugendlicher (Auswahl der häufigsten, in Prozent) (vgl. mpfs, 2007, S. 409)

zehn Jahren waren das erst zehn Prozent. Außerdem sagen 63 Prozent: „Das Internet gehört heute einfach dazu.“ (1998: 29%) (vgl. mpfs, 2007, S. 16f, 47; Feierabend & Kutteroff, 2007, S. 85) Unter den Internet-Aktivitäten stehen kommunikative Tätigkeiten im Vordergrund, mit über 60 Prozent entfällt mehr als die Hälfte der Internetnutzung auf diesen Bereich: Täglich oder mehrmals pro Woche nutzen 30 Prozent Chatrooms, 60 Prozent E-Mail und 72 Prozent Instant Messaging. IM ist damit die häufigste Internet-Aktivität der Jugendlichen, wie auch die Abbildung 12 zeigt. (vgl. mpfs, 2007, S. 40f)



2005 waren es erst 41 Prozent der Jugendlichen, die mindestens mehrmals pro Woche Instant Messenger nutzten, 2006 schon 58 Prozent und 2007 72 Prozent. Nur 16 Prozent der Onliner nutzen nie Instant Messenger. Der Anteil der Jungen unter den

⁴ vgl. auch die Studie von Treumann et al. (2007, S. 115, 468)

Nutzern ist etwas größer, der Anteil der Hauptschüler dagegen vergleichsweise gering. (vgl. Abbildung 13) Der am weitesten verbreitete Messenger ist ICQ: Ihn verwenden 88 Prozent der Nutzer (2006: 82%). (vgl. mpfs, 2007, S. 52; Feierabend & Kutteroff, 2007, S. 93, 95)

Schneider et al. (2005): „Instant Messaging - Neue Räume im Cyberspace“

Schneider et al. (2005) haben im Rahmen eines Forschungsprojekts an der Universität Erfurt im Jahr 2003 mehr als 5000 Menschen zur Instant-Messaging-Nutzung befragt und damit das Medium Instant Messaging erstmals im deutschsprachigen Raum umfassend empirisch untersucht (vgl. ebenda, S. 9).

Nutzung

Die Autoren kommen zu dem Ergebnis, dass die Entscheidung Instant Messenger zu nutzen vor allem durch interpersonale Kontakte beeinflusst wird. 52,1 Prozent der befragten Nutzer (bei den Einzelchat-Nutzern sogar 61,4%) sind durch Freunde und Bekannte auf Instant Messaging aufmerksam geworden, bei 26,8 Prozent wurde der Messenger automatisch zusammen mit anderer Software installiert. Nur wenige kamen durch Medien (4,3%) oder Werbung (5,0%) dazu.

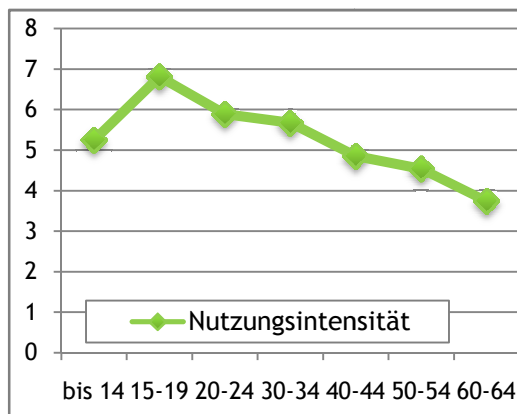


Abbildung 14: Nutzungsintensität nach Alter (Intensitätsindex nach Schneider et al.). (vgl. Schneider et al., 2005, S. 70)

Vor allem die Jüngeren nutzen intensiv IM: Die Anzahl der Vielnutzer nimmt mit dem Alter kontinuierlich ab. (vgl. Abbildung 14). Vielnutzer nutzen außerdem häufiger Foren und Chats, sie spielen öfter Online-Spiele und laden öfter Dateien herunter als Wenignutzer. Auch zwischen den Geschlechtern finden sich Unterschiede: Die männlichen Nutzer weisen nur eine etwas größere Nutzungsintensität auf als weibliche Nutzer, bei den Männern gibt es aber mit 8,2 Prozent fast doppelt so viele Vielnutzer als bei den Frauen (4,6%). (vgl. ebenda, S. 22f, 71)

Außerdem verwenden die Nutzer, die sich nicht in einer festen Partnerschaft befinden, IM intensiver. „Dieser Effekt lässt sich weitestgehend mit dem Alter erklären und muss nicht zwingend Rückschlüsse auf die Motive der ‚Instant Messaging‘-Nutzung von Singles zulassen [...], da viele der intensiven ‚Instant Messaging‘-Nutzer jung sind und in den betreffenden Altersgruppen der Anteil der Singles besonders hoch ist.“ (ebenda, S. 71)

Kommunikationspartner

86,3 Prozent der Befragten nehmen nicht jeden in ihre Freundesliste auf. So erklärt sich, warum mehr als die Hälfte der Nutzer nicht mehr als zehn Kontakte in der Liste hat. (vgl. Abbildung 15) 33,3 Prozent der Befragten kommunizieren nie mit Fremden über Instant Messaging, sehr oft tun das nur

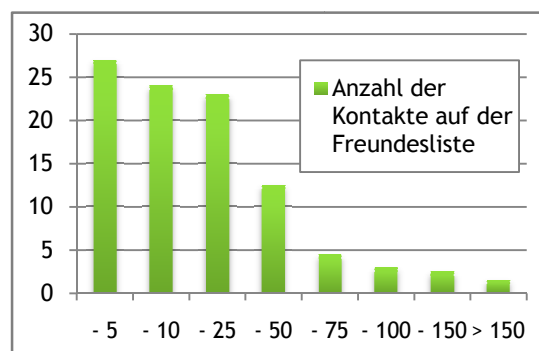


Abbildung 15: Anzahl der Kontakte auf der Freundesliste (Anteil in Prozent) (vgl. Schneider et al., 2005, S. 87)

8,7 Prozent. (vgl. ebenda, S. 98)

IM-Nutzung Jugendlicher

In der quantitativen Befragung von Schneider et al. (2005) gab es einige Unterschiede zwischen der IM-Nutzung von Schülern und den restlichen Befragten: Schüler nutzen den Einzelchat deutlich häufiger (90,1%) als die übrigen Nutzer (72,3%). Auch der Dateiaustausch wird von Schülern (64,0%) häufiger genutzt als von den restlichen Befragten (44,4%) - zum Beispiel für Hausaufgaben. Stärker als andere nutzen Schüler das Instant Messaging zu instrumentellen Zwecken: ‚um meine Probleme mitzuteilen und mir Ratschläge zu holen‘, ‚um Ratschläge zu geben‘ und ‚um gemeinsam an Projekten zu arbeiten und Aufgaben zu lösen‘. Natürlich geht es aber auch um die soziale Integration. (vgl. ebenda, S. 150f) Schüler kommunizieren vor allem mit Nutzern aus ihrer Umgebung und mit Freunden, mit denen sie auch sonst viel Kontakt haben. Schneider et al. (2005, S. 151f) begründen dies so: „Schüler leben in den allermeisten Fällen im Haushalt ihrer Eltern und sind in ihrem Lebensumfeld an einen Ort gebunden. Die schulische Umgebung bildet einen wesentlichen Fokuspunkt des sozialen Lebens.“

Weitere Studien

Auch eine aktuelle Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach unter 14- bis 64-jährigen deutschen Internetnutzern kommt zu dem Ergebnis, dass Jugendliche viel häufiger chatten und Instant Messenger nutzen als die Gesamtheit (vgl. Abbildung 16).

Im Pew Internet & American Life Project (2001) wurden Telefoninterviews mit 754 Jugendlichen zwischen 12 bis 17 Jahren und mit genauso vielen Eltern geführt. Außerdem gab es noch eine Online-Diskussion mit 21 Teenagern.

Jugendliche nutzen IM in den USA sehr häufig: 74 Prozent der Teenager (und nur 44% der Erwachsenen), die online sind, nutzen Instant Messenger, 68 Prozent nutzen ihn mindestens mehrmals pro Woche. 45 Prozent der Jugendlichen sagen, dass sie den Instant Messenger jedes Mal nutzen, wenn sie online gehen. Bei 46 Prozent der Jugendlichen dauert eine IM-Sitzung zwischen 30 und 60 Minuten, bei 21 Prozent mehr als eine Stunde. (vgl. ebenda, S. 20f) Dabei nutzen Mädchen (78%) IM etwas häufiger als Jungen (71%). Außerdem zeigen sich auch Unterschiede im Hinblick auf die Internet-Erfahrung: Jugendliche, die schon mehr als drei Jahre lang das Internet nutzen, verwenden Instant Messaging viel häufiger (89%) als solche, die seit weniger als einem Jahr online sind (61%). Auffällig ist auch, dass vor allem in Familien mit höherem Einkommen Instant Messaging genutzt wird: In Familien mit über 50.000\$ pro Jahr nutzen 79 Prozent, in denen mit unter 30.000 \$ pro Jahr nur 65 Prozent Instant Messenger. 50 Prozent haben schon mit IM-Nutzern gepochtet, die sie noch nie im wirklichen Leben gesehen haben. Viele dieser Kontakte entstanden jedoch durch das Weitergeben von Freunden oder Familienmitgliedern. Jungen (54%)

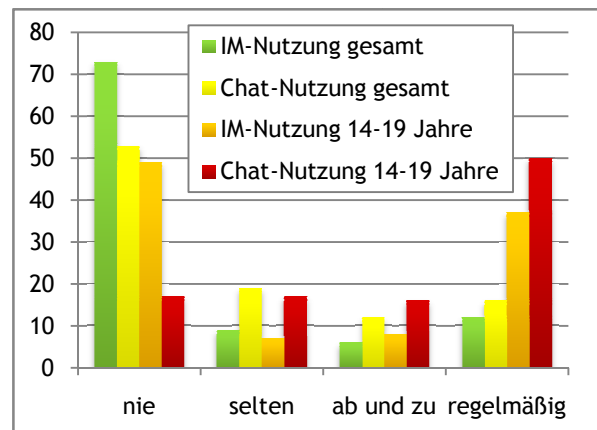


Abbildung 16: Befragung deutscher Internetnutzer von 14 bis 64 Jahren, Institut für Demoskopie Allensbach: Nutzen Sie Instant Messenger (ICQ, MSN, Skype, usw.)? Unterhalten Sie sich im Internet mit anderen Nutzern (Chatten)? (vgl. Statista 2008a-d)

haben das bereits öfter gemacht als Mädchen (46%). Während schon 57 Prozent der 15-17-Jährigen schon einmal mit Unbekannten gechattet haben, waren es nur 41 Prozent der 12-14-Jährigen. Außerdem chatteten vor allem die Jugendlichen, die jeden Tag online sind, mit Fremden. Schon bei der Befragung im Jahr 2000 war für 19 Prozent der Instant Messenger das Medium, mit dem sie am häufigsten Kontakt zu ihren Freunden haben (Telefon: 71%, E-Mail: 8%). (vgl. ebenda, S. 19-21, 31)

Auch 88 Prozent der 794 im Jahr 2004 von Valkenburg und Peter (2007) befragten niederländischen Jugendlichen zwischen zehn und 16 Jahren gaben an, per IM ‚oft‘ oder ‚fast immer‘ mit schon bestehenden Offline-Freunden zu kommunizieren. Die Online-Kommunikation hing dabei positiv mit der Enge der Freundschaft zusammen - jedoch nur bei den Befragten, die vor allem mit bestehenden Freunden chatteten. 32 Prozent der einsamen Jugendlichen - im Vergleich zu 19 Prozent der nicht einsamen Jugendlichen - empfinden Internet-Kommunikation effektiver als Offline-Kommunikation. Wenn es um intime Themen geht, stimmen dem sogar 35 Prozent der Einsamen (und 25% der Nicht-Einsamen) zu. In Übereinstimmung mit ihren Hypothesen fanden die Autoren heraus, dass die Befragten, die öfter über das Internet kommunizieren, eine engere Beziehung zu ihren Offline-Freunden empfanden. (vgl. ebenda, S. 272-275)

Leung (2001) hat im Jahr 1999 an einer Universität in Hong Kong 576 Studenten im Alter von 18 bis 36 Jahren per Fragebogen befragt. 32 Prozent von ihnen gaben an, jeden Tag per ICQ zu chatten, 24 Prozent drei- bis viermal pro Woche und 18 fünf- bis sechsmal pro Woche. Eine ICQ-Sitzung dauerte im Durchschnitt zwei Stunden und zehn Minuten. Die meisten chatteten mit Kommilitonen (42%), Freunden (34%) und Internet-Freunden (10%). Die Studenten chatteten meistens, wenn sie nichts zu tun haben (40%), aus Gewohnheit (23%) und wenn ihnen langweilig ist (18%). Studenten, die auf dem Campus lebten, nutzten das ICQ signifikant öfter. Leung (2001) erklärt das damit, dass auf dem Campus die Freizeitmöglichkeiten geringer sind als wenn man Zuhause lebt. Die Studenten, die ein geringes Haushaltseinkommen haben, verbrachten mehr Zeit im ICQ. Der Besitz eines Mobiltelefons war außerdem signifikant, um ICQ-Nutzung vorauszusagen.⁵ Auch Studenten, die häufig E-Mail nutzen, Online-Games spielen und im Netz surfen, chatteten tendenziell häufiger im ICQ. Der Autor fasst zusammen: „Thus, this finding suggests that ICQ provides an important means for entertainment especially for the poorer college students.“ (ebenda, S. 495) Frauen haben außerdem durchschnittlich längere ICQ-Sitzungen und chatteten auch öfter in der Woche als Männer (vgl. ebenda, S. 492-496). In der Studie von Chung und Soo Nam (2007, S. 228) nutzen dagegen Männer IM stärker (durchschnittlich 2 Stunden am Tag) als Frauen (1,5 Stunden am Tag).

Green et al. (2005) haben in den USA 101 Studenten zwischen 18 und 22 Jahren per Fragebogen befragt. Sie nutzten IM sehr häufig (durchschnittlich eine Stunde pro Tag), allerdings korrelierte damit das Gefühl zu viel Zeit im Internet zu verbringen und eine geringe Lebenszufriedenheit. Die Autoren kommen deshalb zu dem Schluss, dass Instant-Messenger-Konversationen zwar zuerst unterhaltend sind, aber dass die Nutzer dann merken, dass sie nicht andauernde interpersonelle Bedürfnisse erfüllen. Aus den Daten kann keine Richtung der Korrelation abgelesen werden: Es könnte

⁵ Hier ist zu beachten, dass in Deutschland nahezu alle Jugendlichen ein Handy haben (vgl. JIM-Studie in diesem Kapitel), sodass dies hier kaum ICQ-Nutzung voraussagen kann.

sein, dass die Menschen, die weniger zufrieden mit ihrem Leben sind, eher Instant Messenger nutzen; es könnte aber auch sein, dass Instant Messaging die Zufriedenheit reduziert. Auch wenn es verbreitet genutzt wird, ist es nach Meinung der Autoren mehr schädlich als nützlich: „However, it appears that although IM is commonly used [...] it may be more detrimental than beneficial.“ (ebenda, S. 459) IM schaffe eher schwache Beziehungen. (vgl. ebenda, S. 458f)

Livingstone und Helsper (2007) haben im Rahmen der Studie ‚UK Children Go Online‘ (UKCGO) 40-minütige face-to-face-Interviews mit 1511 Briten zwischen neun und 19 Jahren geführt. 55 Prozent der Befragten nutzen Instant Messaging. Während 70 Prozent der täglichen und 30 Prozent der wöchentlichen Internet-Nutzer ein generelles Interesse am Instant Messaging haben, sind es bei den Gelegenheits- und Nicht-Nutzern nur sehr wenige. Die Autoren erklären dies damit, dass man entweder diesen Dienst erst nutzen muss, um den Spaß darin zu sehen, oder dass diese Jugendlichen nicht Teil einer Gruppe sind, die regelmäßig auf diese Art und Weise kommunizieren. Bei der Frage, was Jugendliche im Internet machen würden, wenn sie dort mehr Zeit verbringen würden, würden nur 13 Prozent mehr Instant Messaging nutzen (im Vergleich zu z.B. 51% Spiele spielen, 40% für die Schule arbeiten, 40% Musik herunterladen) - und zwar 19 Prozent der 18- bis 19-Jährigen und nur sieben Prozent der 9- bis 11-Jährigen. (vgl. ebenda, S. 681) Die Autoren stellen eine Stufenfolge der Online-Aktivitäten auf: Die Grundfunktion des Internet ist die Informationssuche, sie wird von praktisch allen jugendlichen Onlinern genutzt. In einem zweiten Schritt kommen Aktivitäten zur Unterhaltung und Kommunikation dazu. Die, die das Internet noch intensiver einsetzen, gebrauchen es auch zum Instant Messaging, und die ‚Allrounder‘ verwenden das Internet dann für viele verschiedene Tätigkeiten. Die Älteren und diejenigen, die schon länger online sind und die bessere Internet-Fähigkeiten haben, nutzen mehr Möglichkeiten im Netz. Jüngere verwenden weniger Dienste als die älteren Jugendlichen. (vgl. ebenda, S. 684-689)

Die Interessen der Internetnutzung verändern sich mit dem Älterwerden: Während Viertklässler am liebsten im Internet spielen, chatten Mädchen schon in der sechsten Klasse am liebsten über Instant Messenger. Während Jungen das Internet eher für Spiele und Musikdownloads gebrauchen, nutzen es Mädchen eher zur Kommunikation, was zeigt, dass Beziehungen und Nähe in diesem Alter für Mädchen wichtiger sind. Ab der neunten Klasse ist Instant Messaging für Mädchen (80-83%) und Jungen (54-61%) die beliebteste Online-Aktivität. Diese Veränderungen stimmen auch mit den anderen Veränderungen überein, die in der Jugendzeit zu beobachten sind: Die Kommunikation mit Gleichaltrigen löst das Spielen ab. (vgl. Ittel & Rosendahl, 2007, S. 188; Schulmeister, 2008, S. 71) Nach Ergebnissen von Lewis und Fabos (2006, S. 487) scheint die IM-Nutzung auch saisonal unterschiedlich zu sein: Im Sommer und in den Ferien, wenn die Jugendlichen mehr Möglichkeiten haben, ihre Freunde face-to-face zu treffen, nimmt die Nutzung ab. Während der Schulzeit müssen die meisten Jugendlichen abends zu Hause bleiben und suchen über Instant Messaging einen Weg, mit ihren Freunden zu kommunizieren.

Zusammenfassend kann man also sagen, dass Jugendliche Instant Messaging - und als beliebtesten Messenger ICQ - sehr intensiv nutzen, und das vor allem mit bestehenden Freunden und Bekannten. Bei der Frage, ob nun Mädchen oder Jungen, Frauen oder Männer häufiger und länger Instant Messenger nutzen, kommen die Studien zu unterschiedlichen Ergebnissen. Dass ICQ für Jugendliche sehr wichtig ist, zeigt auch folgendes Foto (Abbildung 18) aus der Gruppendiskussion der 12- bis 15-jährigen Mädchen der Bravo Faktor Jugend-Studie. Auf die Frage „Welche Medienmarken sind euch ganz nah? Welche eher fern?“ ist ICQ eine der Marken, die ganz in der Mitte klebt. (vgl. Bauer Media, 2007, S. 54)



Abbildung 17: Gruppendiskussion in der Bravo Faktor Jugend-Studie: „Welche Medienmarken sind euch ganz nah?“ (Bauer Media 2007, S. 54)

Doch warum nutzen Jugendliche ICQ? Mit dieser Frage werde ich mich im nächsten Kapitel beschäftigen.

4 Motive der ICQ-Nutzung

Es gibt viele verschiedene Theorien der computervermittelten Kommunikation. Um herauszufinden, warum Jugendliche ICQ nutzen, soll der Uses and Gratifications-Ansatz (UGA) herangezogen werden. Döring (2001, S. 162) ordnet ihn den Theorien der Medienwahl zu. Dieser für die Nutzung von Massenmedien entwickelte Ansatz wurde das erste Mal von Katz, Blumler und Gurevitch (1974) formuliert.

4.1 Der Uses and Gratifications-Ansatz

Grundlagen

In der klassischen Medienwirkungsforschung wird davon ausgegangen, dass Medieninhalte als Stimuli Veränderungen von Einstellungen und Handlungen erzeugen - Medienaussagen und deren Wirkung stehen im Zentrum. Der Uses and Gratifications-Ansatz stellt dagegen den Nutzer in den Mittelpunkt: Es wird nach den Gründen und dem Zweck der Mediennutzung gefragt. Die Bedürfnisse und Kriterien der Rezipienten rücken damit erstmals ins Zentrum. Hier wird von ‚Gratifikationen‘ gesprochen - Belohnungen, die sich aus einer Handlung (der Mediennutzung) ergeben und deshalb auch nur im Nachhinein erkennen lassen. Eine Handlung kann dabei immer mehrere Gratifikationen nach sich ziehen. (vgl. Schneider et al., 2005, S. 31; Treumann et al., 2007, S. 35) Nicht mehr ‚Was machen die Medien mit den Menschen?‘ steht im Vordergrund der Forschung, sondern: ‚Was machen die Menschen mit den Medien?‘ Dahinter steht die Annahme, dass der Rezipient aktiv über die Nutzung von Medien und deren Inhalten entscheidet. Dies impliziert einen symmetrischen Kommunikationsprozess, an dem sowohl der Kommunikator als auch der Rezipient teilnehmen. (vgl. Merten, 1984, S. 66)

Zentrale theoretische Wurzel des Ansatzes ist das Konzept der ‚symbolischen Interaktion‘ aus der Soziologie. Menschliches soziales Handeln ist demnach keine bloße Reaktion auf Reize. Der besondere Charakter menschlicher Interaktion ergibt sich daraus, dass die Personen die Handlungen anderer interpretieren und ihnen Bedeutung zuschreiben anstatt nur auf sie zu reagieren. In die Handlungen des Menschen fließen die eigenen Interessen und Ziele genauso ein wie situative Bedingungen, zum Beispiel Zwänge, Verbote, Gefahren und Belohnungen. Soziales Handeln ist damit ziel- und normorientiert. (vgl. Fix, 2001, S. 29; Renckstorf, 1973, S. 188f) Beim UGA wird der Rezipient also nicht mehr als passives ‚Objekt‘ der Medienbeeinflussung gesehen, sondern als aktiv und selbst-bewusst. Seine Mediennutzung kann zur Bedürfnisbefriedigung, also zu physischem oder psychischem Wohlbefinden, führen. Dieser Aspekt wird vor allem bei der Medienwirkung auf Kinder häufig vernachlässigt:

Durch die generelle Definition von Kindern und Jugendlichen als noch nicht ‚fertige‘, noch zu bildende Personen und durch die Sichtweise vom ‚wehrlosen Rezipienten‘, wie sie von der traditionellen Wirkungsforschung transportiert wurde, sind Kinder und Jugendliche als aktive Kommunikatoren in medienwissenschaftlichen Untersuchungen lange kaum in Erscheinung getreten. (Treumann et al., 2007, S. 36)

Katz et al. (1974) formulierten folgende Grundbedingungen des UGA:

- Das Publikum ist aktiv, seine Handlungen sind zielgerichtet und intentional.
- Dem Rezipienten kommt bei der Mediennutzung eine zentrale Rolle zu, da er bestimmt, ob ein Kommunikationsprozess stattfindet oder nicht; die Zuwendung zu den Medien wird durch Kosten-Nutzen-Kalkulation gesteuert.
- Mediennutzung ist ein Akt der Bedürfnisbefriedigung und deshalb auch nur im Kontext alternativer Methoden der Bedürfnisbefriedigung zu sehen: Medien konkurrieren mit anderen Quellen der Bedürfnisbefriedigung.
- Die Menschen sind sich ihrer Nutzungsmotive bewusst und können sie ausdrücken.
- Die Motive der Rezipienten werden in ihren eigenen Kategorien ermittelt, also so, wie sie ihre Mediennutzung selbst verstehen.

(vgl. Katz et al., 1974, S. 21f; Merten, 1984, S. 66; Schenk, 2007, S. 685; Vogel, Suckfüll & Gleich, 2007, S. 340)

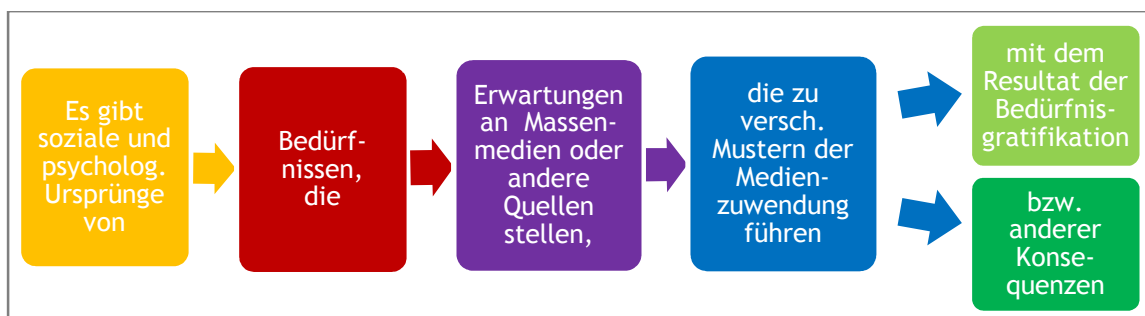


Abbildung 18: Elemente des Uses and Gratifications-Ansatzes. (vgl. Schenk, 2007, S. 686)

Abbildung 18 zeigt die Elemente der Uses and Gratifications-Forschung: Sie beschäftigt sich mit (1) den sozialen und psychologischen Ursprüngen von (2) Bedürfnissen, die (3) Erwartungen erzeugen an (4) Medien und andere Quellen. Diese Erwartungen führen dann zu (5) verschiedenen Mustern der Mediennutzung (oder anderen Aktivitäten), wodurch sich eine (6) Bedürfnisbefriedigung und (7) andere (meist unbeabsichtigte) Konsequenzen ergeben. (vgl. Schenk, 2007, S. 686)

Erweiterungen

Einige Forscher sahen in den 70er Jahren die Notwendigkeit, zwischen den gesuchten Gratifikationen (gratifications sought: GS) der Mediennutzung und den tatsächlich erhaltenen Gratifikationen (gratifications obtained: GO) zu unterscheiden. Die frühere Forschung hatte diese Trennung vernachlässigt, die ungenaue Präzisierung der Grundbegriffe ‚Uses‘ und ‚Needs‘ war kritisiert worden. Die gesuchten Gratifikationen sind dabei die Motive des Handelns. Aus welchen Bedürfnissen heraus die Handlung tatsächlich entsteht, soll und kann dabei nicht geklärt werden. Motive sind also keineswegs gleichzusetzen mit Bedürfnissen. (vgl. Palmgreen, 1984, S. 53; Schenk, 2007, S. 691; Schneider et al., 2005, S. 32; Vogel et al., 2007, S. 341)

Erwartungs/Bewertungs-Ansatz

Nach Palmgreen (1984, S. 55) ist ein Verhalten, eine Verhaltensabsicht oder eine Einstellung das Produkt aus einer Erwartung und einer Bewertung. Die Menschen haben Erwartungen, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein Objekt eine bestimmte Eigenschaft besitzt. Gleichzeitig bewerten Mediennutzer diese Eigenschaft, das heißt sie haben darüber eine positive oder negative Vorstellung. Der Mediennutzer verknüpft nun Erwartung und Bewertung, wägt ab, und entscheidet sich für das Angebot, von dem er glaubt, dass es den größten Ertrag bringt.

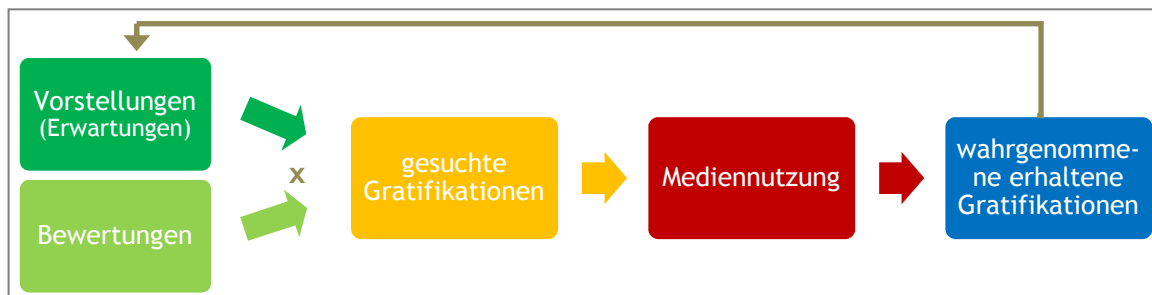


Abbildung 19: Erwartungs/Bewertungs-Modell gesuchter und erhaltener Gratifikationen. (vgl. Palmgreen, 1984, S. 56)

Das Prozessmodell (Abbildung 19) zeigt, dass das Produkt von Vorstellungen (Erwartungen) und Bewertungen die Suche nach Gratifikationen beeinflusst, die dann auf die Mediennutzung wirkt. Diese führt zu einer Wahrnehmung bestimmter erhaltener Gratifikationen; und dies wiederum verändert rückwirkend die individuelle Wahrnehmung der mit den Gratifikationen verbundenen Eigenschaften des Mediums. Das Modell geht außerdem davon aus, dass die Bewertungen nicht von den erhaltenen Gratifikationen beeinflusst werden: Mit einer zunehmend stärkeren Wahrnehmung erhaltener Gratifikationen gehe keine positivere Bewertung der Medieneigenschaft einher. Bewertungen werden hier als stabile Elemente angesehen, die Produkt des individuellen Bedürfnis- und Wertesystems sind. Mit diesem GS-GO-Modell kann man prüfen, inwieweit die Medienangebote den Wünschen des Publikums entsprechen: Der Rezipient wird sich für die Medien, Inhalte oder Programme entscheiden, bei denen die Diskrepanz zwischen den gesuchten und erwarteten Gratifikationen am geringsten ist, bei denen er also die meisten Gratifikationen, das heißt die größte Befriedigung, erhält. (vgl. Merten, 1984, S. 68; Palmgreen, 1984, S. 56; Schenk, 2007, S. 692; Vogel et al., 2007, S. 340-342)

In einem integrativen Gratifikationsmodell (Abbildung 20) hat Palmgreen (1984, S. 57f) die Ergebnisse der UGA-Forschung der 70er und frühen 80er Jahre zusammen

gefasst. Es zeigt, dass viele Variablen wie das soziale Umfeld, der Kulturkreis, die Bedürfnisse, Werte und Vorstellungen einer Person Einfluss auf ihre Motive (also gesuchten Gratifikationen) die Medienwahl und letztlich auf Verhalten und Wirkung haben:

Das Modell zeigt aber deutlich, daß auch die gesuchten Gratifikationen nicht isoliert betrachtet werden können, da sie mit einem ganzen Bündel vorhergehender und nachfolgender Variablen - medialer, wahrnehmungsspezifischer, sozialer und psychologischer Art - verknüpft sind. (ebenda, S. 58)

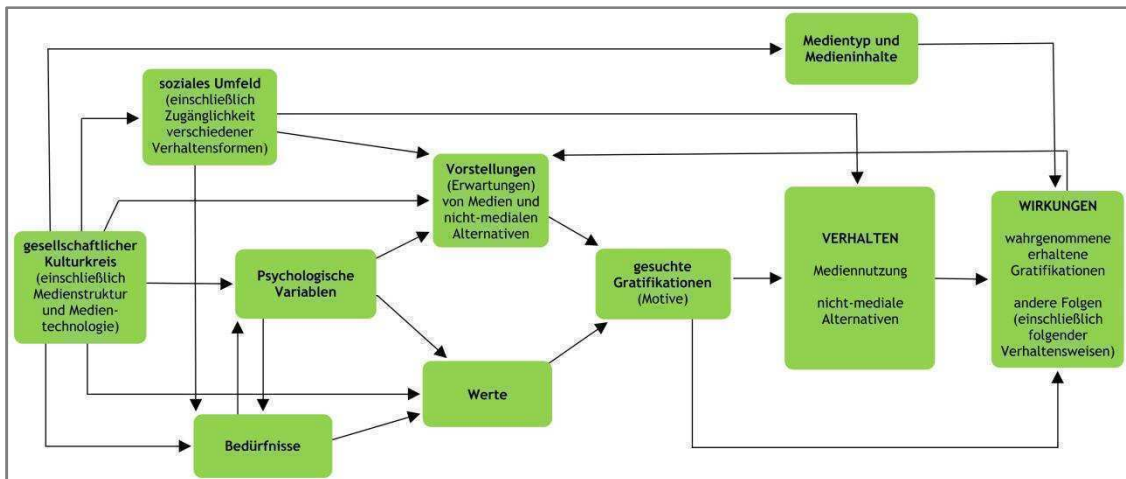


Abbildung 20: Integratives Gratifikationsmodell der Massenmediennutzung. (vgl. Palmgreen, 1984, S. 57)

Sozial-kognitives Modell

La Rose und Eastin (2004; vgl. Schenk, 2007, S. 695) haben auf Grundlage des UGA das Sozial-kognitive Modell der Mediennutzung entwickelt, das auf der sozial-kognitiven Theorie von Bandura basiert. Beobachtbares Verhalten, also auch Mediennutzung, wird hier auf die erwarteten Ergebnisse dieses Verhaltens zurückgeführt. Die Erwartungen entstehen durch Erfahrung oder Beobachtung anderer. Dabei werden sechs verschiedene Anreize für Verhalten unterschieden: Neuigkeitswahrnehmung, soziale Unterstützung und Kommunikation, sozialer Status, monetäre Aspekte, erfreuliche Aktivitäten und selbst-reaktive Anreize (z.B. Entspannung, Zeitvertreib). Im Bezug auf die Internetnutzung nennen die Autoren als weitere Anreize Gewohnheit, Vertrauen in die Fähigkeit im Umgang mit Medien und Selbstkontrolle. Ein Großteil der Anreize bzw. erwarteten Ergebnisse deckt sich mit den Gratifikationen des UGA, andere stellen dagegen ‚neue‘ Gratifikationen dar, zum Beispiel der soziale Status und die finanziellen Anreize.

Kritik

Einerseits wurden zwar vor dem Hintergrund dieses Ansatzes viele Studien durchgeführt, andererseits hat der Uses and Gratifications-Ansatz auch heftige Kritik erfahren, die hier kurz dargestellt werden soll:

- Der Ansatz sei mehr eine Forschungsstrategie als eine Theorie: Datengewinnung und -analyse stünden im Vordergrund, der Ansatz sei theorielos und nur aufgrund seiner guten empirischen Umsetzbarkeit so beliebt.
- Der UGA geht davon aus, dass sich die Rezipienten ihren Motiven bewusst sind und dass Mediennutzung ein rationaler Entscheidungsprozess ist. Es gibt aber auch Si-

tuationen, in denen Medien aus Gewohnheit oder Ritual genutzt werden, manche Entscheidungsmechanismen laufen implizit oder unbewusst ab.

- Den Modellen wird außerdem eine unpräzise Operationalisierung vorgeworfen. Es könnte zum Beispiel passieren, dass die Rezipienten Gratifikationen erhalten, nach denen sie gar nicht gesucht haben, und andererseits auch nach Gratifikationen suchen, die eigentlich von dem Medium, Inhalt oder Programm gar nicht erwartet werden können.
- Beim Vergleich von gesuchten und erhaltenen Gratifikationen werden zwar die Ergebnisse vergangener Mediennutzung deutlich; es ist jedoch nicht sicher, dass sich diese Ergebnisse bei künftiger Mediennutzung wiederholen.
- Der Einzelne wird isoliert betrachtet, intersubjektive Aspekte der Mediennutzung fehlen.
- Psychologische, emotionale und soziale Ursprünge der Nutzungsmotive sowie kognitive Prozesse der Informationsverarbeitung bleiben meist ausgeblendet. Bisherige Erkenntnisse deuten darauf hin, dass hier neben soziodemografischen Merkmalen vor allem die Stimmung, Lebenszufriedenheit, Gefühle der Einsamkeit und sozialen Isolation sowie Mobilität eine Rolle spielen.
- Die Mediennutzung hängt auch von den Medien selbst ab: Nur aus dem, was die Medien tatsächlich anbieten, und dem, was den Rezipienten zugänglich ist, können sie auswählen. Formale, strukturelle und inhaltliche Merkmale der Medien werden in dem Ansatz ebenfalls nicht berücksichtigt.
- Medien-externe Kriterien, die den Medienkonsum und die dadurch erzielbare Belohnung beeinflussen oder steuern können, werden nicht berücksichtigt - beispielsweise die Orientierung an anderen, Modeerscheinungen oder der Medienmarkt.

(vgl. Luger, 1985, S. 244f, 249; Merten, 1984, S. 67, 69; Renckstorf, 1973, S. 190; Schenk, 2007, S. 684, 688f, 697, 747; Schneider et al., 2005, S. 32f; Schönbach, 1984, S. 64; Suckfüll, 2004, S. 29, 33; Treumann et al., 2007, S. 36; Vogel et al., 2007, S. 342-346)

Palmgreen (1984, S. 59) weist jedoch darauf hin:

Das ‚uses and gratifications‘-Paradigma ist trotz seiner Unzulänglichkeiten immer noch der wichtigste theoretische Versuch, solche Mediennutzung über die Perspektive der Rezipienten zu erklären.

Der UGA in der computervermittelten Kommunikation

Der Uses and Gratifications-Ansatz wurde in einer Zeit konzipiert, als Computer und computervermittelte Kommunikation noch kein Massenphänomen waren. Deshalb stellt sich die Frage, ob der Ansatz auch auf die CMC angewendet werden kann. Einige Autoren, zum Beispiel Höflich (1994), beantworten diese Frage eindeutig mit ‚Ja‘. Die Begründung: Die Vielfalt des Angebots im Internet ist sehr groß, was eine Fülle an Bedürfnissen und erwarteten Gratifikationen ansprechen kann. Deshalb kann man aufgrund des großen und unübersichtlichen Angebots auch eher von einer aktiven, zielgerichteten und selektiven Nutzung ausgehen als bei den klassischen Medien. Beim UGA steht das *aktive* Publikum im Vordergrund - und ‚Inter-Aktivität‘ ist ein wesentliches Merkmal der computervermittelten Kommunikation: „Ohne eine - gegenseitig aufeinanderbezogene - aktive Teilhabe der Kommunikationspartner ist technisch vermittelte Kommunikation nicht möglich.“ (ebenda, S. 393) Denn wenn

jeder nur passiv Botschaften empfangen wollen würde ohne gleichzeitig anderen Nachrichten zu senden wäre die Kommunikation schon zum Scheitern verurteilt. Höflich (1994, S. 394) weist darauf hin, dass man bei der Erforschung neuer Medien nicht an den bestehenden Gratifikationstypologien (zum Beispiel für die Fernsehnutzung) festhalten soll, sondern bedenken muss, dass sich bei interaktiven Medien anderen Gratifikationen ergeben können als bei Massenmedien. Zu bedenken sei außerdem, dass die Nutzung interaktiver Technologien - im Gegensatz zu Fernsehen und Radio - nur zusammen mit anderen Menschen möglich ist. (vgl. Döring, 2003, S. 138; Fix, 2001, S. 27; Höflich, 1994, S. 393f; Schneider et al., 2005, S. 31; Suckfüll, 2004, S. 39)

4.2 Motive der Mediennutzung: Empirische Ergebnisse

Es gibt sehr viele Studien, die auf Grundlage des Uses and Gratifications-Ansatzes Motive der Mediennutzung, zum Beispiel von Fernsehen, Telefon und Internet, erforscht haben. Im Rahmen dieser Arbeit möchte ich deshalb nur einige Ergebnisse vorstellen, die sich nah an meinem Thema orientieren: Solche, bei denen es um Motive für Instant Messaging und/oder von Jugendlichen geht.

Motive der Internetnutzung

Der wichtigste Grund für die Internetnutzung ist laut ARD/ZDF-Online-Studie 2007 sich zu informieren. Dieser Aussage stimmten fast alle Onliner (91%) zu. An zweiter Stelle kommt der Spaßfaktor (72%), wobei dieser insbesondere für die Jugendlichen (90%) wichtig ist. Nur 14 Prozent aller Nutzer gehen überwiegend zur Unterhaltung ins Internet, bei den 14- bis 19-Jährigen sind es dagegen 47 Prozent. Auch in anderen Nutzungsmotiven unterscheiden sich die 14- bis 19-Jährigen vom Durchschnitt: 42 Prozent der Jugendlichen entspannen mit dem Internet, das sind fast doppelt so viele wie bei den Gesamt-Nutzern (24%). Außerdem sagen 60 Prozent dieser Altersklasse, dass das Internet bei ihnen aus Gewohnheit dazugehört, im Durchschnitt sind es nur 34 Prozent. 69 Prozent der 14- bis 19-Jährigen, aber nur 36 Prozent aller Nutzer, geben an, der ‚Austausch mit unterschiedlichen Menschen im Internet, beispielsweise über Gesprächsforen, in Chaträumen, über E-Mails‘ sei ihnen wichtig. (vgl. van Eimeren & Frees, 2007, S. 367f)

Motive der Chatnutzung

Kammerl (2006) hat von 2001 bis 2003 in einer explorativen, qualitativen Studie 32 Chatter im Alter von 14 bis 16 Jahren begleitet. Der Hauptgrund für die Chat-Kommunikation ist nach seinen Ergebnissen wie auch denen der JIM-Studie 2003 das Motiv ‚Um andere Jugendliche kennen zu lernen‘. Weitere Gründe, die häufig genannt werden, sind Unterhaltung, Zeitvertreib und Spaß. Informationsaustausch spielt dagegen keine große Rolle. (vgl. ebenda, S. 2-13)

Im Jahr 2001 hat Schatz (2003) 300 Schüler der Klassen sieben bis 13 eines Dortmunder Gymnasiums in einem Fragebogen zu Computer-, Internet- und Chatnutzung befragt. Mit dem Chatten wollen Jugendliche vor allem auf spielerische und neugierige Art Kontaktmöglichkeiten ausprobieren, „die im Rahmen einer normalen Jugendentwicklung stehen und entsprechend eher für die pubertierenden Jugendlichen (7. bis 8. Klasse) interessant sind“ (ebenda, S. 85). Die älteren Schüler interessieren sich selten für den Chat, und Jungen nutzen ihn weniger als Mädchen. Die Hauptmotivati-

on bei den Mädchen ist das ‚Einmal-sein-können-wie-man-gerne-wäre‘ - für die Jungen ist dies nicht nachweisbar. Haben die Jugendlichen eine vertrauensvolle Beziehung zu den Eltern, so neigen nach Schatzs Studie kaum zu Kontaktsuche oder Rollenspiel im Chat, sie versuchen nicht dort ihre Einsamkeit zu vertreiben und entwickeln keine unrealistischen Vorstellungen über Chat-Kontakte. Erfahren sie jedoch kaum Unterstützung der Eltern, wünschen sie sich Unsicherheiten im realen Leben im virtuellen Raum zu kompensieren. Sind Jugendliche mit ihrer Figur unzufrieden und von ihrem eigenen Körper entfremdet, verstärkt das die Neigung zu Identitätsexperimenten und eskapistischen Tendenzen im Chat. (vgl. ebenda, S. 85f) Die Autorin betont deshalb:

Für einen realistischen und entwicklungsfördernden Umgang mit den modernen Kommunikationsmöglichkeiten müssen damit die gute soziale Integration sowie die eigene soziale Kompetenz der Pubertierenden als entscheidende soziale Faktoren erkannt werden. (ebenda, S. 85)

Fix (2001, S. 128) hat 121 Jugendliche zu ihren Motiven in der Chat-Kommunikation befragt. Das Bedürfnis nach sozialer Interaktion erwies sich dabei als die Hauptgratifikation. Die computervermittelte Kommunikation ist für Jugendliche hilfreich, um ihr Kommunikationsbedürfnis zu befriedigen, neue Leute kennen zu lernen, neue Freundschaften zu entwickeln sowie persönliche Erfahrungen auszutauschen. Auch die Unterhaltungsfunktion wurde hoch bewertet - da Unterhaltung, Spaß und Zeitvertreib jedoch bei allen Medien einen hohen Stellenwert haben, könne dies nicht als zentralste Funktion des Chats beurteilt werden. Eskapismus, Spiel und Experimente mit der Identität spielten für die Befragten in der Chat-Kommunikation keine große Rolle.

Dabiri und Helten (1998) haben vier ausführliche qualitative face-to-face-Interviews mit Chattern geführt. Sie kommen zu dem Ergebnis, dass Chatten bei der Bewältigung von Problemen und anderen kritischen Ereignissen hilfreich sein kann. Ein Grund dafür ist die verstärkte Unbefangenheit durch die textbasierte Kommunikation. Doch schon das Artikulieren an sich kann hilfreich sein: Anstatt das Problem ‚in sich hinein zu fressen‘ wird bereits durch die Artikulation eine Reflexion vollzogen. Da der Chat ein interaktives Medium ist, wird es im Normalfall jedoch nicht dabei bleiben, sondern der Kommunikationspartner wird darauf reagieren. Neben der inhaltlichen Auseinandersetzung mit dem Problem bietet das Chatten auch Ablenkung. Die Nutzer erleben sich nicht als allein, obwohl sie es physisch ja sind, und die Gesprächspartner können einen ablenken oder aufmuntern. Für manche Menschen scheint es einfacher zu sein, online die Erfahrung von Akzeptanz und Integration zu machen. Das hierdurch gestiegene Selbstwertgefühl kann sich positiv auf das reale Verhalten auswirken. Von Medienkritikern wird hier jedoch die Gefahr eskapistischen Medienhandelns betont. (vgl. ebenda, S. 142-144)

Motive der Instant Messaging-Nutzung

Schneider et al. (2005): „Instant Messaging - Neue Räume im Cyberspace“

Schneider et al. (2005) haben die Nutzungsmotive des Mediums Instant Messaging untersucht. Am häufigsten nutzen die Befragten Instant Messenger, um mit Freunden, Bekannten und Verwandten in Kontakt zu bleiben, um sich über aktuelles Befinden, Aktivitäten und Neuigkeiten auszutauschen und aus Spaß (vgl. Abbildung 21).

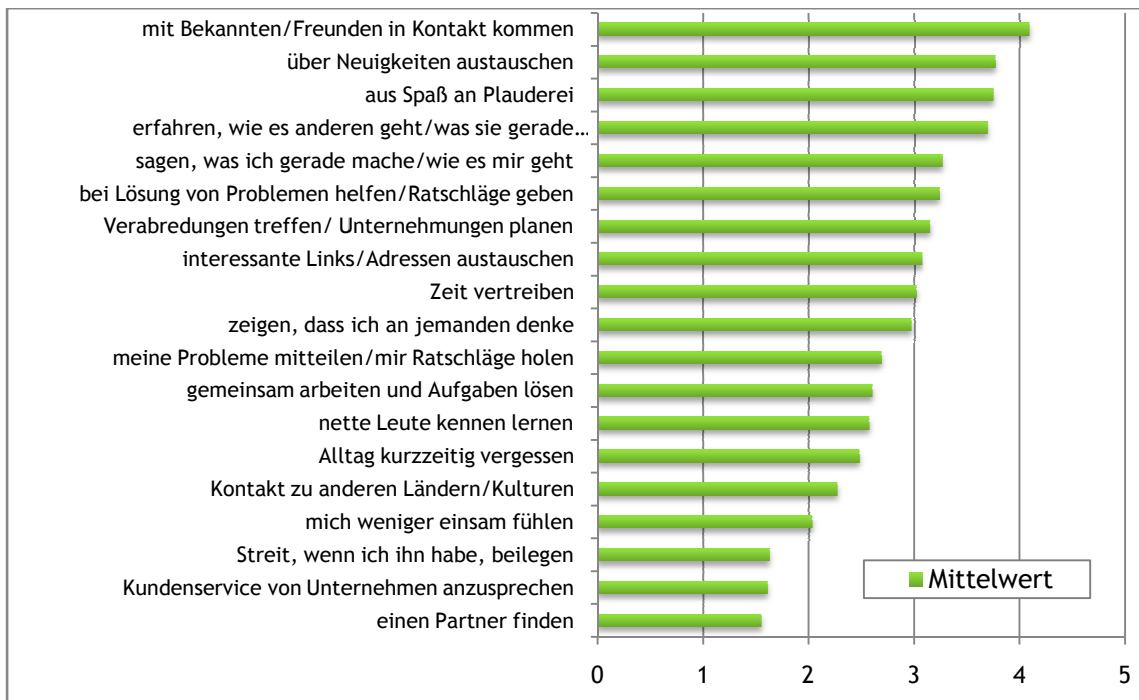


Abbildung 21: „Wie oft nutzen Sie aus folgenden Gründen den Messenger, um mit anderen Menschen zu sprechen?“ (vgl. Schneider et al., 2005, S. 34-36)

Die Motive lassen sich vier Dimensionen zuordnen (vgl. ebenda, S. 36-43):

Beziehungspflege: Dieser Faktor ist für die Autoren der relevanteste. Die vier Motive mit den höchsten Mittelwerten lassen sich dieser Dimension zuordnen (s.o.) Schneider et al. (2005, S. 36) kommen zu dem Schluss: „Instant Messaging wird vor allem zur Pflege bestehender Beziehungen genutzt.“ IM eignet sich hierfür besonders, weil es relativ preisgünstig und deshalb besonders über lange Distanzen attraktiv ist. Außerdem ist es auch geeignet für weniger intensive Beziehungen, denn die ID-Nummer bleibt auch bei einem Umzug die gleiche, selbst wenn sich Adresse und Telefonnummer ändern. Instant Messaging ist daneben aufgrund seiner Unaufdringlichkeit für die Beziehungspflege geeignet.

Unterhaltung: Hier geht es um Spaß, aber auch um Zeitvertreib und Ablenkung, dazu gehören beispielsweise die Kategorien ‚Spaß an Plauderei‘, ‚um mich weniger einsam zu fühlen‘, ‚um den Alltag kurzzeitig zu vergessen‘. Da man Unterhaltung nur in der Kommunikation mit anderen Gesprächspartnern erfahren kann, ist die Dimension eng mit der ‚Beziehungspflege‘ verknüpft.

Instrumentalität: Hier finden sich Items, die die Lösung von Aufgaben und Anliegen auf eher sachlicher Ebene beschreiben, zum Beispiel die Vereinbarung von Treffen, der Austausch von Links und das Geben von Ratschlägen, was jeweils von mehr als einem Drittel der Befragten als häufiges Motiv angegeben wurde. Etwas niedriger wurde das Motiv ‚um gemeinsam an Projekten zu arbeiten‘ bewertet. Es geht hier zum Beispiel um Probleme mit dem Computer, es werden aber oft auch sehr persönliche, intime Probleme diskutiert: „es ist anscheinend einfacher sich dem bildschirm zu öffnen wie den augen eines anderen menschen [sic]“ (Interview 52, ebenda, S. 42)

Kontaktanbahnung: Hierzu gehört zum Beispiel die Kundenservice-Ansprache, wobei 69,9 Prozent angaben, dies ‚nie‘ oder nur ‚selten‘ zu nutzen - was wohl auch am noch zu geringen Angebot liegt. Etwas relevanter ist das Motiv ‚um Kontakt zu anderen Ländern und Kulturen zu bekommen‘. Das wichtigste Motiv dieser Dimension ist

‚um neue Leute kennen zu lernen‘: In dieser Untersuchung kommunizieren 20,2 Prozent ‚häufig‘ oder ‚sehr häufig‘ mit Fremden - aber auch 33,3 Prozent ‚nie‘.

Nutzungserfahrung, Alter und Geschlecht beeinflussen die Nutzungsmotive: Während bei Neu-Nutzern der Faktor Unterhaltung und das Motiv ‚um neue Leute kennen zu lernen‘ eine große Rolle spielen, sehen Erfahrene Instant Messaging eher als ein Medium für sachlich-instrumentelle Aufgaben. Auch die Dimension ‚Beziehungspflege‘ hat bei erfahrenen Nutzern eine größere Bedeutung. Ältere nutzen IM deutlich weniger ‚um Verabredungen zu treffen und gemeinsame Unternehmungen zu planen‘: Für 62,7 Prozent der 14- bis 19-Jährigen ist dies ein häufiges oder sehr häufiges Motiv, jedoch nur für 40,5 Prozent der 30- bis 34-Jährigen und für nur 28,6 Prozent der 50- bis 54-Jährigen. Jüngere gaben den Motiven außerdem durchweg eine höhere Relevanz: „Insgesamt scheint es, als habe Instant Messaging gerade für Jugendliche einen besonderen Wert im kommunikativen Alltag der Clique, als habe das Medium dort bereits einen Platz als Gruppen-Medium gefunden.“ (ebenda, S. 46) Männer nutzen zwar Instant Messaging etwas intensiver, Frauen geben aber mehr Motive als zutreffend an. Während Männer das IM mehr zu instrumentellen Zwecken verwenden, nutzen es Frauen mehr zur Beziehungspflege und Unterhaltung. (vgl. ebenda, S. 45-50) IM werde - wie E-Mail - aufgrund des „eher kommunikationsfördernden und dialogsuchenden Redestil[s]“ von Frauen von diesen wesentlich intensiver für die Beziehungspflege über die Distanz eingesetzt. Daraus wird gefolgert, dass „das ‚Instant Messaging‘ Frauen [stärker] entgegenkommt als Männern, schon deshalb weil es viel eher die Herstellung interaktiver Kommunikationssituationen erlaubt“ (Boneva, Kraut & Fröhlich, 2003, S. 169).

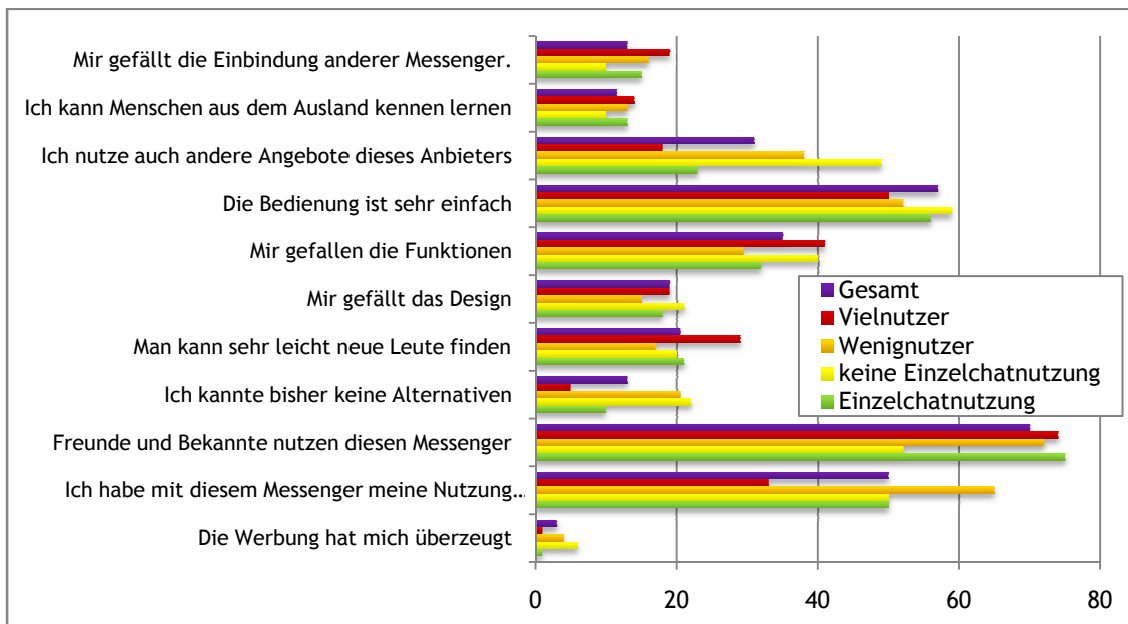


Abbildung 22: „Ich nutze diesen Messenger bevorzugt, weil... (maximal drei Gründe angeben)“ (vgl. Schneider et al., 2005, S. 24, 25)

Der häufigste Grund, warum Nutzer ihren bevorzugten Messenger verwenden, war: ‚Freunde und Bekannte nutzen diesen Messenger‘. Darauf folgten ‚Die Bedienung ist sehr einfach‘ und ‚Ich habe mit diesem Messenger meine Nutzung begonnen‘. Für die Einzelchat-Nutzer und Vielnutzer hat der Grund ‚Freunde und Bekannte nutzen diesen Messenger‘ eine noch größere Bedeutung, bei Nicht-Einzelchat-Nutzern und Wenignutzern ist dagegen auch die Begründung ‚Ich nutze auch andere Angebote dieses

Anbieters‘ wichtig. (vgl. Abbildung 22). (vgl. Schneider et al., 2005, S. 23f) Auch bei der JIM-Studie 2006 gaben 41 Prozent der Jugendlichen als Nutzungsgrund die Verbreitung bei Freunden an. (vgl. Feierabend & Kutteroff, 2007, S. 95) Diese Ergebnisse bestätigen die Vermutung der Autoren, „dass ein vorhandenes Netzwerk von Freunden, die bereits Instant Messaging nutzen, die Nutzung auslöst und verstärkt“ (Schneider et al., 2005, S. 23f). Die Autoren nennen IM ein „Soziotainment-Medium“ (S. 65):

Das Besondere am Instant Messaging ist, dass sich ein Gespräch zum Kontaktaufbau und vor allem zur Beziehungspflege so entspannt, unverbindlich und unverkrampft wie sonst nirgends gestaltet. Soziabilität und Entertainment - das eine vor allem den Medien der interpersonalen Kommunikation zugesprochen, das andere vor allem Domäne der Massenmedien - verschmelzen zunehmend. Man vertreibt die Zeit und pflegt Beziehungen, hat Spaß und rückversichert sich, entflieht dem Alltag und lernt neue Leute kennen. [...] Soziabilität und Entertainment verbinden sich im Instant Messaging: Instant Messaging ist ein Soziotainment-Medium.

Die Autoren haben in einer Clusteranalyse eine Typologie zu den unterschiedlichen Gebrauchsweisen von Instant Messengern gebildet (vgl. ebenda, S. 71-81). Für die unterschiedlichen Cluster stehen verschiedene Nutzungsmotive im Vordergrund und das Medium erfüllt unterschiedliche Funktionen. Auf die Eigenschaften der einzelnen Cluster einzugehen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Deshalb soll hier nur auf die Gruppe der ‚Kommunikationsfreudigen Vielnutzer‘ eingegangen werden: Dies ist das jüngste Cluster, Schüler und Auszubildende sind hier überrepräsentiert, was also zum Fokus dieser Arbeit, nämlich den Jugendlichen, passt. Die Motive Unterhaltung, Kontaktpflege und Instrumentalität spielen hier eine große Rolle, der Faktor Kontaktabbau ist dagegen weniger relevant. IM wird nicht nur sehr intensiv, sondern meistens auch schon vergleichsweise lange Zeit genutzt. Es dient vor allem der Kommunikation im eigenen sozialen Umfeld (dem Freundeskreis) sowie zu Unterhaltung und Zeitvertreib.

Kurz gesagt lässt sich dieser Typ als kommunikationsfreudiger junger Mensch beschreiben, in dessen Clique das Instant Messaging als Soziotainment-Medium im eigentlichen Sinne für verschiedenste Zwecke in den Alltag integriert ist und einen Ort der gemeinsamen Freizeitgestaltung darstellt. (ebenda, S. 76)

Papacharissi und Rubin (2000, zit. nach Schenk, 2007, S. 722) kommen in ihrer Umfrage unter amerikanischen Studenten zu dem Ergebnis:

Diejenigen, welche das Internet nämlich als alternativen ‚sozialen Raum‘ ansehen, versuchen, mangelnde soziale Kontakte im Alltag zu kompensieren: Sie schöpfen daher die interaktiven Möglichkeiten, die das Internet bietet, aus. Das Internet wird als funktionale Alternative angesehen, um Bedürfnisse nach interpersonaler Kommunikation und Kontakt zu befriedigen. Diejenigen Personen, die mit ihren Kontakten und Beziehungen, die sie im interpersonalen Kontext zur Verfügung haben, zufrieden sind und sich dabei wohlfühlen, präferieren dagegen eine instrumentelle Internetnutzung, um damit insbesondere Informationsbedürfnisse zu befriedigen.

Dieser Aussage kann so nicht pauschal zugestimmt werden: Wie die Untersuchung von Schneider et al. (2005) zeigt, nutzen auch Jugendliche, die ein großes soziales Netzwerk haben, IM intensiv, da sie es vor allem zur Pflege bestehender offline-Beziehungen nutzen.

Englischsprachige Studien

In der englischsprachigen Literatur wurde das Phänomen Instant Messaging schon umfassender behandelt. Die Untersuchten sind meist Studenten, manchmal auch Schüler.

Die amerikanischen Jugendlichen im Pew Internet & American Life Project (2001) geben an, dass Instant Messaging für sie ein wichtiger Teil ihres Lebens geworden ist, das so manches Telefongespräch und echte Treffen ersetzt: „Instant messaging has permeated teen culture to such an extent that for some ‚message me later‘ has replaced ‚call me‘.“ (ebenda, S. 11) 90 Prozent der Befragten sagen, dass sie Instant Messaging nutzen um mit Freunden in Kontakt zu bleiben, die weiter weg wohnen. Fast die Hälfte (48%) der online-Jugendlichen glauben, dass das IM ihre Freundschaften verbessert hat, bei den Vielnutzern sind es sogar mehr als 60 Prozent. 82 Prozent der Jugendlichen nutzen Instant Messaging, um mit ihren Freunden Pläne, beispielsweise zur Abendgestaltung, zu machen. Die Art der Kommunikation sei besonders für auch unangenehme und peinliche Gespräche hilfreich, weil sie ihr Gegenüber nicht sehen und ihre Worte sorgsam wählen können. Manche sagen sogar, sie haben neuen Freunden oder potenziellen ‚Dates‘ statt ihrer Telefon- die IM-Nummer gegeben. 17 Prozent der Nutzer, vor allem Jungen zwischen 12 und 14 Jahren, haben schon einmal mit jemandem über IM verabredet, und 13 Prozent, vor allem die Jüngeren zwischen 12 und 14, haben schon einmal mit jemandem auf diese Weise Schluss gemacht. Die Jugendlichen glauben zwar, dass man im Internet neue Leute treffen kann. Dass man aber neue Freundschaften schließen kann, meinen nur 33 Prozent, wobei jüngere das noch eher denken als ältere. Teenager, die schon starke Beziehungen haben, nutzen E-Mail und Instant Messaging eher um bestehende Beziehungen zu festigen, während Jugendliche mit einem kleineren sozialen Netzwerk neue Freunde online suchen um Offline-Lücken zu schließen. Manche finden jedoch auch - wie die qualitative Studie zeigt - dass sich über Instant Messaging keine tiefen Beziehungen aufbauen oder aufrecht erhalten lassen. Beziehungen können über IM auch verletzt oder zerstört werden: 37 Prozent der Nutzer geben an, über IM schon einmal etwas gesagt zu haben, was sie jemandem nicht ins Gesicht gesagt hätten. (vgl. ebenda, S. 17, 20-23)

Leung (2001) hat 1999 576 Studenten im Alter von 18 bis 36 Jahren (davon 448 ICQ-Nutzer) einer Universität in Hong Kong zu ihrer ICQ-Nutzung per Fragebogen befragt. Instrumentelle Motive der ICQ-Nutzung sind demnach Entspannung, Unterhaltung und weil es ‚in‘ ist. Intrinsische Motive sind Gemeinschaft (z.B. sich mit anderen unterhalten, über die eigenen Probleme sprechen), Zuneigung (z.B. sich für andere interessieren, anderen helfen, anderen danken), Soziabilität (z.B. Freunde finden) und Eskapismus (z.B. Probleme vergessen, sich von etwas ablenken). Zuneigung und Soziabilität sind eher Motive für intensive ICQ-Nutzer, Unterhaltung und Mode dagegen für gelegentliche Nutzer. Leung (2001) kam außerdem zu dem Ergebnis, dass Frauen eher aus Gründen der Soziabilität ICQ nutzen, die männlichen Studenten suchten dagegen eher Unterhaltung und Entspannung. (vgl. ebenda, S. 491f, 495f)

Cheuk und Chan (2007) haben 147 15- bis 16-jährige Schüler aus Hong Kong per Fragebogen zu ihrer ICQ-Nutzung befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass die meisten ICQ zur Unterhaltung nutzen (27%), danach folgen Entspannung (23%) und Sozialisation (23%). Zuneigung (12%), Mode (4%) und Eskapismus (1%) spielen dagegen kaum eine

Rolle. Auffallend ist auch, dass acht Prozent ‚andere‘ Gründe haben. Die Autoren führen das auf die Zusatzfunktionen wie Dateienaustausch, Spiele und Video-Chat zurück. Die Unterschiede in der Reihenfolge der Wichtigkeit im Vergleich zu Leung (s.o.) würden sich aus dem unterschiedlichen Sample (Studenten vs. Schüler) ergeben, und weil die Studie von Leung drei Jahre früher stattfand, als ICQ noch nicht ganz so populär war. 34 Prozent der Befragten glauben, dass ICQ Auswirkungen auf ihr Leben hat: davon meinen 38 Prozent, ICQ habe Auswirkungen auf die Schulleistung, 26 Prozent auf Freunde, 17 Prozent auf Freizeitaktivitäten und 12 Prozent auf das Verhältnis zur Familie - jeweils ohne Aussage, ob diese Folgen positiv oder negativ sind. (vgl. Cheuk & Chan, 2007, S. 111f)

Flanagin (2005) hat 271 College Studenten zwischen 18 und 27 Jahren per Online-Fragebogen befragt, von denen 250 Instant Messaging nutzen. Der Autor kommt zu sehr ähnlichen Ergebnissen wie vorherige Studien (z.B. Leung, 2001, s.o.): Die sechs wichtigsten Gründe für IM-Nutzung waren: einfache und bequeme Kommunikation, um im Kontakt zu bleiben, aus Zeitvertreib, Spaß und Unterhaltung. Die Studie zeigt außerdem, dass persönliche Gespräche für die Befragten der nützlichste und vielseitigste Weg sind um Bedürfnisse zu befriedigen. Weder Telefon oder Handy noch IM konnten mit Face-to-Face mithalten. In Übereinstimmung mit anderen Studien wurde IM als effektiver als E-Mail angesehen, sowohl wenn es um praktischen als auch um sozialen Gebrauch geht. (vgl. ebenda, S. 179f, 182f)

Dimmick, Ramirez, Wang & Lin (2007) haben die Gratifikationen von 286 Studenten bei den interaktiven Technologien Telefon, E-Mail und Instant Messaging verglichen: Telefon wird demnach eher genutzt, um mit denen zu sprechen, mit denen man ein enges und intimes Verhältnis hat. E-Mail und Instant Messaging werden dagegen zur Kommunikation mit denen verwendet, denen man nicht so nahe steht. Für diese zwei Medien trifft zu: Je größer das Netzwerk und damit die Möglichkeiten zur Anwendung des Mediums, desto mehr Gratifikationen werden empfunden und desto häufiger die Nutzung. Die Gratifikationen haben die Autoren in zwei Gruppen eingeteilt: Bei den Gratifikationen, die Beziehungspflege fördern, spielten beim IM für die Befragten vor allem ‚in Kontakt bleiben‘, ‚Informationsaustausch‘, ‚Ideen und Meinungen teilen‘ und ‚Zeitvertreib‘ eine Rolle. Bei den Gratifikationen für eine effiziente Kommunikation waren es deren Einfachheit und Schnelligkeit. (vgl. ebenda, S. 803, 806f)

Green et al. (2005) haben mit 42 Studenten untersucht, wie sich die Konversation mit einem Fremden auf den Gemütszustand auswirkt. Wenn die Teilnehmer per Instant Messenger mit einem Fremden kommuniziert hatten, waren sie signifikant glücklicher als die, die persönlich miteinander geredet haben. Warum macht Instant Messaging glücklich? Die Autoren meinen, weil ein Treffen über IM weniger stressig ist, weil das Aussehen keine große Rolle spielt, und weil Pausen nicht so unangenehm sind wie face-to-face. Schnelle und kurze Antworten, die für keine tiefgehende Kommunikation sorgen, sorgen für Spaß bei den Nutzern und heben die Stimmung. Langfristige positive Folgen konnten die Autoren jedoch nicht finden: „People enjoy IM when they are using it, but appear to regret it later.“ (S. 460) (vgl. ebenda, S. 453f, 460)

Lewis und Fabos (2005) haben in ihrer qualitativen Studie sieben amerikanische Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren bei ihrer Instant Messaging-Nutzung begleitet. Die Jugendlichen bevorzugten IM gegenüber allen anderen Kommunikationsformen - die Gründe: Mit Instant Messaging können sie immer auf dem Laufenden bleiben, es

ist bequem, weil die meisten Freunde immer online und ansprechbar sind, und sie können teure Telefonate vermeiden, vor allem wenn sie mit Freunden weiter entfernt kommunizierten. Für die befragten Jugendlichen war die Kommunikation mit Peers über IM viel attraktiver als mit Fremden via Chat. Sie nutzten E-Mail um längere Texte zu schreiben und wenn sie länger darüber nachdenken wollten. Die meisten der Befragten glaubten, dass die Nutzung von Instant Messengern ihren sozialen Status erhöht. (Karrie: „I wouldn't be as cool to some friends if I didn't talk on the Internet.“ (ebenda, S. 486)) Für die sozialen Beziehungen in der Schule war es nötig, über die IM-Unterhaltungen des vorherigen Abends Bescheid zu wissen. Die Befragten erzählten außerdem, dass es einfacher und angenehmer sei, über IM mit Personen des anderen Geschlechts zu reden - die man beispielsweise zu wenig kennt, um sie anzurufen. Es gebe keine unangenehme und peinliche Stille, keine schweißigen Hände, und der andere sehe nicht, wenn man rot werde. Außerdem könne man überlegen, was man schreibe. Viele Jugendliche erzählten auch, dass es Spaß mache, zu zweit vor dem Computer zu sitzen und IM zu nutzen. Manche, vor allem Mädchen, nutzten auch andere Namen und Profile, um andere ihnen bekannte Nutzer zu veräppeln, indem sie angaben jemand anderer zu sein. (vgl. ebenda, S. 482, 486-492)

Stern (2007) hat in den USA die Instant Messaging-Nutzung von zwölf Mädchen zwischen zwölf und 15 Jahren begleitet: qualitative Interviews geführt, gespeicherte Gespräche analysiert und sich mit ihnen über IM unterhalten. Ergänzend zu den Gründen in den quantitativen Studien hat sie so weitere Gründe ermittelt, die nun noch dargestellt werden sollen: Das Instant Messaging hat bei den Mädchen mittlerweile den Telefonanruf als wichtigste Methode zum Planen von Unternehmungen abgelöst. Einen Vorteil sehen die Befragten dabei auch darin, dass sie damit gleichzeitig mehrere Freunde kontaktieren können. Meistens geht es dann um die Alltagsplanung, um Hausaufgaben, Fahrgemeinschaften oder Treffen am Nachmittag. Ein wichtiger Grund Instant Messenger zu nutzen, war für die Mädchen ihren sozialen Status zu erhöhen. Indem sie nur bestimmte Dinge von sich preis gaben, wollten sie in einem positiven Licht dastehen. Dazu gehört auch, mitzuteilen mit wie vielen Leuten man gleichzeitig chattet. Manche der Mädchen spielten diese Popularität auch nur: Sie ließen sich extra lange Zeit um auf Nachrichten zu antworten um vorzugeben, dass sie mit vielen Freunden gleichzeitig chatten. Instant Messaging wird außerdem für Klatsch und Tratsch verwendet. Gerüchte können einfach und schnell verbreitet werden: Die geschriebenen Nachrichten werden leicht missverstanden oder falsch interpretiert, durch eine einfache Tastenkombination können Gesprächsteile außerdem kopiert und an andere weiterverschickt werden. IM kann außerdem soziale Isolation unterstützen: Während Sterns Studie wurde ein Mädchen von all ihren Klassenkameraden im Messenger geblockt, sodass sie nicht mehr mit ihnen kommunizieren konnte, und der Ausschluss setzte sich auch offline fort. Für die Befragten ist das IM sehr privat: Sie sitzen dabei allein vor dem Computer, und ein Außenstehender hört nur das Tippen. Die Sicherheit, dass niemand bei ihren Gesprächen zuhört, macht es für die Mädchen einfacher über persönliche und peinliche Themen zu reden. Kommt doch jemand ins Zimmer, gibt es Codes wie ‚brb‘ (be right back) oder ‚mh‘ (Mom's here). (vgl. ebenda, S. 33, 39-44, 52) Und so meint Stern (2007, S. 52):

Although the idea of IM serving as a private space away from authority tends to trouble parents for many understandable reasons, it provides a relatively safe

environment where adolescents can experiment with identity and articulate themselves as they straddle the worlds of childhood and adulthood.

Die Ergebnisse dieses Kapitels sollen an dieser Stelle zusammengefasst werden: Unterhaltung ist für Jugendliche das wichtigste Internet-Nutzungsmotiv. Chats nutzen sie aus Spaß und Zeitvertreib. Die CMC erfüllt ihr Bedürfnis nach sozialer Interaktion, sie können darüber Erfahrungen austauschen und neue Leute kennen lernen. Wegen der Herausforderungen und Probleme, die das Jugendalter stellt (vgl. Kapitel 2), sind auch Eskapismus und Problembewältigung Motive ihrer Chatnutzung. Für das Instant Messaging ist nach Schneider et al. (2005) die **Beziehungspflege** der wichtigste Nutzungsgrund, weitere Dimensionen sind **Unterhaltung**, **Instrumentalität** und **Kontaktanbahnung**. Weil sich beim IM Soziabilität und Entertainment verbinden, sprechen Schneider et al. (2005, S. 65) vom Instant Messaging als einem „Soziotainment-Medium“. Studien zeigen, dass Jugendliche über Instant Messenger **in Kontakt bleiben**, ihre **Freundschaften vertiefen**, **Unternehmungen planen** sowie **Gespräche über unangenehme und peinliche Themen** führen können. Auch **Entspannung** und dem **Trend zu folgen** sind Nutzungsmotive. Flanagin (2005) und Dimmick et al. (2007) nennen außerdem die Möglichkeit der **schnellen, einfachen und bequemen Kommunikation**.

Warum nutzen nun aber deutsche Jugendliche den Instant Messenger ICQ? Haben sie die gleichen Motive, oder führen sie andere Gründe an? Und welche Funktionen betonen sie besonders? An dieser Stelle soll jetzt meine empirische Untersuchung ansetzen.

Empirischer Teil

Teil C

Zur empirischen Überprüfung meiner Forschungsfragen habe ich elf problemzentrierte Interviews mit Jugendlichen geführt. Weil ICQ unter deutschen Jugendlichen der beliebteste Instant Messenger ist (vgl. Teil A), habe ich meine Befragung auf diesen Messenger fokussiert - zumal ich der Meinung bin, ein Interview über ein konkretes Programm ist einfacher und eindeutiger als wenn man allgemein über Instant Messaging spricht.

1 Vorgehen: Elf problemzentrierte Interviews

1.1 Das problemzentrierte Interview

Eine Strategie zur Untersuchung der Motive bzw. gesuchten Gratifikationen der Mediennutzung ist der Selbstbericht. Im UGA geht man davon aus, dass sich die Rezipienten ihrer Motive bewusst sind und daher auch darüber Auskunft geben können. (vgl. Schenk, 2007, S. 697) Qualitative Methoden seien vor allem geeignet, wenn es um „subjektive Wahrnehmungs- und Bearbeitungsprozesse und somit um Bedeutungszuschreibungen geht“ (Paus-Haase & Schorb, 2000b, S. 8) - was ja bei Mediennutzungsmotiven der Fall ist. Dazu können sich die Rezipienten am besten selbst äußern. Denn Interviews können wichtige Auskunft darüber geben, wie Personen sich selbst und ihre Umwelt erleben und wie sie ihr Handeln gestalten. (vgl. Froschauer & Lueger, 1992, S. 12; Keuneke, 2005, S. 257) Für Paus-Hasebrink (2005, S. 229) scheiden ‚starre‘ Methoden wie Experimente oder Fragebogenbefragungen für Kinder und Jugendliche aus, weil hier die Gefahr besteht sie zu stark zu lenken und Scheinergebnisse zu erhalten. Allerdings fällt es Jüngeren schwer, sich länger auf einen Zusammenhang zu konzentrieren, weshalb narrative Interviews mit der Möglichkeit zum völlig freien Erzählen ebenfalls nicht geeignet sind. Es sei darum wichtig, sich zwar den Perspektiven der Kinder anzunähern und sie zu Wort kommen lassen, sie aber auch immer wieder auf das Thema zurückzuführen. Dafür eignen sich halbstrukturierte Interviews.

Ich habe mich deshalb für die Methode des problemzentrierten Interviews entschieden. Der Befragte soll hier möglichst frei zu Wort kommen ohne vorgegebene Antwortalternativen um einem offenen Gespräch nahezukommen, das aber zentriert ist auf eine Problemstellung. Der Vorteil: „Man erfährt viel mehr als durch die standardisierte Befragung“ (Lamnek, 2005, S. 340). Durch eine möglichst gleichberechtigte Beziehung von Fragendem und Befragtem ist der Interviewte in der Regel ehrlicher, reflektierter, genauer und offener als bei Fragebögen oder geschlossenen Fragen. Dem Befragten kommt die Funktion eines Experten zu. Vor allem bei Kindern und Jugendlichen ist wichtig, dass sich der Interviewte nicht ausgehorcht fühlt und als vollwertiger Gesprächspartner ernst genommen wird. (vgl. Funiok, 2000, S. 230; Keuneke, 2005, S. 255; Lamnek, 2005, S. 353, 388; Mayring, 1990, S. 46f; Paus-Hasebrink, 2005, S. 223)

Der Leitfaden enthält die Themen, die im Verlauf des Gesprächs angesprochen werden sollen. So bietet er ein Gerüst für die Datenanalyse, indem er die Antworten verschiedener Befragter vergleichbar macht. Die Fragen sind offen gestaltet. Der Interviewer entscheidet im Verlauf des Gesprächs, wann und in welcher Reihenfolge er die Fragen stellt. Aus der Interviewsituation heraus können aber auch neue Fragen und Themen mit einbezogen werden. (vgl. Bortz & Döring, 2006, S. 314; Diekmann, 2004, S. 446; Flick, 1996, S. 106, 112f; Keuneke, 2005, S. 260; Lamnek, 2005, S. 352)

Abbildung 23 zeigt den Ablauf eines problemzentrierten Interviews: Am Anfang stehen die Formulierung und Analyse des Problems, woraus dann die zentralen Aspekte für den Leitfaden zusammen gestellt werden. Der Leitfaden soll die Thematiken des Gesprächs in einer sinnvollen Reihenfolge und mit Formulierungsvorschlägen beinhalten. In der Pilotphase werden anschließend Probeinterviews durchgeführt, mit denen der Leitfaden getestet und gegebenenfalls angepasst sowie der Interviewer geschult wird. Das eigentliche Interview besteht dann aus drei Teilen: Sondierungsfragen bieten einen Einstieg in die Thematik, Leitfadenfragen behandeln wesentliche Themenaspekte, die im Interviewleitfaden festgehalten sind, und Ad-hoc-Fragen sind solche, die der Interviewer spontan in den Gesprächsverlauf einbringt. Das Gespräch wird aufgezeichnet. (vgl. Mayring, 1990, S. 47-49)



Abbildung 23: Ablauf des problemzentrierten Interviews. (vgl. Mayring, 1990, S. 48)

1.2 Gründe gegen eine Befragung via Instant Messenger

Wenn ein Kommunikationsmedium im Zentrum einer Befragung steht, würde es sich anbieten, diese gleich über dieses Medium, im Falle dieser Untersuchung also ICQ, durchzuführen. Ich habe mich jedoch dagegen entschieden. Die Gründe sollen hier kurz genannt werden: Ein Vertrauensaufbau ist bei einem IM-Interview schwieriger als face-to-face, da durch die Anonymität auch die Glaubwürdigkeit des Interviewers leidet. Im Vergleich zum Face-to-Face-Interview ist seine Kontrolle über das Gespräch oft sehr gering, ebenso seine Autorität: Bei den Instant Messaging-Befragungen von Schneider et al. (2005) war es nicht einfach, die Befragten beim Thema zu halten, sie stellten oft selbst Fragen und versuchten das Gespräch in andere Richtungen zu lenken. Weil man das Interview einfach und ohne Rechtfertigung einstellen kann, ist auch die Abbruchquote recht hoch. Und für die 47 IM-Interviews von Schneider et al. waren 137 Anfragen nötig: 90 Anfragen blieben unbeantwortet oder wurden vor der Beantwortung der ersten inhaltlichen Frage abgebrochen. Durch die Schriftlichkeit fielen die Antworten kürzer und knapper aus. Auch ob die Antworten der Wahrheit entsprechen, kann der Interviewer nur schwer kontrollieren. Die Hemmschwelle zu lügen oder sozial erwünschte Antworten zu geben, ist bei der CMC viel niedriger. (vgl. ebenda, S. 158-163) Probanden sind eher zu mündlichen Äußerungen bereit und in der Lage. Schriftliche Äußerungen sind zwar besser durchdacht,

aber dafür weniger spontan, und sie werden vom Befragten als anstrengender und schwieriger erlebt. (vgl. Bortz & Döring, 2006, S. 308)

1.3 Durchführung der Interviews

Der Kontakt zu den meisten Jugendlichen kam auf einer Jugendfahrt in den Pfingstferien 2008 zustande, bei der ich als Betreuer mitfuhr. Diejenigen, die dort ein grundsätzliches Interesse bekundet hatten an meinen Interviews teilzunehmen, bekamen zwei Wochen später von mir per E-Mail die Einladung zum Interview - mit einem separaten Anschreiben für die Eltern.⁶ Das schriftliche Einverständnis aller Eltern liegt mir vor. Letzten Endes wurden dann elf Interviews, mit sechs Jungen und fünf Mädchen im Alter von 14 bis 16 Jahren, geführt. Dieses Alter eignet sich für eine Befragung zum Thema ICQ, weil die 14- bis 17-Jährigen laut JIM-Studie 2007 (vgl. Kapitel 3.2) diejenigen sind, die Instant Messenger am intensivsten nutzen und die Pubertät einige Entwicklungsfragen aufwirft, bei denen ICQ behilflich sein kann (vgl. Kapitel 2). Durch

Geschlecht	Männlich		Weiblich	
	14 Jahre	15 Jahre	16 Jahre	
Alter	3	3	5	
Schulart	Realschule		Gymnasium	
	1		10	
Klassenstufe	7	8	9	10
	1	2	3	5

Tabelle 2: Eigenschaften meiner elf Befragten.

die Auswahl der Jugendlichen sollen die Aussagen sowohl nach Alter als auch nach Geschlecht vergleichbar sein. Unter meinen Befragten sind zehn Gymnasiasten und eine Realschülerin der Klassen sieben bis zehn. Vor allem Jugendliche im Gymnasium, aber auch in der Realschule, nutzen Instant Messenger häufiger als Hauptschüler (vgl. Kapitel 3.2). Voraussetzung für die Teilnahme an meiner Befragung war, dass die Jugendlichen mindestens einmal pro Woche ICQ nutzen. Tabelle 2 zeigt die Eigenschaften meiner elf Befragten.

Da mich die Jugendlichen alle persönlich kennen, habe ich die Interviews nicht selbst geführt. Um Versuchsleitereffekte wie beispielsweise erwünschtes Antwortverhalten zu vermeiden, übernahm eine Kommilitonin die Gespräche für mich. Sie führte alle elf Interviews, was den Vorteil hat, dass sich Unterschiede aus den Gesprächen nicht durch unterschiedliches Verhalten von verschiedenen Befragern ergeben können. Auch Froschauer und Lueger (1992, S. 59) und Funiok (2000, S. 231) empfehlen, Erhebung und Interpretation personell zu trennen, da Interviewer zu einer eigenen Sichtweise des Interviewverlaufs und zur Rechtfertigung ihres Verhaltens tendieren. Für die Autoren ist jedoch eine Diskussion der Auswertungsergebnisse sinnvoll und empfehlenswert, was auch in meinem Fall geschehen ist.

Nach der Entwicklung des Leitfadens durch Literaturstudium und eigene Erfahrungen und Beobachtungen zum Thema, dem Pretest und der Einweisung des Interviewers mit Rollenspiel führten wir die Interviews am 17. und 23. Juni 2008 durch. Aus organisatorischen Gründen fanden die Interviews zentral statt, in kirchlichen Jugendräumen, die sich am Wohnort der Jugendlichen befinden. Um sich schon in das Thema einzudenken und einige statistische Daten der Teilnehmer zu erheben, wurden die Jugendlichen gebeten, zu Beginn des Treffens einen kurzen Fragebogen auszufüllen,

⁶ Die Einladung findet sich im Anhang, S. 80.

der Alter, Klassenstufe, Schulart sowie Art und Dauer der ICQ-Nutzung erhob.⁷ Auch Flick (1996, S. 107), Diekmann (2004, S. 451) und Lamnek (2005, S. 366) empfehlen, das problemzentrierte Interview durch einen quantitativen Kurzfragebogen zu ergänzen, der beispielsweise demografische Daten erhebt: „Die Beschäftigung damit aktiviert bei dem zu Befragenden Gedächtnisinhalte und führt zu einer ersten inhaltlichen Auseinandersetzung mit den im Interview anzusprechenden Problembereichen“ (Lamnek, 2005, S. 366). Er erleichtert den Einstieg ins Gespräch, weil „das lästige Frage-Antwort-Spiel um die Rahmenbedingungen des Interviews erspart bleiben kann“ (ebenda). Die Interviewerin konnte sich während der Befragung auch auf die Angaben im Fragebogen beziehen. Als Einstieg in das Interview diente die Aufforderung zu berichten, wie eine typische ICQ-Nutzung des Jugendlichen aussieht. Die Interviewerin bekam den Hinweis, dass alle sechs Fragen des Leitfadens im Laufe des Gesprächs gestellt werden sollen. Die Reihenfolge konnte verändert werden, Zwischen- und Nachfragen war eindeutig erwünscht.⁸ Die Interviews dauerten zwischen sechs und 13 Minuten.

1.4 Auswertung

Die Interviews wurden mit einem Diktiergerät aufgezeichnet und anschließend von mir wortwörtlich transkribiert.⁹ Die Daten wurden dabei anonymisiert: Alle Befragten werden mit einem anderen Namen bezeichnet. Das Material habe ich in Anlehnung an die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet. (vgl. Bortz & Döring, 2006, S. 329-323; Lamnek, 2005, S. 517-531; Mayring, 1990, S. 85-89; Mayring & Hurst, 2005, S. 437-443) Der Schritt der zusammenfassenden Inhaltsanalyse fiel praktisch weg, weil die Interviews schon sehr kurz waren (jedes Transkript umfasst zwischen drei und vier Seiten) und durch die strukturierten Fragen fast nur Relevantes genannt wurde. Durch eine zu starke Kürzung könnten außerdem wichtige Informationen verloren gehen. Einige Aussagen, die nicht zum Thema passten, wurden jedoch herausgestrichen, vor allem wenn es um technische Dinge ging. Auch der Schritt der explizierenden Inhaltsanalyse fiel sehr kurz aus, da es kaum unklare Textbestandteile gab. In der strukturierenden Inhaltsanalyse wurde zunächst anhand der Themen des Interview-Leitfadens und der Literatur (Fix, 2001; Schenk, 2007; Schneider et al., 2005) ein Kategoriensystem entwickelt, das bei der Durchsicht des Materials mehrmals verfeinert und angepasst wurde. In der Endauswertung wurden die Transkripte dann kodiert, das heißt relevante Texteinheiten den Kategorien zugeordnet. Die Textstellen, in denen die jeweiligen Kategorien angesprochen werden, wurden farbig markiert. In einer Tabelle habe ich die Fundstellen der Befragten zum Vergleich gegenübergestellt. Diese Dokumente befinden sich auf der CD im Anhang.

Durch die Auswertung habe ich Gratifikationen herausgearbeitet, die Jugendliche bei der ICQ-Nutzung suchen. Diese Motive bewegen sich auf vier Ebenen: Es sind emotionale, kognitive, soziale und praktische Funktionen, die Jugendliche zur ICQ-Nutzung veranlassen. Jede dieser Funktionen besteht aus mehreren Kategorien, zum Beispiel gehören zu den emotionalen Funktionen Eskapismus, Unterhaltung, Gewohnheit und

⁷ Der Fragebogen befindet sich im Anhang, S. 83.

⁸ Der Leitfaden befindet sich im Anhang, S. 81f.

⁹ Die Transkripte befinden sich auf der beiliegenden CD-Rom im Ordner „B1_Transkripte“.

Zeitvertreib. Die Ergebnisse meiner Interview-Auswertung sollen nun im folgenden Kapitel dargestellt, zusammengefasst und mit passenden Zitaten unterlegt werden.

2 Ergebnisse

Nutzung

Zwei Mädchen nutzen ICQ einmal pro Woche, sechs Jugendliche mehrmals pro Woche und drei Jungen jeden Tag. Meine männlichen Befragten nutzen also ICQ eher häufiger als die Mädchen.

Die Ergebnisse aus dem Fragebogen zeigen, dass - in Übereinstimmung mit Ergebnissen anderer Studien - für die interviewten Jugendlichen das Chatten die wichtigste ICQ-

	immer	manchmal	selten	nie
Chatten	8	3	-	-
sehen, wer online ist/ Statusanzeige	5	5	1	-
Leute suchen/Profil ansehen	-	2	5	4
Spiele	-	1	8	2
Geburtstags Erinnerung	1	2	5	3
Dateien/Links austauschen	4	4	2	1
Voice Chat/Video Chat	-	1	3	7
SMS verschicken	-	-	-	11

Tabelle 3: Ergebnisse: Für was nutzt du ICQ?

Funktion ist. Auch Statusanzeige und Dateiaustausch werden recht häufig verwendet. (vgl. Tabelle 3) Der Großteil der Jugendlichen (drei Jungen und vier Mädchen) nutzt ICQ seit ein bis zwei Jahren, zwei Jungen und ein Mädchen seit mehr als zwei Jahren, und ein Junge erst weniger als ein halbes Jahr.

Veränderungen nach mehrjähriger Nutzung

Eva und Sandra erklären, dass sie ICQ anfangs - vor etwa zwei Jahren - viel öfter genutzt haben, obwohl sie noch nicht so viele Kontakte in ihrer Freundesliste hatten. Als Gründe, dass ihre ICQ-Nutzung zurückgegangen ist, geben sie an, dass sie jetzt mehr zu tun (Eva) und mehr Offline-Freunde haben (Sandra). Eva meint deshalb auch, dass sie heute besser auf ICQ verzichten könnte als anfangs.

Julian, Tanja und Simon, die ICQ auch schon rund zwei Jahre nutzen, verwenden es dagegen jetzt häufiger und haben auch mehr Freunde in der Kontaktliste. Julian gibt außerdem an, dass er früher über ICQ mehr gespielt hat. Simon kann ICQ jetzt länger nutzen, weil ihm seine Eltern eine längere PC-Nutzung erlauben:

Also früher hab ich's noch nicht so lang pro Tag genutzt. Weil da gab's halt auch noch das Problem mit meinen Eltern, dass ich nicht so lang am PC sitzen soll und so. Das hat sich halt jetzt geändert, da hab ich jetzt mehr Freiheiten. Und ähm früher hatte ich auch noch nicht so viele Leute in der Kontaktliste, das wurde halt dann mit der Zeit immer mehr. (Simon, S. 4)

Dieses Verhalten passt auch zur Einschätzung von Schneider et al. (2005), die den Instant Messenger als ein „netzwerkorientiertes Medium“ (ebenda, S. 21) bezeichnen, das seinen vollen Nutzen erst entfaltet, wenn es mehrere Nutzer gibt: „Jeder weitere Nutzer erhöht für die bereits vorhandenen den Nutzen des Netzwerks.“ (ebenda)

Eine Besonderheit stellt das Chatverhalten von Julian dar:

Meistens bin ich inkognito. Also man sieht mich nicht. Aber ich seh die, die online sind. Und ich kann dann eben denen schreiben, mit denen ich auch wirklich

schreiben will, und werd nicht von irgendwelchen „genervt“ muss ich wohl sagen. Mit denen ich eigentlich nicht schreiben will im Moment. (Julian, S. 2)

Die anderen Nutzer können also nicht sehen, dass Julian online ist, und er kann diejenigen anschreiben, mit denen er auch wirklich chatten will. Sichtbar ist Julian nur für zwei seiner Freunde. Seit etwa zwei Jahren nutzt er diesen Inkognito-Status, den er so begründet:

Ja am Anfang da wars natürlich so, dass ich gesagt hab ‚Hu, ich hab jetzt ICQ, da chatte ich mal mit jedem los‘. Aber nach ner Zeit wird des halt schon ein wenig lästig und dann hab ich halt gesagt gut jetzt geh ich auf inkognito. (Julian, S. 5)

Motive der ICQ-Nutzung: Kategorien

Die Funktionen, die die ICQ-Nutzung für die Jugendlichen erfüllt, habe ich in vier Bereiche aufgeteilt: emotionale, kognitive, soziale und praktische Funktionen. Die Motive will ich nun im Folgenden vorstellen und so einen anschaulichen Überblick über die Gründe geben, warum die Jungen und Mädchen so häufig und intensiv ICQ nutzen.

2.1 Emotionale Funktionen

Eskapismus und Ablenkung

Zu dieser Kategorie gehören die Bewältigung von Alltagsanforderungen und Kontaktschwierigkeiten sowie die Ablenkung von Problemen. Durch Medienkonsum kann kurzzeitig eine Flucht aus dem Alltag („escape“) befriedigt werden. Dieses Motiv spielt bei nahezu allen Studien, auch wenn es um die Internetnutzung geht, eine große Rolle. Sechs Jugendliche sagen, sie können beim Chatten ehrlicher und offener sein und trauen sich eher ihre Meinung zu äußern als offline:

Redest du dann auch über Sachen, die du vielleicht in echt nicht so sagen würdest? Ja doch, weil schreiben oft einfacher ist finde ich. [...] Wenn mich etwas stört oder so. (Tanja, S. 3)

Drei Jugendliche geben auch zu, im ‚echten‘ Leben nicht so gut auf Leute zugehen zu können. Im ICQ sind Kontaktaufnahme und Gesprächsführung für sie einfacher, wie Tina sagt:

Ja, wenn man halt n bisschen schüchtern ist oder so vielleicht. [...] Ja, also man hat vielleicht auch Kontakt zu Leuten, mit denen man jetzt sonst nicht viel zu tun hat. Und da würd ich mich jetzt vielleicht trauen einfach anzurufen wenn ich irgendwas von denen will [...] Ja ich find halt, es ist leichter mit Leuten zu chatten, die man nicht kennt als wie mit denen jetzt gleich zu telefonieren oder so. [...] Also wenn man jemanden erst kennengelernt hat oder so. [...] Man muss halt nicht soviel sagen. Wenn einem nichts mehr einfällt, dann schreibt man halt mal zwei Minuten nicht und wenn man jetzt telefoniert, dann geht des ja nicht. (Tina, S. 2f)

Unsicherheiten gegenüber anderen lassen sich im ICQ leicht überspielen, man „tut manchmal bisschen cooler“ (Eva, S. 3) und kann freier und weniger ängstlich reden:

Vielleicht weil ich dem Menschen nicht gegenüber steh, kann ich ein bisschen freier reden. [...] Ich bin häufig unsicher in der Kommunikation mit den Menschen untereinander und (Pause) zumindest manchmal, wenn ich gerade ein

bisschen aufgeregt bin, dann bringe ich keine vernünftigen Sätze zusammen oder spreche irgendwie immer viel zu schnell. (Christian, S. 4)

Die Kommunikation via ICQ kann helfen, von Problemen im Alltag abzulenken: Christian erzählt, dass er sich „sehr sehr sehr selten“ (S. 5) mit Gleichaltrigen trifft. Wenn er chattet, fühlt er sich weniger allein und kann sich mit seinen Klassenkameraden unterhalten, was er face-to-face kaum tut.

Zeitvertreib, Gewohnheit und Unterhaltung

Zeitvertreib

Sarah, Stefan und Sandra geben an, ICQ zu nutzen, wenn ihnen langweilig ist. Instant Messaging kann also auch Zeitvertreib sein:

Also wenn einem langweilig ist, ist es schon gut wenn man ICQ hat. Weil da eben immer jemand da ist. Irgendjemand ist immer, mit dem man reden kann. (Sarah, S. 4)

Gewohnheit

Fünf der sechs Jungen, aber kein einziges der Mädchen, gehen immer in ICQ, wenn sie am Computer sitzen. ICQ startet automatisch beim Hochfahren des Computers und läuft dann die ganze Zeit mit:

Ja also wenn ich mein PC einschalt startet es automatisch und is auch die ganze Zeit an. (Stefan, S. 2)

So ergeben sich auch die höheren Nutzungszeiten bei den Jungen: Bei ihnen läuft ICQ nebenher während sie im Internet surfen oder spielen, sie chatten aber nicht die ganze Zeit. Der einzige Junge, bei dem dies nicht der Fall ist, ist Thomas, der jüngste und der ICQ erst seit wenigen Monaten nutzt. Die von mir befragten Mädchen gehen dagegen nur dann ins ICQ, wenn sie es auch aktiv nutzen und chatten wollen. Vor allem bei den Jungen kann man deshalb sagen, dass auch die Gewohnheit ein Nutzungsgrund ist. Vor dem PC zu sitzen gehört bei ihnen zum Tagesablauf, genauso dazu wie Schule und Hausaufgaben. So sagt Simon auf die Frage, wann er online geht:

So ungefähr 14 Uhr 30, wenn ich immer von der Schule heimkomm und gegessen hab und so. Dann geh ich gleich online. (Simon, S. 2)

Unterhaltung

Bei der Internetnutzung hat Unterhaltung einen besonderen Stellenwert: Vor allem Jugendliche nutzen es, weil es ihnen Spaß macht. (vgl. Kapitel 4.2) Auch vier meiner Gesprächspartner (Stefan, Tina, Eva und Martin) sagen im Verlauf des Interviews, dass sie gerne ICQ nutzen. Überraschenderweise hat aber kein einziger auf die direkte Frage, warum er ICQ nutzt, angegeben: „Weil es mir Spaß macht.“ Wahrscheinlich sind sich viele Jugendliche dieses Motivs nicht bewusst oder sie halten es nicht für erwähnenswert. Auch wenn sie es nicht so direkt angegeben haben, so kann man trotzdem davon ausgehen, dass den Jugendlichen das Chatten Spaß macht - sonst würden sie wohl nicht so viele Stunden freiwillig damit verbringen.

2.2 Kognitive Funktionen

Selbstfindung und Identität

Gerade Online-Kommunikation kann Bedürfnisse von Jugendlichen wie die Stärkung des Selbstbilds und die Möglichkeit zur Selbsterfahrung durch beispielsweise (Geschlechts-) Identitätsspiele unterstützen. Im Jugendalter sind die Identitätssuche und die Auseinandersetzung mit den eigenen Veränderungen wichtig (vgl. Kapitel 2.4).

Für Christian bietet das ICQ die Möglichkeit zur Selbsterfahrung, indem er einmal eine andere Rolle ausprobieren kann und sich seinen Klassenkameraden anders darstellt als im richtigen Leben:

Manchmal komme ich mir so vor, als würde ich nicht als der auftreten wie der, der ich bin im echten Leben. Oder man würde mich nicht so kennen wie ich bin. Und im ICQ dann vielleicht ne bisschen andre Seite. (Christian, S. 4)

Vier Jugendliche, darunter drei Jungen (Stefan, Christian und Julian), geben an, dass sie im ICQ mehr von sich preis geben und offener sind, weil sie das Gegenüber nicht sehen:

Ja ich denk die Hemmschwelle ist n bisschen niedriger, da man eben, ja man sieht sich nicht. Und dadurch - weiß nicht - man sieht nicht gleich die Reaktion vom anderen. Und dadurch ist man vielleicht ein bisschen offener. (Stefan, S. 3)

Vier Jungen und ein Mädchen sagen, dass sie sich im ICQ mehr trauen. Das beinhaltet, dass es die Jugendlichen eher wagen sowohl positive als auch negative Dinge auszusprechen, und auch dass sie frecher, mutiger und lustiger sein können:

Man weiß halt, da hört keiner zu. weil des ist halt die Leitung. [...] Ja eben durch das, dass man den anderen nicht sieht, kommen einem auch negative Dinge ‚leichter über die Lippen‘ kann man ja nicht sagen aber... *Über die Tasteratur*. Ja. (Stefan, S. 3)

Auffällig ist, dass mehr Jungen als Mädchen diese Motive anführen. In der Gesellschaft vorherrschende Klischees verbieten Jungen, öffentlich Schwäche und Gefühle zu zeigen. (vgl. Stecklina, 2007, S. 19) Computervermittelte Kommunikation scheint ihnen in dieser Hinsicht entgegen zu kommen. Mädchen sind nach ihren eigenen Aussagen schon im wirklichen Leben offener. Konflikte und Probleme klären sie lieber persönlich:

Und also ich geh jetzt nicht so oft on, weil ich lieber mit den Leuten so red anstatt dass ich über ICQ mit denen red. [...] wenns ein Problem gibt, kann man da gscheit drüber reden. [...] *Also keine tiefergehenden Sachen, wie irgendwelche Gefühlsdinge oder Emotionen oder?* Also des net. Des mach ich wenn dann scho also wenn ich der Person gegenüber steh. (Sandra, S. 2f)

ICQ erleichtert die Kommunikation mit dem anderen Geschlecht, sagen zwei Mädchen. Durch den Chat können sie den Jungen besser kennenlernen - auch ohne die Clique drumherum - und es fällt ihnen leichter, ihn anzusprechen und sich mit ihm zu unterhalten:

Also wenn man zum Beispiel mit Jungs chattet, dann ist es schon so, dann verhält man sich schon n bisschen anders, also glaub ich. [...] Weiß nicht, man ist viel aufgedrehter. Wenn man den Jungen jetzt nicht so kennt und man steht ihm gegenüber, dann ist man doch schon n bissl ruhiger. (Tanja, S. 4)

Wenn man halt grad jemand hat, den man näher kennen lernen will, dann ham wir n bisschen länger gechattet. *Jemand männlichen oder?* Ja. (Tina, S. 4)

Auch Jungen haben im Jugendalter das Interesse an einer Beziehungsaufnahme zu Mädchen. Da diese von Gleichaltrigen häufig nicht positiv sanktioniert wird, sind die Botschaften der Jungen an die Mädchen häufig aggressiv und sexistisch. Die von den Jungen eigentlich erwünschte Beziehungsaufnahme zu den Mädchen ist dadurch nicht gerade einfach. (vgl. Stecklina, 2007, S. 18) ICQ könnte diese Kontaktaufnahme erleichtern, auch wenn dies keiner der Jungen angibt. Allerdings muss hier betont werden, dass es sich dabei um ein sehr privates Thema handelt. Vielleicht empfinden mehrere meiner Befragten Ähnliches, wollten es aber im Interview nicht sagen. Sieben Jugendliche finden, dass sie sich im ICQ anders verhalten als im sonstigen Leben. Zwei Mädchen und zwei Jungen sagen dagegen, dass sie sich dort genauso verhalten wie sonst. Sarah begründet das beispielsweise damit, dass sie die Leute, mit denen sie chattet, ja auch persönlich kennt.

Themen als Orientierung

Im ICQ sprechen die Jugendlichen über Themen, die sie betreffen und interessieren. Auf die Frage, um welche Themen es beim Chatten geht, nennen die Befragten Schule, Menschen, Gleichaltrige, Alltag und Freizeit. Auf die Nachfrage, ob auch über private oder intime Dinge wie Gefühle gesprochen wird, gibt es unterschiedliche Ergebnisse: Manche sagen, darüber sprechen sie lieber face-to-face (Tina, S. 2: „So ernstere Sachen die red ich dann lieber am Telefon oder gleich dass ich mit dem treff oder der.“), andere sagen, das komme schon manchmal vor, wenn man mit guten Freunden chatte:

Wenn der irgendwas einbringt von sich, was denn grade so seine persönliche Lage ist oder was ihm heute, was halt so im Alltag passiert im Allgemeinen. [...] Manchmal wird's auch privater, je nach Benutzer halt. (Simon, S. 3)

Erstaunlicherweise - obwohl zum Beispiel Barthelmes und Sander (2001, S. 286) sagen, Jungen sprechen weniger über ihre Gefühle - geben mehr Jungen als Mädchen (Julian, Martin, Stefan, Simon und Tanja) an im ICQ auch über Persönliches zu reden, so wie Julian (S. 4):

Geht's dann auch mal mehr ins Private? Ja doch schon. Wir kennen uns ja gut. Also ich mein, mit nem Typen, den ich jetzt nicht persönlich kennen würde, würde ich wahrscheinlich nicht so privat chatten. Aber ich mein ich kenn fast alle, ja ich kenn alle, die in meiner Kontaktliste sind, und deswegen kann ich mit denen auch über persönliche Sachen reden.

Mit Blick auf die geringe Zustimmung zu der Frage, ob auch über Privates oder Gefühle gesprochen werden, ist zu beachten, dass bei solch persönlichen Fragen nicht unbedingt immer wahrheitsgemäß geantwortet werden muss. Und da bei der repräsentativen JIM-Studie 88 Prozent der Jugendlichen angaben, sich für Freundschaft und Liebe zu interessieren (vgl. Kapitel 2.6), kann man davon ausgehen, dass dieses Thema auch in ICQ-Gesprächen nicht ganz ausgeklammert wird.

Wenn Jugendliche über Themen aus ihrem Umfeld und eigene Empfindungen chatten, ansonsten halt noch über die Menschen in der Klasse und ja. [...] Vielleicht über die Beziehungen der Menschen untereinander zum Beispiel, oder... über Lehrer und deren aktuelles Verhalten und solche Sachen (Christian, S. 3)

zeigt sich dabei auch eine Orientierungsfunktion von ICQ: Die Jugendlichen setzen sich so mit gesellschaftlichen Normen und Werten auseinander, sie lernen verschiedene Rollen und Identifikationsmuster kennen. Nicht nur die Medien selbst, sondern

auch die Gesprächspartner in den Medien können Orientierung für Jugendliche bieten.

2.3 Soziale Funktionen

Bedürfnis nach sozialer Interaktion, Integration in die Gemeinschaft

Über das Internet kann man synchron mit anderen Menschen kommunizieren und so persönliche Erfahrungen austauschen. Es kann ein Gefühl von Vertrautheit entstehen, man kann mitreden und dazugehören. Alle elf Befragten sagen, dass sie ICQ nutzen um sich mit anderen zu unterhalten. Wie wichtig Zusammensein und Austausch mit Gleichaltrigen im Jugendalter sind (vgl. Kapitel 2.5), zeigt sich hier. Das Bedürfnis nach Interaktion und Integration wird deutlich, wenn Sandra (S. 3) meint: „Wenn man halt grad irgendwie Kontakte braucht, kann man mit mehreren reden.“ Auch wenn man sich nicht so häufig trifft und faktisch allein vor dem Computer sitzt, hat man so das Gefühl in Kontakt zu bleiben, wie Stefan (S. 4) sagt: „Man bleibt halt, auch wenn man jetzt nur vor seiner Kiste sitzt, bleibt man halt mit anderen in Kontakt. Das find ich ist halt n großer Vorteil.“

Für die Befragten ersetzt ICQ keineswegs andere Treffen oder Beziehungen, sondern ist zusätzliche Zeit, die man mit Freunden verbringt: „Durch ICQ kommt man halt dann öfters mal zam.“ (Martin, S. 3) Die Jugendlichen fragen, wie es dem anderen geht und was er gerade macht. Miteinander zu plaudern kann eine Beziehung intensivieren und ein Gefühl der Zugehörigkeit und Nähe schaffen, wie es auch Schneider et al. (2005, S.89) betonen:

Die Möglichkeit, jeden Augenblick die Anwesenden ansprechen zu können und auch einfach nur die Telepräsenz zu spüren, kann Beziehungen intensivieren - selbst wenn die Häufigkeit der tatsächlichen Gespräche eher gering ist.

Julian erzählt, dass er durch ICQ seine neuen Klassenkameraden besser kennen gelernt hat, dass ihm so die Integration in die Klassengemeinschaft leichter gefallen ist:

Ich bin letztes Jahr in ne neue Klasse gekommen und da kannte ich auch niemanden. Und nachdem ich ICQ dann paar geaddet hab, hab ich dann ein bisschen mit denen geredet. Und man kann eben auch im ICQ besser reden als so einfach und da wurde das Verhältnis dann schon besser (Julian, S. 5)

ICQ hilft ihm auch jetzt noch, mit seinen Schulfreunden in Kontakt zu bleiben. Weil er weiter weg wohnt, kann er sie nicht immer persönlich treffen:

Weils einfach schneller geht. Ich mein ich wohn in Königsbrunn und geh in Augsburg zur Schule und wenn ich mich jetzt treffen würd dann würd des viel zu lange dauern. *Also ist es so, dass du dich weniger triffst mit Leuten, dadurch dass du ICQ nutzt?* (Pause) Mmh ja, könnte man schon so sagen. Also ich hab mich glaub früher schon mehr getroffen mit Freunden. Aber seit ich ICQ nutz, treff ich mich schon noch mit Freunden, aber ich treff mich halt nicht mehr so viel ja. (Julian, S. 3)

Julian ist der Einzige, der angibt sich durch die ICQ-Nutzung weniger mit Leuten zu treffen. Stefan und Tanja sagen dagegen sogar, dass ICQ dazu führt, dass sie sich im echten Leben öfters mit anderen treffen:

Ich bin jetzt nicht so der gesellige Mensch. Aber ohne ICQ wär das auch nicht anders. Und ich denk fast sogar, dass es dadurch ein bisschen mehr wird, da man sich leichter verabreden kann. (Stefan, S. 4)

Beziehungspflege

Gesprächspartner

Alle von mir interviewten Jugendlichen chatten über ICQ hauptsächlich mit Freunden, Bekannten und Klassenkameraden. Mit Fremden unterhalten sie sich selten (fünf Jugendliche) oder nie (sechs Jugendliche). Julian (S. 2) meint: „Ich mach des nicht so, über ICQ Freunde suchen oder sowas. Ich hab nur Typen in meiner Liste, die ich auch persönlich kenne.“ Tanja, Simon, Stefan, Sandra und Thomas chatten auch mit Fremden, die sie nur übers Internet kennen. Dies ist bei allen jedoch der kleinere Anteil im Vergleich zu den Bekannten und kommt seltener vor. Nur bei Stefan und Simon ist dies regelmäßiger der Fall, der Kontakt ist jedoch weniger intensiv:

Also da sind die Gespräche dann oft nur so ‚wie geht’s‘ und so, also nichts Besonderes. (Simon, S. 2)

Bei den anderen sind es nur vereinzelte Kontakte. Doch auch bei diesen fünf sind der überwiegende Anteil der Gesprächspartner Leute, die sie persönlich kennen. Kein einziger hat sich schon einmal mit einem fremden Gesprächspartner getroffen. Auffällig ist, dass vier der fünf Jugendlichen, die auch mit Fremden chatten, 16 Jahre alt sind. Die Älteren kommunizieren also eher mit Unbekannten. Man kann jedoch sagen, dass die von mir befragten Jugendlichen ICQ hauptsächlich zur Pflege bestehender Offline-Beziehungen und -Freundschaften nutzen.

In Kontakt bleiben

Fünf meiner Gesprächspartner erzählen im Interview außerdem, dass sie ICQ auch nutzen um mit Personen in Kontakt zu bleiben, mit denen sie sonst keinen oder nur noch selten Kontakt hätten. Bei Sarah sind das die Leute, mit denen sie in der Grundschule war und mit denen sie aber außer über ICQ keinen Kontakt mehr hat, weil sie an verschiedenen Schulen sind. Auch Julian chattet noch mit Leuten aus seiner alten Klasse:

Wenn ich [...] mit denen nicht im ICQ chatten würde, dann würde ich gar nicht wissen, wies denen geht, ob die... weil zum Beispiel eine ist umgezogen, wo die jetzt wohnt, wies ihr geht. Also es ist schon, ich würd sagen das Verhältnis bleibt dann auch so und es kann sich auch steigern. (Julian, S. 4f)

Simon nutzt ICQ auch, um mit seiner Verwandtschaft, die in Nordrhein-Westfalen wohnt, zu kommunizieren. Für die Jugendlichen steht fest: Durch ihre ICQ-Nutzung treffen sie sich nicht weniger ‚in echt‘ mit Freunden. Tanja meint sogar: „Bei mir ist es eher so, dass ich per ICQ was ausmache und die Leute dann öfters treff.“ (S. 5)

Kontaktanbahnung

Dass er über ICQ neue Leute kennen lernen will, hat keiner der Jugendlichen erwähnt. Allerdings sagen neun Jugendliche, dass sich die Beziehung zu den Gesprächspartnern durch das Chatten verbessert hat, dass sie die anderen besser kennen gelernt und sich mit ihnen sogar angefreundet haben. Sandra erzählt, dass sie über ICQ von einem Klassenkameraden ganz andere Seiten kennen gelernt hat:

Ich hab mal gechattet mit einem, und des war immer ganz nett, aber wenn ich dann im richtigen Leben war, des war dann komplett anders. Also des konnte man überhaupt nicht vergleichen. Also des war dann komplett anders. [...] Der war bei mir in der Klasse. Also irgendwie in der Klasse ich hab eigentlich nicht mit ihm geredet. Nur dann wieder über ICQ. [...] Ja es war schon mal ganz inte-

ressant zu erfahren wie der so ist, aber man weiß halt dann nie, ober er dann in Wirklichkeit so ist... Weil Leute sind ja immer anders, wenn andere Personen dabei sind. Und dann kann man des nicht so richtig beurteilen. Wenn der in ICQ so ist, dann kann er im Leben ganz anders sein. (Sandra, S. 4)

Gemeinsame Inhalte von Gesprächen, Prestigefunktion

Medienbesitz und das Wissen über Medieninhalte können die Stellung in der Peergruppe erhöhen. Die gemeinsame Chatsprache fördert das Gefühl einer sozialen Gruppe anzugehören. Dass über ICQ und die Inhalte der Gespräche auch im ‚echten‘ Leben gesprochen wird, das hat keiner der Interviewpartner explizit erwähnt. Allerdings betonen fünf Jugendliche (zwei Mädchen, drei Jungen), dass sie ICQ nutzen, weil es ‚die anderen‘ auch haben. Es besitzt also schon eine gewisse Prestige- und Zugehörigkeitsfunktion, wie die Aussage von Julian (S. 2) zeigt:

Naja, in der fünften Klasse hat des glaub ich angefangen. Ähm ich hab halt gesagt, ja die meisten Freunde von mir nutzen jetzt ICQ und dann hab ich mir gedacht ich hols mir auch mal.

Die Äußerungen der Jugendlichen zeigen, dass die Meinung von Gleichaltrigen und das Zugehörigkeitsgefühl im Jugendalter wichtig sind (vgl. Kapitel 2.5). In dieser Kategorie finden sich eher Aussagen der jüngeren Befragten (zwei 14-, zwei 15- und nur ein 16-Jähriger).

2.4 Praktische Funktionen

Instrumentalität

Auch instrumentelle Anwendungen von ICQ spielen bei den Jugendlichen eine wichtige Rolle, wie Martin (S. 2) meint: „Ja wenn man was braucht, hat man’s gleich. Ohne zu telefonieren. Und is ja auch meistens jemand on, den man fragen kann.“

Schule

Sieben der Interviewten (fünf Jungen, aber nur zwei Mädchen) nutzen ICQ auch instrumentell wenn es um Schule geht. Am häufigsten fragen sie oder werden gefragt, welche Hausaufgaben auf sind:

Sehr oft wird man halt angeschrieben: vergessene Hausaufgabe, was haben wir denn auf morgen auf? (Stefan, S. 3)

Oder es werden gleich Lösungen hin- und hergeschickt, Schulaufgabentermine ausgetauscht oder spekuliert, ob morgen eine Stegreifaufgabe geschrieben wird:

Ich kenn Freunde, die machen des, die schicken sich gegenseitig die Latein-Übersetzungen übers Internet, aber meistens mach ich des nicht (Julian, S. 4)

Treffen vereinbaren

Drei Jungen und drei Mädchen geben als Nutzungsmotiv außerdem an, über ICQ Treffen mit Freunden zu vereinbaren. Dies verdeutlicht noch einmal die beziehungsstiftende Funktion von ICQ und die Bedeutung der Peers.

Dateienaustausch

Im Interview nennen Martin und Tina als Nutzungsgrund, über ICQ auch Fotos, Hausaufgaben, Links oder andere Dateien auszutauschen. Auf dem quantitativen Fragebogen sind es jedoch weit mehr, die angegeben haben diese Möglichkeit zu nutzen: Fünf nutzen ICQ manchmal zum Dateienaustausch, drei immer.

Sonstige

Die Jugendlichen nennen noch weitere Dinge, die sich auch den instrumentellen Gründen zuordnen lassen: Stefan nutzt im ICQ auch die Geburtstagserinnerung des Programms und um sich mit anderen über Fragen zu Online-Spielen auszutauschen. Sarah sagt, der Instant Messenger sei auch praktisch um Überraschungen zu planen: „Wenn man jemandem was schenken will oder jemanden überraschen. Dass man halt dann nicht mit dem klären kann also wenn der dabei ist wär ja doof.“ (S. 3)

Vorteile des Mediums

In den Interviews haben die Jugendlichen als Begründung für die ICQ-Nutzung auch viele Vorteile des Mediums genannt. Diese Eigenschaften können auch Gründe für die Nutzung - vor allem im Vergleich zur Nichtnutzung anderer Medien - sein. Für sechs Befragte (Stefan, Thomas, Martin, Tanja, Sarah und Tina) ist ICQ einfach nur ‚praktisch‘, für Eva außerdem ‚bequem‘. Alle elf Befragten geben als Vorteil an, dass die Kommunikation über ICQ schnell ist, da der Gesprächspartner meist sofort antwortet und man überprüfen kann ob der andere die Nachricht bekommen hat:

Weil ich schneller hin und her schreiben kann. Bei E-Mail schickt man ab, zwei Tage später schreibt er zurück und dann kann man da halt gscheit reden. (Sandra, S. 2)

Es entsteht ein gesprächsähnliche Situation, in der „man sich noch einigermaßen richtig unterhalten kann“ (Christian, S. 2). Drei Mädchen und ein Junge finden außerdem gut, dass sie sich über ICQ mit mehreren gleichzeitig einzeln unterhalten können - das geht beim Telefon beispielsweise nicht. Fünf Schüler nutzen ICQ auch, weil sie nebenbei noch etwas anderes tun können, zum Beispiel im Internet Surfen, Computerspiele oder auch Lernen:

Es is halt manchmal einfach praktischer wenn man nebenbei noch was arbeiten muss und dann am Computer sitzt und dann halt schnell antwortet wenn was ist.“(Tanja, S. 2)

Also da kann man also halt noch mehr Sachen machen. Beim Telefonieren da telefoniert man halt dann nur, und ICQ dann noch nebenbei bisschen Hausaufgaben, dann wieder bisschen schreiben und sonstwas. (Eva, S. 2)

Dass ICQ billiger ist als Telefon oder SMS - es fallen nur die Online-Kosten an - ist für fünf Jugendliche ein Grund für ihre Nutzung. Tanja, Martin und Julian betonen außerdem, dass Instant Messaging unaufdringlicher ist als beispielsweise Telefon und man damit auch keinen stört. Und wenn jemand in seine Statusanzeige schreibt, dass er nicht gestört werden will, wird das auch akzeptiert. Als weitere Vorteile nennen die Jugendlichen, dass man sich noch einmal den Verlauf des Gesprächs ansehen kann und man sieht, was der andere geschrieben hat (Eva) und dass man lernt schneller zu tippen - „Weil der andre ja nicht lange auf ne Antwort warten möchte“ (Thomas, S. 3). Man könne außerdem eine Webcam dazu schalten und im Vergleich zum Telefon habe man direkt die Freunde dran und nicht erst die Eltern, meint Thomas. Stefan und Julian sagen außerdem, dass SMS im Vergleich zu ICQ Einschränkungen habe: Das Schreiben dauert länger, und es steht nur eine begrenzte Zahl an Zeichen zur Verfügung.

3 Fazit

Die Auswertung zeigt, dass die ICQ-Nutzung für Heranwachsende vielfältige Bedürfnisse erfüllen kann. Die Gratifikationen, die Jugendliche dort suchen, bewegen sich auf verschiedenen Ebenen: Es sind emotionale, kognitive, soziale und praktische Gründe. In Abbildung 24 habe ich die Ergebnisse meiner Auswertung zusammengefasst: Es sind die Funktionen jugendlicher ICQ-Nutzung.

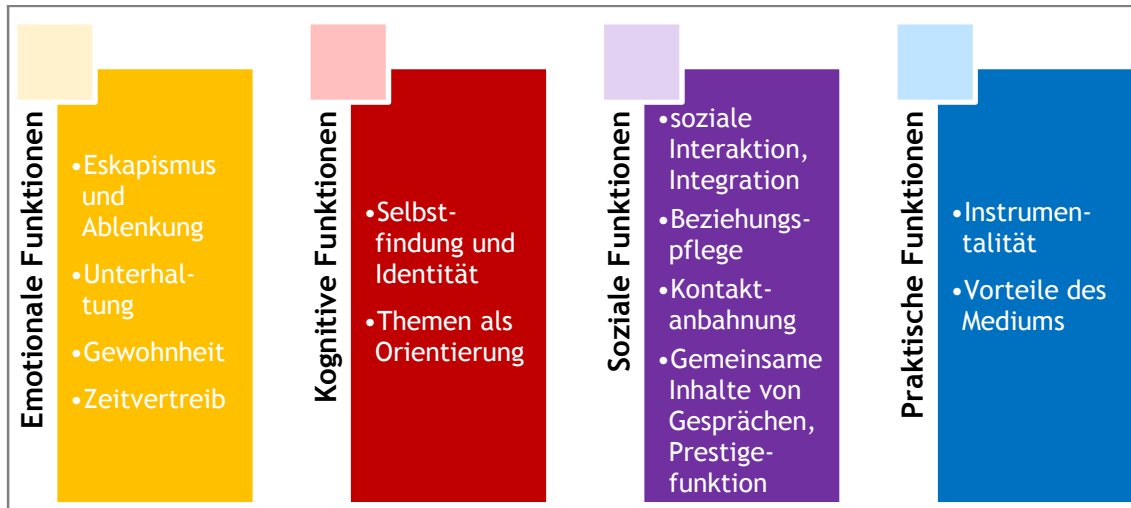


Abbildung 24: Ergebnis meiner Auswertung: Funktionen jugendlicher ICQ-Nutzung.

Erstmals wurde damit die ICQ-Nutzung deutscher Jugendlicher ausführlich empirisch erfasst und mit ihrer allgemeinen Entwicklung in Verbindung gebracht. An dieser Stelle muss betont werden, dass die Motive der ICQ-Nutzung der Jugendlichen hiermit eventuell nicht vollständig erfasst wurden, da sie womöglich manche Gründe nicht nennen wollten oder sich manchen gar nicht bewusst sind. So kann es beispielsweise mit dem selten genannten Motiv ‚Spaß‘ sein. Das Problem einer Befragung zur Untersuchung von Motiven liegt außerdem darin, dass die Rezipienten ein Verhalten rationalisieren müssen, über das sie sich normalerweise nur wenig Gedanken machen. Außerdem kann man nicht überprüfen, ob die Befragten immer korrekt ihre Beweggründe angegeben haben. Sie könnten sich auch bestehenden Meinungen angepasst und sozial erwünschte Antworten gegeben haben. Auch der Interviewer hat in qualitativen Interviews einen größeren Einfluss als bei der standardisierten Befragung; eine unbemerkte Beeinflussung ist nicht auszuschließen. (vgl. Diekmann, 2004, S. 452; Schenk, 2007, S. 698; Suckfüll, 2004, S. 35f) Auch ob alle der gesuchten Gratifikationen dann tatsächlich erfüllt werden, also zu erhaltenen Gratifikationen werden, kann nicht vollständig überprüft werden. Meine Befragung erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität, das ist durch die geringe Fallzahl gar nicht möglich. Trotzdem glaube ich, durch die Auswahl einen guten Einblick in die ICQ-Nutzung 14- bis 16-Jähriger gegeben zu haben.

Nachteile des Mediums

Auch wenn die von mir befragten Jugendlichen ICQ gerne und intensiv nutzen, erkennen sie jedoch darüber hinaus einige Nachteile, die ich am Ende meiner Interview-Auswertung anführen möchte. Tanja, Stefan und Sandra finden, dass ICQ unpersönlich ist. Julian entgegnet aber: „Ich mein, ich kenn die meisten Leute. Da ist es mir

nicht unpersönlich.“ (Julian, S. 3) Für Eva und Sandra sind die Gespräche im ICQ oberflächlich:

Also mit vielen sind die Gespräche nur so ‚Hi wie geht’s‘ und so. Und wenn man sich halt trifft, da redet man über mehr Sachen irgendwie und nicht nur so oberflächlich alles. (Eva, S. 3)

Allerdings muss man hier beachten, dass die beiden auch die sind, die ICQ am wenigsten von allen nutzen. Vielleicht geht also mit einer häufigeren Nutzung auch eine größere Tiefe der Gespräche einher. Vier Jugendliche erzählen, dass es beim Chatten manchmal zu Missverständnissen kommt oder man die Reaktionen der anderen nicht genau einschätzen kann, weil man durch fehlende visuelle Reize beispielweise nicht weiß, ob der andere etwas ironisch meint oder nicht:

Wenn man zum Beispiel im ICQ zu diskutieren anfängt wird sehr viel missverstanden. Des hab ich so erlebt. [...] Vielleicht hätte mans gar nicht so aggressiv oder so ausgesprochen. Es kommt halt dann auch zu Konflikten [...] Und drum erklär ich die Sachen auch nicht mehr per ICQ. Des hab ich gelernt, [...] da ist des Chaos meistens größer als wenn mans gleich persönlich klärt. (Tanja, S. 3)

Zum Beispiel so rhetorische Mittel wie Ironie oder Sarkasmus kann man einfach nicht so gut rüberbringen. Manchmal denkt man sich halt echt: wie meint derjenige des jetzt? Im wirklichen Leben würde man halt einfach hören an der Stimme und am Verhalten einer Person, wie derjenige das jetzt gemeint hat. Aber so im ICQ kriegt man das halt nicht genau mit. (Simon, S. 3)

Martin meint jedoch, das sei beim Messaging nicht so schlimm wie bei E-Mail oder SMS: „Nö weil man kanns ja dann gleich wieder klären. Das wär bei E-Mail oder SMS schlimmer.“ (S. 3) Sandra, Christian und Martin finden, dass im ICQ durch Zeitverzögerungen oder kurze und fehlende Antworten nicht immer ein richtiges ‚Gespräch‘ zustande kommt:

ICQ braucht immer so lang mitm Schreiben. Und weiß net... wenna ein Problem gibt, kann man da gscheit drüber reden. In ICQ wenn einer keine Lust hat, dann schreibt er einfach nichts. Und des find ich auch bescheuert. (Sandra, S. 3)

Wenngleich es mich auch ärgert, dass das Tippen immer so lange dauert. [...] Und insbesondere wenn die dann sieben oder acht Kontaktfenster offen haben, dann dauerts ne Weile, bis man die Nachricht bekommt. Da hat das traditionelle Telefonieren natürlich noch Vorteile. (Christian, S. 3)

Es ist alles viel knapper. Nicht irgendwie wie in nem Gespräch oder so. Da wird’s halt schon gekürzt. Und dann kommt manches nicht so rüber (Martin, S.3)

Diese Aussagen zeigen meiner Meinung nach, dass die Jugendlichen sehr reflektiert mit dem Instant Messaging umgehen. Weil sie sich der Nachteile des Mediums bewusst sind, vernachlässigen sie auch nicht die face-to-face-Kontakte mit ihren Freunden.

Schlussbetrachtung

Teil D

1 Vielfältige Motive für eine vielfältige Nutzung

Am Beginn dieser Arbeit standen die beiden Fragen, wie und warum Jugendliche ICQ nutzen. *Wie* Jugendliche ICQ nutzen, habe ich in Kapitel drei beantwortet: Jugendliche nutzen Instant Messenger häufiger als alle anderen Altersgruppen, zwei Drittel von ihnen kommunizieren regelmäßig per IM. Der beliebteste Messenger unter Jugendlichen ist ICQ. Die wichtigste Funktion ist das Chatten, sie unterhalten sich vor allem mit Freunden und Bekannten, die sie aus Schule und Freundeskreis kennen. Dies bestätigen auch die Jugendlichen, die ich befragt habe. Eine wichtige Eigenschaft der Instant Messenger, die ich in Kapitel eins beschrieben habe, ist auch ihre Verwendung als Nebenbei-Medium.

Und *warum* nutzen Jugendliche ICQ? Dazu bin ich in Kapitel zwei zuerst auf die Veränderungen im Jugendalter eingegangen. Die körperlichen und psychischen Veränderungen in der Adoleszenz führen bei vielen Jugendlichen zu einer großen Unsicherheit, zum Bedürfnis nach Austausch, Interaktion und Zusammensein mit Gleichaltrigen. Auf der Suche nach Identität bieten Medien Informationen, sie sind Gesprächsthema und Kontaktkanal. Bei der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben wie der Entwicklung von Geschlechterrolle und Wertesystem oder dem Aufbau von Beziehungen zu Gleichaltrigen kann ICQ durch Gespräche und Selbstdarstellung behilflich sein. Als Grundlage für meine empirische Untersuchung diente der Uses-and-Gratifications-Ansatz, den ich in Kapitel vier vorgestellt habe. In Interviews mit elf Jugendlichen zwischen 14 und 16 Jahren konnte ich soziale, kognitive, emotionale und praktische Gründe der ICQ-Nutzung ausmachen. So konnte ich erstmals einen umfassenden Einblick in die Motive deutscher Jugendlicher für ihre ICQ-Nutzung geben. Die Ergebnisse dieser Analyse sollen jetzt noch abschließend mit denen aus der Literatur verglichen und auf Unterschiede und Gemeinsamkeiten hingewiesen werden.

Emotionale Funktionen

Laut ARD/ZDF-Online-Studie nutzen 47 Prozent der Jugendlichen das Internet überwiegend zur Unterhaltung. Auch in anderen unter Kapitel 4.4 vorgestellten Studien nimmt Spaß ein wichtiges Motiv der Internet- und IM-Nutzung Jugendlicher ein. In der Untersuchung von Schneider et al. (2005) ist ‚aus Spaß an Plauderei‘ für die Befragten der dritthäufigste Nutzungsgrund für das Instant Messaging. In meiner Befragung haben dagegen nur vier Jugendliche erwähnt, dass sie ICQ gerne nutzen. „Es macht mir Spaß“ hat keiner so direkt gesagt. Das muss jedoch nicht heißen, dass die Unterhaltung kein wichtiges Motiv ist - es ist vielleicht nur unbewusst vorhanden oder für die Jugendlichen selbstverständlich und deshalb nicht erwähnenswert. Zusätzlich wird das noch dadurch beeinflusst, dass es in der ARD/ZDF-Online-Studie vorgegebene Antwortmöglichkeiten gibt, und man diesen eher zustimmt als in einem Interview selbst auf diese Antwort zu kommen. Hier zeigt sich auch ein Problem des Uses and Gratifications-Ansatzes: Er geht davon aus, dass sich die Nutzer ihrer Motive bewusst

sind. Immer wieder wurde kritisiert, dass es auch unbewusste Beweggründe geben kann.

42 Prozent der Jugendlichen sagen außerdem bei der ARD/ZDF-Online-Studie, sich mit dem Internet zu entspannen. Das hat keiner meiner Jugendlichen erwähnt, könnte aber ebenfalls ein unbewusster Nutzungsgrund sein. Drei Jugendliche gaben in meinen Interviews an, ICQ zu nutzen wenn ihnen langweilig ist. Auch in mehreren anderen Studien wird Zeitvertreib als Motiv genannt. Laut ARD/ZDF-Online-Studie gehört bei 60 Prozent der Jugendlichen das Internet aus Gewohnheit dazu. Auch unter meinen Jugendlichen wird ICQ aus Gewohnheit genutzt: Es läuft immer mit, wenn der Computer eingeschaltet ist. Das ist bei fünf Jungen, allerdings bei keinem Mädchen, der Fall.

Kognitive Funktionen

Schon in anderen Studien haben Jugendliche angegeben, im Chat frecher und offener reden zu können. Diese enthemmende Funktion zeigt sich auch in meiner Befragung - vor allem bei Jungen. Das widerspricht in gewisser Weise den Ergebnisse von Schneider et al. (2005), die sagen, dass Instant Messaging vor allem Frauen entgegen kommt: In meiner Studie geben mehr Jungen an, über ICQ offener sprechen zu können. Sie haben auch längere Nutzungszeiten angegeben als die Mädchen. Wie in der Untersuchung von Stern (2007) wird ICQ zum Plaudern und zu Klatsch und Tratsch genutzt. Mehr Jungen als Mädchen sagen, dass es beim Chatten auch um private Themen geht. Insgesamt bieten die Gespräche im ICQ eine Orientierungsfunktion für die Entwicklung eines Werte- und Selbstverständnisses.

Soziale Funktionen

In mehreren in meinem theoretischen Teil vorgestellten Studien sind ‚in Kontakt zu bleiben‘ und das Bedürfnis nach sozialer Interaktion wichtige Motive der Instant Messaging-Nutzung. Auch für die von mir befragten Jugendlichen sind diese sozialen Funktionen sehr wichtig - allen voran die Beziehungspflege. Die Gründe Partnersuche und ‚neue Leute kennen zu lernen‘ spielen schon bei Schneider et al. (2005) keine große Rolle, für meine Befragten sind sie noch weniger wichtig. Da die Jugendlichen häufiger als andere Gruppen mit Bekannten kommunizieren (vgl. Kapitel 3.2), spielt das Motiv Kontaktabahnung eine geringere Rolle. Wie zu erwarten ist Beziehungspflege ein sehr wichtiges Motiv - sowohl bei meiner Untersuchung, als auch bei anderen. Wie bei Lewis und Fabos (2005) finden meine Befragten die Kommunikation mit Freunden attraktiver als die mit Fremden. 48 Prozent der Jugendlichen (und 60% der Vielnutzer) in der Pew Internet & American Life-Studie sagen, dass sich durch Instant Messaging ihre Freundschaften verbessert haben. Auch bei mir stimmen dem neun der elf Mädchen und Jungen zu.

Praktische Funktionen

Besonders betont haben meine Jugendlichen die instrumentellen Funktionen wie ‚Treffen ausmachen‘ und ‚Hausaufgaben besprechen‘ sowie die Vorteile von ICQ gegenüber anderen Medien. Bei Schneider et al. (2005) ist für die Befragten das Vereinbaren von Treffen erst der siebtwichtigste Grund - unter den 14- bis 19-Jährigen ist es dagegen für 62,7 Prozent ein häufiger oder sehr häufiger Grund für die Nutzung. Beim Pew Internet & American Life Project (2001) finden das sogar 82 Prozent der

Jugendlichen wichtig. Für die von mir befragten Jugendlichen hat diese Funktion einen ähnlich hohen Stellenwert. Was in den anderen Studien meiner Meinung nach bisher zu wenig Beachtung fand, sind die Vorteile des Instant Messagings gegenüber anderen Medien. Flanagin (2005) und Dimmick et al. (2007) haben in ihre Nutzungskategorien auch die einfache, schnelle und bequeme Kommunikation per IM aufgenommen. Diese Eigenschaften sowie die geringen Kosten und die Möglichkeit, sich mit mehreren Leuten einzeln unterhalten zu können, sind für die von mir befragten Jugendlichen wichtige Gründe, warum sie ICQ und nicht andere Medien wie Telefon, E-Mail oder SMS nutzen.

In meiner Untersuchung konnte ich zeigen, dass die in anderen Studien gefundenen Kategorien der Instant Messaging-Nutzung allgemein oder in anderen Ländern größtenteils auch für deutsche Jugendliche gelten - wenngleich mit etwas veränderter Akzentuierung. Mit meinen qualitativen Daten konnte ich außerdem die in den quantitativen Untersuchungen erhobenen Motive noch tiefergehend beschreiben und differenzieren. Durch meine Auswertung der Interviews liegt nun erstmals ein Kategoriensystem von ICQ-Nutzungsmotiven deutscher Jugendlicher vor.

Durch größere Stichproben könnte man in der zukünftigen Forschung eventuell noch mehr und eindeutige Alters- und Geschlechterunterschiede der Motive herausfinden. Auch durch die Befragung Jugendlicher unterschiedlicher Schularten würden sich eventuell Differenzen in den Motiven ergeben. Interessant für zukünftige Projekte wäre sicherlich herauszufinden, warum einige Jugendliche IM *nicht* nutzen. Auch ein Vergleich zwischen den IM-Nutzern verschiedener Länder würde sich als Untersuchung anbieten.

In den nächsten Jahren wird sich zeigen, ob sich mobile Instant Messaging-Anwendungen durchsetzen werden - dann müssten auch diese mehr ins Forschungsinteresse rücken. Es gibt bereits erste Entwicklungen, um Instant Messenger auch auf Mobilfunkgeräten nutzen zu können. Doch auch wenn IM mehr Möglichkeiten als die SMS bietet, bezweifeln Schneider et al. (2005), dass das Messaging die Kurznachricht verdrängen wird: „Vielleicht ist es gerade die geringe Komplexität und Einfachheit der SMS, die diese auszeichnet.“ (ebenda, S. 170) Aufgrund seiner Eigenschaft als Nebenbei-Medium sei Instant Messaging eher für den Computer-Arbeitsplatz geeignet. (vgl. ebenda)

2 ICQ und Instant Messenger: Fluch oder Segen für Jugendliche?

„Denn nur dort, wo soziale Beziehungen gestört sind, werden die technischen Medien als Ersatz und als ‚elektronischer Schnuller‘ willkommen akzeptiert.“
(Luger, 1985, S. 265)

„Problemhafte[n] Lebenssituationen [...] entziehen sich Jugendliche durch die lustbetonte Flucht in eine Traumwelt, wie sie z.B. Rauschmittel und die medialen Traumfabriken anbieten.“ (Luger, 1985, S. 259)

„Medien können zum Ersatzbedürfnis werden, wenn das primäre Bedürfnis - wie die Begegnung mit anderen Kindern - nicht erfüllt wird. Die Gefahr sehe ich weniger in der Frage, was die Kinder in den künstlichen Welten erleben, als vielmehr darin, was sie in der Zeit, die sie vor dem Bildschirm sitzen, nicht erleben. Sie versäumen echte, beziehungsstiftende Erlebnisse.“
(Rückert, 2008, S. 16)

„IM may be appropriate for co-workers or other formal and informal relationships, but perhaps not a sufficient communication tool for the maintenance of close friendships or more intimate relationships.“ (Chung & Soo Nam, 2007, S. 230)

Ist ICQ so ein ‚elektronischer Schnuller‘, eine ‚Traumfabrik‘? Wird ICQ zum ‚Ersatzbedürfnis‘? Meiner Meinung nach können diese Fragen mit meiner Arbeit eindeutig mit NEIN beantwortet werden. Da die Jugendlichen das Programm zum allergrößten Teil mit Bekannten nutzen, die sie aus dem richtigen Leben kennen, hilft ICQ Beziehungen und Freundschaften zu vertiefen. ICQ ist gemeinschaftsstiftend, es gibt das Gefühl dazuzugehören. Das Chatten ersetzt keineswegs Treffen, sondern führt dazu, dass sich die Jugendlichen öfter austauschen und mehr in Kontakt sind: Die Zeit, die sie im ICQ verbringen, würden sie sonst nicht mit den Freunden verbringen, sie kommt zusätzlich dazu. Durch die für sie wichtige Funktion sich über ICQ zu verabreden, trägt der Austausch über das Internet sogar zu mehr Offline-Treffen bei - und schafft damit sehr wohl ‚beziehungsstiftende Erlebnisse‘. Der Computer, das Internet und ICQ haben hier also keine vereinsamende Wirkung - im Gegenteil: Sie tragen auch zu einer Festigung und Intensivierung bestehender Beziehungen bei: „Die sitzen nicht isoliert vor dem Computer, die vereinsamen nicht. Sie kommunizieren.“ (Jacoby & Ernst, 2005, S. 216) Ob computervermittelte Kommunikation besser oder schlechter ist als Face-to-Face-Kommunikation, lässt sich so eindeutig nicht sagen:

Die Erfahrung, dass Chat-Kommunikation umständlich, anstrengend, oberflächlich, langweilig, chaotisch und entfremdend wirkt, steht neben der Erfahrung, dass das Chatten leicht von der Hand geht, Spaß macht, aufregend ist, intellektuell und emotional befriedigt, neue Beziehungen stiftet. (Döring, 2001, S. 143)

Das bestätigen auch die von mir interviewten Jugendlichen, die in ICQ-Gesprächen ebenfalls sowohl Vor- als auch Nachteile sehen. Natürlich unterscheidet sich das Chatten vom persönlichen Gespräch. Doch dass die Nutzer viele Gemeinsamkeiten darin sehen, zeigt sich schon darin, dass man sich im ICQ ‚getroffen‘ und miteinander ‚geredet‘ hat. (vgl. Döring, 2001, S. 143) Sacher (1998, S. 13) betont, dass persönliche Kommunikation und Interaktion auch weiterhin für die Entwicklung und Sozialisation Jugendlicher von großer Bedeutung sein werden. Die neuen Medien können diese nicht ersetzen. Sie können junge Leute jedoch auf flüchtige und oberflächliche Kontakte, wie sie in der Gesellschaft häufig vorkommen, vorbereiten:

Eine Art Sozialromantik oder Sozialisationsromantik, die ausschließlich auf unmittelbare persönliche Kommunikation und Interaktion setzt, [...] liefert letztlich junge Menschen ungeschützt und unvorbereitet sozialen Anforderungen aus, die ein Angehöriger unserer Gesellschaft auch bewältigen muß, um ein erfülltes Leben zu leben. (Sacher, 1998, S. 13)

Die Nutzung von Instant Messengern wird nicht nur die Art und Weise verändern, wie Jugendliche kommunizieren, sondern auch wie sie sich selbst und ihre Entwicklung

wahrnehmen. Stern (2007, S. 131) prognostiziert, dass Jugendliche Identität, Geschlechterrollen und Beziehungen zu einem großen Teil im Internet und via Instant Messenger konstruieren und aushandeln werden.

„Noch niemals zuvor in der Geschichte war es so wichtig, daß Kinder Lesen, Schreiben und kritisches Denken erlernen“, betont Tapscott (1998, S. 98). Im Internet, auch in der CMC, lernen Jugendliche wichtige von unwichtigen Informationen zu unterscheiden. Sich mittels Medien ausdrücken zu können, gehört in unserer Gesellschaft mittlerweile zu den Schlüsselkompetenzen: So können Medien für eigene Interessen verwendet werden und ermöglichen die Teilnahme an Diskursen. Und so trägt auch die ICQ-Kommunikation zur Medienkompetenz bei. (vgl. Jacoby & Ernst, 2005, S. 216; Kammerl, 2005, S. 304)

Neue Medien und ihre Angebote werden nur dann beibehalten und zum Erfolg, wenn sie den psychischen Möglichkeiten und Bedürfnissen des Menschen entsprechen. (Hoppe-Graff & Kim, 2002, S. 921)

Dies ist bei ICQ und den Instant Messengern offensichtlich der Fall: „Das Computerprogramm, mit dem es sich per Tastatur tratschen lässt, entwickelte sich zu einer der erstaunlichsten Erfolgsgeschichten des Internets“, meint Dachs (2007, S. 36) Welche subjektive Wertschätzung dem quantitativ hohen Anteil der Medien am Alltag von Jugendlichen zugrunde liegt, dazu gibt es nach Schulmeister (2008, S. 50f) keine Daten. Für meine Befragten ist ICQ wichtig: Alle elf Jugendlichen haben zwar im Interview gesagt, dass sie auf ICQ verzichten könnten. Sie gaben jedoch auch zu, dass ihnen das schwerfallen würde und sie sich umgewöhnen müssten. Die Jugendlichen erklärten aber, dass sie dann wohl auf andere Kommunikationsmittel umsteigen würden, um Kontakt zu ihren Freunden zu halten. Tanja spricht da im Namen aller, wenn sie sagt:

Ja es ist schon wichtig für mich [...] Ja es wäre wahrscheinlich nicht so toll [wenn sie darauf verzichten müsste, Anm. d. V.], aber da würden sich auch andere Wege finden in Kontakt zu bleiben. (S. 5)

Schneider et al. (2005, S. 170f) betonen, dass durch die Verbreitung von elektronischen Kommunikationsmedien Gemeinschaft nicht verloren geht, sondern sich nur transformiert: von lokalen und persönlichen hin zu delokalisierten und mediatisierten Gemeinschaften. Mediatisierung, neue Familienstrukturen und eine größere Mobilität sorgen dafür, dass manche Beziehungen flüchtiger und weniger fest werden und lokale Gruppenzugehörigkeit an Bedeutung verliert. Gleichzeitig können die Menschen aber auch einen größeren Erfahrungshorizont erreichen als jemals zuvor. Auch Instant Messaging trägt zu dieser Entwicklung bei:

Es verbindet Menschen miteinander. Es integriert sich in den kommunikativen Alltag bestehender Beziehungen und Gruppen, auch und besonders im Nahraum, und ist in seinen Auswirkungen auf diese keinesfalls so spektakulär, wie dies bei der Etablierung neuer Medien gerne vermutet wird. Das Medium erschließt jedoch [...] soziale Räume, in denen neue Formen der medialen Beziehungspflege, Unterhaltung und Kontaktabbau, ja der Kommunikation generell entstehen können. (ebenda, S. 171)

Und so sind die Autoren (ebenda, S. 171) - und auch ich - überzeugt:

„Instant Messaging wird für viele einen festen Platz im Gefüge der Medien der interpersonalen Kommunikation erhalten.“

Literaturverzeichnis

Teil E

- Baacke, D. (2005). *Die 13- bis 18-Jährigen. Einführung in die Probleme des Jugendalters*. (8., überarb. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- Baron, N.S. (2004). See you online. Gender Issues in College Student Use of Instant Messaging. *Journal of Language and Social Psychology*, Vol. 23, 397-423 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://jls.sagepub.com/cgi/content/abstract/23/4/397> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Barthelmes, J. & Sander, E. (2001). *Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz*. Opladen: Leske und Budrich.
- Bauer Media (2007): *Bravo Faktor Jugend 9. Jugend & Medienfreunde* [WWW Dokument]. Verfügbar unter: http://www.bauermedia.com/fileadmin/user_upload/pdf/studien/zielgruppe/jugend/Bravo_Faktor_Jugend_Brosch_re.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Beißwenger, M. (Hrsg.). (2001): *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*. Stuttgart: ibidem.
- Blumler, J. G. & Katz, E. (Eds.). (1974). *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research*. Beverly Hills: Sage.
- Bofinger, J. (2001). *Schüler - Freizeit - Medien: eine empirische Studie zum Freizeit- und Medienverhalten 10- bis 17-Jähriger Schülerinnen und Schüler*. München: KoPaed.
- Boneva, B., Kraut, R. & Fröhlich, D. (2003). E-Mail und interpersonale Beziehungen. Das Geschlecht macht den Unterschied. In J. R. Höflich & J. Gebhardt (Hrsg.), *Vermittlungskulturen im Wandel. Brief. E-mail. SMS* (S. 147-172). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Bortz, J. & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler* (4., überarb. Aufl.). Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Cheuk, W.S. & Chan, Z.C.Y. (2007). ICQ (I Seek You) and Adolescents: A Quantitative Study in Hong Kong. *CyberPsychology & Behavior*, 10, 108-114.
- Chung, D. & Soo Nam, C. (2007). An analysis of the variables predicting instant messenger use. *New Media & Society*, 9, 212-234 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/9/2/212> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Dabiri, G. & Helten, D. (1998). *Psychologie und Internet. Psychologische Grundlagenstudie zum Phänomen Internet Relay Chat. Qualitative Analyse der Bedeutungsschwerpunkte für die Anwender* [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.mediensprache.net/archiv/pubs/2189.pdf> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Dachs, G. (2007). Der Bauchmensch. Mit der Internetsoftware ICQ ist der Israeli Yossi Vardi reich geworden. Jetzt sieht er seine Aufgabe darin, jungen Unternehmern der Branche den Start zu erleichtern. *Die Zeit*, 41, 36. (04.10.2007) [WWW Dokument]. <http://www.zeit.de/2007/41/P-Vardi> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Dachs, G. & Siegele, L. (1998). Eine neue Tratschkultur. Das Kultprogramm ICQ - „Ich suche dich“ - hat weltweit zehn Millionen Fans. *Die Zeit*, 27, 59. (25.06.1998) [WWW Dokument]. http://hermes.zeit.de/pdf/archiv/1998/27/199827.c_online-tratsch.xml.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Diekmann, A. (2004). *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen* (12. Aufl.). Reinbek: Rowohlt.
- Dimmick, J., Ramirez, A., Wang, T. & Lin, S. (2007). ‚Extending society‘: the role of personal networks and gratification-utilities in the use of interactive communication media. *New Media & Society*, 9, 795-810 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/9/5/795> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].

- Dinter, A. (2007). *Adoleszenz und Computer. Von Bildungsprozessen und religiöser Valenz*. Göttingen: V&R unipress.
- Döring, N. (2001). Sozialpsychologische Chat-Forschung: Methoden, Theorien, Befunde. In M. Beißwenger (Hrsg.), *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld* (S. 141-186). Stuttgart: ibidem.
- Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen* (2., vollst. überarb. u. erw. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Döring, N. (2006). *Computervermittelte Kommunikation*. Hagen: FernUniversität.
- Eidenbenz, F. (2004). Online zwischen Faszination und Sucht. *SuchtMagazin*, 1, 3-12 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.suchtmagazin.ch> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- van Eimeren, B. & Frees, B. (2007). Internetnutzung zwischen Pragmatismus und YouTube-Euphorie. *Media Perspektiven*, 8, 362-378 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/08-2007_Eimeren_Frees.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Feierabend, S. & Klingler, W. (2003). Medienverhalten Jugendlicher in Deutschland. *Media Perspektiven*, 10, 450-462 [WWW Dokument]. http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/10-2003_Feierabend.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Feierabend, S. & Kutteroff, A. (2007). Medienumgang Jugendlicher in Deutschland. *Media Perspektiven*, 2, 83-95 [WWW Dokument]. http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/02-2007_Feierabend.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Fend, H. (2005). *Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (3., durchges. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fisch, M. & Gscheidle, C. (2006). Onliner 2006: Zwischen Breitband und Web 2.0 - Ausstattung und Nutzungsinnovation. *Media Perspektiven*, 8, 431-440 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/08-2006_Fisch.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Fix, T. (2001). *Generation @ im Chat. Hintergrund und explorative Motivstudie zur jugendlichen Netzkommunikation*. München: KoPaed.
- Flammer, A. (2002). *Entwicklungspsychologie der Adoleszenz: die Erschließung innerer und äußerer Welten im Jugendalter*. Bern, Göttingen, Toronto, Seattle: Huber.
- Flanagin, A. J. (2005). IM Online: Instant Messaging Use Among College Students. *Communication Research Reports*, 22, 175-188.
- Flick, U. (1996). *Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften* (2. Aufl.). Reinbek: Rowohlt.
- Froschauer, U. & Lueger, M. (1992). *Das Qualitative Interview zur Analyse sozialer Systeme*. Wien: WUV Universitätsverlag.
- Funiok, R. (2000). Zuerst kommt das Forschen, dann die Moral? Sieben ethische „Einmerker“ in das Pflichtenheft der qualitativ Forschenden. In I. Paus-Haase & B. Schorb (Hrsg.), *Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorien und Methoden: ein Arbeitsbuch* (S. 227-235). München: KoPäd.
- Green, M. C., Hilken, J., Friedman, H., Grossman, K., Gasiewski, J., Adler, R. & Sabini, J. (2005). Communication Via Instant Messenger: Short- and Long-Term Effects. *Journal of Applied Social Psychology*, 35, 445-462.
- Gscheidle, C. & Fisch, M. (2007). Onliner 2007: Das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter. *Media Perspektiven*, 8, 393-405 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/08-2007_Gscheidle_Fisch.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Gudjons, H. (2006). *Pädagogisches Grundwissen. Überblick - Kompendium - Studienbuch* (9., neu bearb. Aufl.). Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt.

- Hengst, H. (2002). ARE yoU Male or Female? Der Computer, das Internet und der kleine Unterschied. In J. Steitz-Kallenbach & J. Thiele (Hrsg.), *Medienumbrüche. Wie Kinder und Jugendliche mit altern und neuen Medien kommunizieren. Begleitpublikation zur gleichnamigen Ausstellung der Oldenburger Forschungsstelle für Kinder- und Jugendliteratur der Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg (OlFoKi)* (S. 53-69). Bremen, Oldenburg: Universitätsverlag Aschenbeck & Isensee.
- Herring, S. C. (2004). Slouching toward the ordinary: current trends in computer-mediated communication. *New Media & Society*, 6, 26-36 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/6/1/26> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Höflich, J. R. (1994). Der Computer als „interaktives Massenmedium“. Zum Beitrag des Uses and Gratifications Approach bei der Untersuchung computer-vermittelter Kommunikation. *Publizistik*, 39, 389-408.
- Höflich, J. R. & Gebhardt, J. (2001). Der Computer als Kontakt- und Beziehungsmedium. Theoretische Verortung und explorative Erkundungen am Beispiel des Online-Chats. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 49, 24-43.
- Höflich, J. R. & Gebhardt, J. (Hrsg.). (2003), *Vermittlungskulturen im Wandel. Brief. E-mail. SMS*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Hoppe-Graff, S. & Kim, H. (2002). Die Bedeutung der Medien für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen. In R. Oerter & L. Montada (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie*. 5., vollständig überarbeitete Ausgabe (S. 907-922). Weinheim: Beltz.
- Hurrelmann, K. (2005). *Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung* (8. Aufl.). Weinheim, München: Juventa.
- icq.com (2008). ICQ numbers [WWW Dokument]. Verfügbar unter: http://www.icq.com/info/icq_numbers.html [Datum des Zugriffs: 3. September 2008]
- Isaacs, E., Walendowski, A., Whittaker, S., Schiano, D. J. & Kamm, C. (2002). The Character, Functions, and Styles of Instant Messaging in The Workplace. *Computer Supported Cooperative Work: Proceedings of the 2002 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 11-20 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://dis.shef.ac.uk/stevewhittaker/IM-CSCW02-final.pdf> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Ittel, A. & Rosendahl, Y. (2007). Internetnutzung und soziale Integration im frühen Jugendalter. In L. Mikos, D. Hoffmann & R. Winter (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (S. 183-206). Weinheim, München: Juventus.
- Jacoby, M. & Ernst, N. (2005). „Ey, Max, Digga, du hast ne Nachricht, Alder!“ SMS war gestern - immer mehr Jugendliche unterhalten sich online in einem Chat-Programm, dem Instant Messenger. Sie flirten, tauschen Hausaufgaben und bereden Probleme. *Stern*, 42, 214-219.
- Kammerl, R. (2005). *Internetbasierte Kommunikation und Identitätskonstruktion. Selbstdarstellungen und Regelorientierungen 14- bis 16-jähriger Jugendlicher*. Hamburg: Dr. Kovač.
- Kammerl, R. (2006). Funktionalität und Dysfunktionalität des Chatters für Beziehungen von 14- bis 16-jährigen Jugendlichen. *MedienPädagogik* [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.medienpaed.com/2006/kammerl0603.pdf> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008]
- Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Hrsg.), *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research* (pp. 19-32). Beverly Hills: Sage.
- Keuneke, S. (2005). Qualitatives Interview. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (S. 254-267). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Krotz, F. (2007). Männliche Identität(en) und Medien. *merz medien + erziehung*, 2, 8-12.
- Lamnek, S. (2005). *Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch* (4., vollst. überarb. Aufl.). Weinheim, Basel: Beltz.
- Leung, L. (2001). College student motives for chatting on ICQ. *New Media & Society*, 3, 483-500 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/3/4/483> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008]

- Lewis, C. & Fabos, B. (2005). Instant messaging, literacies, and social identities. *Reading Research Quarterly*, 40, 470-501.
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9, 671-696 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/9/4/671> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008]
- Luger, K. (1985). *Medien im Jugendalltag. Wie gehen die Jugendlichen mit Medien um - Was machen die Medien mit den Jugendlichen?* Köln, Wien: Böhlau.
- Mayring, P. (1990). *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. München: Psychologie Verlags Union.
- Mayring, P. & Hurst, A. (2005). Qualitative Inhaltsanalyse. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (S. 436-444). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Merten, K. (1984). Vom Nutzen des „Uses and Gratifications Approach“. Anmerkungen zu Palmgreen. *Rundfunk und Fernsehen*, 32, 66-72.
- merz (2007). Benachteiligungsfaktor Geschlecht. *merz medien + erziehung*, 5, 35-42.
- mfps - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2007). *JIM 2007. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland* [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf07/JIM-Studie2007.pdf> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Mikos, L. & Wegener, C. (Hrsg.). (2005). *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Mikos, L., Hoffmann, D. & Winter, R. (Hrsg.). (2007). *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*. Weinheim, München: Juventa.
- Mikos, L., Winter, R. & Hoffmann, D. (2007). Einleitung: Medien - Identität - Identifikationen. In L. Mikos, D. Hoffmann & R. Winter (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (S. 7-20). Weinheim, München: Juventa.
- Mohr, R. (2002). *Messaging - Eine Bestandsaufnahme mit besonderer Berücksichtigung mobiler Anwendung*. Universität Regensburg: Schriftenreihe des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik III, Forschungsbericht Nr. 59.
- Nardi, B. A., Whittaker, S. & Bradner, E. (2000). Interaction and Outeraction: Instant Messaging in Action [WWW Dokument]. Verfügbar unter: http://dis.shef.ac.uk/stevewhittaker/outeraction_cscw2000.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Oerter, R. & Dreher, E. (2002). Jugendalter. In R. Oerter & L. Montada (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie*. 5., vollständig überarbeitete Ausgabe (S. 258-318). Weinheim: Beltz.
- Oerter, R. & Montada, L. (Hrsg.). (2002). *Entwicklungspsychologie*. 5., vollständig überarbeitete Ausgabe. Weinheim: Beltz.
- Palmgreen, P. (1984). Der „Uses and Gratifications Approach“. Theoretische Perspektiven und praktische Relevanz. *Rundfunk und Fernsehen*, 32, 51-62.
- Paus-Haase & Schorb, B. (Hrsg.). (2000a). *Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorien und Methoden: ein Arbeitsbuch*. München: KoPäd Verlag.
- Paus-Haase, I. & Schorb, B. (2000b). Qualitative Medienforschung mit Kindern und Jugendlichen - Standortbeschreibung und Einleitung. In I. Paus-Haase & B. Schorb (Hrsg.), *Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorien und Methoden: ein Arbeitsbuch* (S. 7-11). München: KoPäd Verlag.
- Paus-Hasebrink, I. (2005). Forschung mit Kindern und Jugendlichen. In L. Mikos & C. Wegener (Hrsg.), *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch* (S. 222-231). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Petzold, M. (2002). Internet - Suchtgefahr für Jugendliche? *Psychologie in Erziehung und Unterricht*, 51, 302-309.

- Pew Internet & American Life Project (2001). Teenage life online. The rise of the instant-messaging generation and the Internet's impact on friendships and family relationships [WWW Dokument]. Verfügbar unter: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Report.pdf [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Piotrowski, K. (2006). Online : Offline - Soziale Netzwerke von Jugendlichen. In A. Tillmann & R. Vollbrecht (Hrsg.), *Abenteuer Cyberspace. Jugendliche in virtuellen Welten* (S. 51-64). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Renckstorf, K. (1973). Alternative Ansätze der Massenkommunikationsforschung: Wirkungs- vs. Nutzenansatz. *Rundfunk und Fernsehen*, 21, 183-197.
- Rückert, S. (2008). Vorbild Winnetou. Kinder, die ihre Zeit in Medienwelten verbringen, versäumen das reale Leben, warnt der Hamburger Therapeut Georg Romer. *Die Zeit*, 25, 16. (12.6.08)
- Sacher, W. (1998). Sozialisation von Kindern und Jugendlichen mit neuen Medien. Schulpädagogische Untersuchungen Nürnberg, 6. Vortrag beim mittelfränkischen Lehrertag in Schwabach am 21.03.1998.
- Schatz, T. (2003). Die individuelle Funktion des Chattens bei Jugendlichen. *merz Wissenschaft: Virtuelle Lebenswelten*, 76-86.
- Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung* (3., vollst. überarb. Aufl.). Tübingen: Mohr Siebeck.
- Scherer, H. & Wirth, W. (2002). Ich chatte - wer bin ich? Identität und Selbstdarstellung in virtuellen Kommunikationssituationen. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 3, 337-358.
- Schneider, D., Sperling, S., Schell, G., Hemmer, K., Glauer, R. & Silberhorn, D. (2005). *Instant Messaging - Neue Räume im Cyberspace. Nutzertypen, Gebrauchsweisen, Motive, Regeln*. München: Reinhard Fischer.
- Schönbach, K. (1984). Ein integratives Modell? Anmerkungen zu Palmgreen. *Rundfunk und Fernsehen*, 32, 63-65.
- Schulmeister, R. (2008). Gibt es eine „Net Generation“? Work in Progress [WWW Dokument]. Verfügbar unter: http://www.zhw.uni-hamburg.de/pdfs/Schulmeister_Netzgeneration.pdf [Datum des Zugriffs: 4. Juni 2008].
- Siegler, R., DeLoache, J. & Eisenberg, N. (2005). *Entwicklungspsychologie im Kindes- und Jugendalter*. Heidelberg: Spektrum.
- Six, U., Gleich, U. & Gimmler, R. (Hrsg.). (2007). *Kommunikationspsychologie - Medienpsychologie. Lehrbuch*. Weinheim, Basel: Beltz.
- Statista (2008a). Statistik zur Instant Messaging-Nutzung 14- bis 64-Jähriger [WWW Dokument]. Verfügbar unter: [http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/22660/filter/-1/fcode/1/umfrage/nutzen-sie-instant-messenger-\(icq-msn-skype-usw.\)/](http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/22660/filter/-1/fcode/1/umfrage/nutzen-sie-instant-messenger-(icq-msn-skype-usw.)/) [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Statista (2008b). Statistik zur Instant Messaging-Nutzung 14- bis 19-Jähriger [WWW Dokument]. Verfügbar unter: [http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/22660/filter/20005/fcode/1/umfrage/nutzen-sie-instant-messenger-\(icq-msn-skype-usw.\)/](http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/22660/filter/20005/fcode/1/umfrage/nutzen-sie-instant-messenger-(icq-msn-skype-usw.)/) [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Statista (2008c). Statistik zur Chat-Nutzung 14- bis 64-Jähriger [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/22658/umfrage/unterhaltung-mit-anderen-nutzern-im-internet-%28chatten%29/> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Statista (2008d). Statistik zur Chat-Nutzung 14- bis 19-Jähriger [WWW Dokument]. Verfügbar unter: [http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/22658/filter/20005/fcode/1/umfrage/unterhaltung-mit-anderen-nutzern-im-internet-\(chatten\)/](http://de.statista.org/statistik/diagramm/studie/22658/filter/20005/fcode/1/umfrage/unterhaltung-mit-anderen-nutzern-im-internet-(chatten)/) [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Stecklina, G. (2007). „Ich bin doch nur cool.“ Zur Sozialisation von Jungen. *merz medien + erziehung*, 2, 13-21.
- Stegbauer, C. & Jäckel, M. (Hrsg.). (2008). *Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Steitz-Kallenbach, J. & Thiele, J. (Hrsg.). (2000). *Medienumbrüche. Wie Kinder und Jugendliche mit altern und neuen Medien kommunizieren. Begleitpublikation zur gleichnamigen Ausstellung der Oldenburger Forschungsstelle für Kinder- und Jugendliteratur der Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg (OlFoKi)*. Bremen, Oldenburg: Universitätsverlag Aschenbeck & Isensee.
- Stern, S. T. (2007). *Instant identity: adolescent girls and the world of instant messaging*. New York: Peter Lang.
- Suckfüll, M. (2004). *Rezeptionsmodalitäten. Ein integratives Konstrukt für die Medienwirkungsforschung*. München: Reinhard Fischer.
- Tapscott, D. (1998). *Net Kids. Die digitale Generation erobert Wissenschaft und Gesellschaft*. Wiesbaden: Gabler.
- Tillmann, A. (2006). Doing Identity: Selbsterzählung und Selbstinszenierung in virtuellen Räumen. In A. Tillmann & R. Vollbrecht (Hrsg.), *Abenteuer Cyberspace. Jugendliche in virtuellen Welten* (S. 33-50). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Tillmann, A. & Vollbrecht, R. (Hrsg.). (2006). *Abenteuer Cyberspace. Jugendliche in virtuellen Welten*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Tipp, A. (2008). Doing being present. Instant Messaging aus interaktionssoziologischer Perspektive. In C. Stegbauer & M. Jäckel (Hrsg.), *Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken* (S. 175-194). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Treumann, K. P., Meister, D. M., Sander, U., Burkatzki, E., Hagedorn, J., Kämmerer, M., Strotmann, M. & Wegener, C. (2007). *Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Valkenburg, P. M. & Peter, J. (2007). Preadolescents' and Adolescents' Online Communication and Their Closeness to Friends. *Developmental Psychology*, 43, 267-277.
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P. & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. *New Media & Society*, 7, 383-402 [WWW Dokument]. Verfügbar unter: <http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/7/3/383> [Datum des Zugriffs: 3. September 2008].
- Vogel, I., Suckfüll, M. & Gleich, U. (2007). Medienhandeln. In U. Six, U. Gleich & R. Gimmler (Hrsg.), *Kommunikationspsychologie - Medienpsychologie. Lehrbuch* (S. 335-355). Weinheim, Basel: Beltz.
- Vollbrecht, R. (2002). *Jugendmedien*. Tübingen: Niemeyer.
- Vollbrecht, R. (2006). „Close the world - Open the nExt.“ Jugendliche im Cyberspace. In A. Tillmann & R. Vollbrecht (Hrsg.), *Abenteuer Cyberspace. Jugendliche in virtuellen Welten* (S. 17-32). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Werben und Verkaufen (2000). Web-Einkauf ist zu kompliziert. Ungewöhnlich und erfolgreich: Der israelische Investor Jossi Vardi preist nicht den Umsatz, sondern das Web-Erlebnis. *W und V - Werben und Verkaufen*, 21, 128.
- Zimmermann, P. (2006). *Grundwissen Sozialisation im Kindes- und Jugendalter* (3., überarb. u. erw. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Anhang

Teil F

1 Interview-Einladung

Hallo!

Du bist zwischen 12 und 16 Jahren alt und nutzt mindestens einmal pro Woche ICQ? Dann bist du hier genau richtig! Du kannst mir eine große Hilfe sein!

Ich schreibe gerade an meiner Abschlussarbeit für die Uni zum Thema „Jugendliche und ICQ“ – und dazu möchte ich DICH interviewen!

Keine Angst, danach kann keiner mehr nachvollziehen, dass die Aussagen von dir stammen: Jedem Befragten wird ein neuer, erfundener Vorname zugeordnet. Du musst also keine Angst haben, dass irgendetwas Privates nach außen dringt!

Die Interviews werden ca. 15 Minuten dauern und finden in den Jugendräumen von „Maria unterm Kreuz“ statt – und zwar

am Dienstag, 17.6. und Montag, 23.6., jeweils von 16 bis 18 Uhr.

Ich freue mich sehr, dass du mich bei meiner Arbeit unterstützt!

Bitte gib mir doch Bescheid (per E-Mail oder ICQ), welche Interviewzeit dir am besten passt, dann kann ich eine Liste erstellen und keiner muss lange warten.

Vielen Dank für deine Hilfe und bis bald,

Manuela Antosch

Manuela Antosch

Kontakt:

Manuela Antosch

Haunstetter Str. 54a

86343 Königsbrunn

08231/304449

manuela-antosch@gmx.net

ICQ: 380427880

Liebe Eltern!

Ihr Sohn/Ihre Tochter hat sich bereit erklärt, von mir zum Thema „Jugendliche und ICQ“ in einem kurzen Interview (ca. 15 Minuten) befragt zu werden. Ich schreibe gerade an meiner Bachelor-Arbeit (Abschlussarbeit) im Studiengang Medien und Kommunikation an der Universität Augsburg. Über die Bereitschaft Ihres Kindes freue ich mich sehr und hoffe, dass Sie mein Anliegen unterstützen! Bei Fragen stehe ich Ihnen natürlich zur Verfügung.

Alle Daten werden absolut anonym behandelt, in der Arbeit erhält jeder Befragte ein Pseudonym, sodass auf keinen Fall mehr die Person dahinter nachvollziehbar ist. Die Arbeit dient ausschließlich wissenschaftlichen Zwecken.

Für das Interview ist Ihr Einverständnis nötig. Bitte unterschreiben Sie den unteren Abschnitt und geben Sie ihn Ihrem Kind zur Befragung mit.

Vielen Dank,

Manuela Antosch

Manuela Antosch



Einverständniserklärung

Ich bin damit einverstanden, dass mein Sohn/meine Tochter _____ im Rahmen der Bachelor-Arbeit „Jugendliche und ICQ“ von Manuela Antosch an der Universität Augsburg zu diesem Thema interviewt wird. Alle Daten werden anonymisiert und dienen ausschließlich wissenschaftlichen Zwecken.

Königsbrunn, _____ (Unterschrift eines Erziehungsberechtigten)

Ja, ich möchte die fertige Arbeit per E-Mail zugeschickt bekommen (im Oktober 2008). Meine E-Mail-Adresse lautet: _____

2 Interview-Leitfaden

Leitfaden für die ICQ-Interviews

Zuvor wurde schon ein kurzer Fragebogen mit Angaben zu Alter, Nutzung, etc. ausgefüllt. Diesen erhält der Interviewer vor Beginn des Interviews, sodass er sich darauf beziehen kann.

Am Anfang:

Hinweise:

- Interviews werden für Abschlussarbeit an der Uni geführt.
- Gespräch wird aufgezeichnet: Diktiergerät läuft mit.
- Alles was du sagst, bleibt anonym. In der Arbeit werden alle Teilnehmer mit anderem Namen bezeichnet.

Als Einstieg:

Den Jugendlichen beschreiben lassen, wie eine „typische“ ICQ-Nutzung aussieht

⇒ wann schaltet er ICQ ein (immer nach den Hausaufgaben, am Abend, etc.)? Mit wem chattet er? Um was geht es dabei?

Leitfragen, die im Laufe des Interviews geklärt werden sollen:

Mit wem chattest du - nur mit Bekannten oder auch mit Fremden, die er nur aus dem Internet kennt? (Anteil der Fremden an den Gesamtkontakten)

Warum nutzt du das ICQ?

(z.B. Zeitvertreib, Treffen ausmachen, Spaß, in Kontakt bleiben)

Du könntest ja auch *andere Medien* nutzen anstatt ICQ zu verwenden.

Warum verwendest du zum Beispiel nicht E-Mail, Telefon, SMS oder „richtige“ Treffen?

Welche Vor- oder auch Nachteile gibt's für dich bei ICQ? (im Vergleich mit anderen Medien und ftf)

(z.B. kostenlos, mit mehreren Leuten gleichzeitig schreiben, schnelle Antwort)

Wenn du in ICQ chattest, um welche *Themen* geht's denn da?

(z.B. Schule, Freizeit, Hobbys, Unternehmungen, Clique & Freunde, Probleme, Gefühle, etc.)

Überleg mal: *Verhältst du dich im ICQ anders* als wenn du z.B. mit jemandem direkt redest?

⇒ z.B. spontaner, frecher, ehrlicher, aufgeschlossener, mobben, lästern; traust du dich mehr? Gibst du mehr von dir preis?; Gibst du manchmal vor jemand anderer zu sein?

Glaubst du, dass sich das *Verhältnis* zu den Leuten, mit denen du dich in ICQ triffst, irgendwie ändert?

⇒ z.B. trifft ihr auch dadurch weniger „in echt“ und nur noch über den Computer?

Oder lernst du manche Leute vielleicht sogar besser kennen?

(wenn zuvor erwähnt) Hast du dich schon mal mit Fremden getroffen, die du im ICQ kennen gelernt hast?

Abschlussfrage:

Willst du noch etwas ergänzen, was dir bei ICQ wichtig ist oder dir dazu einfällt?

Welche Bedeutung hat ICQ für dich? (z.B. könntest du ganz einfach darauf verzichten oder würde dir das schwer fallen?)

3 Kurzfragebogen

Interview am ____ . Juni 2008 um _____ Uhr

Name: _____

Alter: _____

Klasse? _____ Schulart? _____

Wir haben Zuhause einen Computer mit Internetzugang
 Ich habe einen eigenen Computer mit Internetzugang

ICQ nutze ich an meinem eigenen Computer am „Familiencomputer“
 bei Freunden in der Schule

Ich nutze ICQ...
 jeden Tag mehrmals pro Woche 1x pro Woche 1x pro Monat

Pro Woche nutze ich ICQ ungefähr _____ Stunden lang.





Wie lange nutzt du schon ICQ?
 1-5 Monate 6-12 Monate 1-2 Jahre mehr als 2 Jahre

Für was nutzt du ICQ?

	immer	manchmal	selten	nie
Chatten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sehen, wer online ist/ Statusanzeige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leute suchen/Profil ansehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spiele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geburtstags Erinnerung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dateien/Links austauschen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Voice Chat/Video Chat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SMS verschicken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4 CD-Rom

Inhaltsverzeichnis der CD-Rom

 A_Arbeit_als_PDF	—	die vollständige Arbeit als PDF
▲  B_Empirie		
 B1_Transkripte	—	die Transkripte der elf Interviews
 B2_Kategorienbildung	—	die Tabelle, der die Kategorienzuordnung und der Vergleich der Interviews entnommen werden kann, sowie die Transkripte, in denen die Kategorien markiert sind

Glossar

Teil G

Buddies	Freunde in der Kontaktliste des Instant Messengers
CMC	‚Computer mediated communication‘, computervermittelte Kommunikation
Face-to-face (ftf)	Gespräch von Angesicht zu Angesicht
ICQ	ein Instant Messenger (vgl. Beschreibung in Kapitel 1.2)
Instant Messaging	ein Kommunikationsmedium, das zur computervermittelten Kommunikation zählt; dabei können die Textnachrichten unter den Kommunikationspartnern nahezu in Echtzeit übertragen werden (vgl. Beschreibung in Kapitel 1)
Instant Messenger	das Programm, das den Zugang zum Instant Messaging ermöglicht; die bekanntesten Instant Messenger kommen von ICQ, AOL, MSN und Yahoo
IRC	‚Internet Relay Chat‘; textbasiertes Chat-System
Neue Medien	Begriff für digitale Medien; im engeren Sinne sind damit Internetdienste gemeint
PDA	‚Personal Digital Assistant‘; ein kleiner tragbarer Computer
SMS	‚Short Message Service‘; Dienst zur Übertragung von Kurznachrichten (in den meisten Fällen auf das Handy); in dieser Arbeit ist - wie in der Alltagssprache üblich - damit die Kurznachricht selbst gemeint
Spam	unerwünschte Nachrichten mit werbendem Inhalt
Virus	ein Computerprogramm, das sich auf den Computer einschleust und verbreitet und so Hard- und Software schädigt