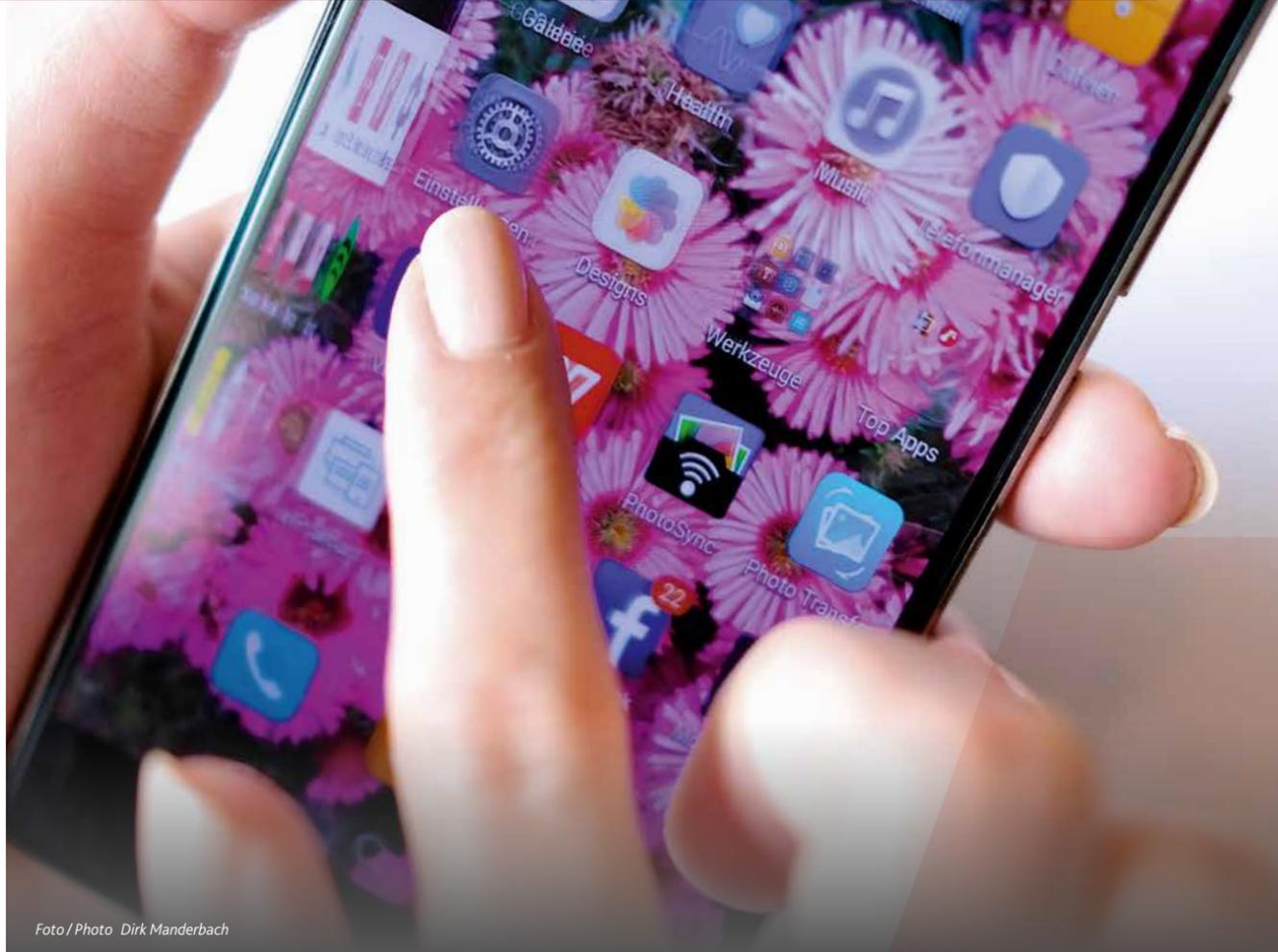


Und sie wissen doch, was sie tun They do indeed know what they are doing

→ Page 35

Interview Robert B. Fishman



Foto/Photo Dirk Manderbach

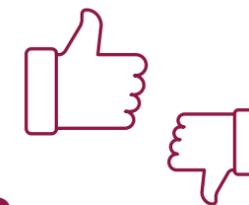
Im Internet ist Jugendlichen scheinbar nichts zu peinlich. Sie posten alles – egal ob Fotos vom Party-Outfit vor dem Badezimmerspiegel oder Beleidigungen gegen Lehrer und Chefs. Dieses Vorurteil widerlegt Prof. Dr. Wolfgang Ludwig-Mayerhofer in seinem Forschungsprojekt »Un-/Erbetene Beobachtung: Die Überwachungsgesellschaft und das soziale Feld der Medien«. Wir haben den Soziologen und den Projektmitarbeiter David Waldecker nach ihren Erkenntnissen gefragt.

Junge Menschen werden oft als »Digital Natives« bezeichnet. Sie gehören zu einer Generation, die in einer digitalen Welt aufgewachsen ist. Bedeutet das, dass sie gut über die Gefahren von sozialen Medien informiert sind?

Das heißt, die befragten Jugendlichen sind sich der Gefahr bewusst, dass ihre Daten missbraucht werden können?

Prof. Dr. Wolfgang Ludwig-Mayerhofer Wir haben ausführliche, qualitative Interviews mit jungen Menschen zwischen 16 und 21 Jahren geführt, darunter mit Schülern, Abiturienten und Auszubildenden in kleinen Orten und Großstädten. Die befragten Jugendlichen wissen, dass sie im Netz beobachtet werden, sehen aber zur Nutzung der sozialen Medien keine Alternative. Wer nicht online ist, fällt auch offline aus der Clique heraus, weil er oder sie nicht mehr mitbekommt, was gerade läuft. Viele junge Menschen sind auch beim Thema Cybermobbing und Online-Sucht sensibilisiert. Mich hat überrascht, wie stark das Thema Datenschutz und Überwachung bei den Jugendlichen schon didaktisch vorbereitet ist. Viele haben den Roman »1984« von George Orwell in der Schule gelesen. Medienpädagogen machen mit den jungen Leuten Workshops zum Thema Datenschutz, Polizisten kommen zur Aufklärung in die Schulen und so weiter.

David Waldecker Auf jeden Fall. Die jungen Menschen sind beim Thema Datenschutz längst nicht so naiv, wie oft behauptet wird. Dass man bei Facebook nichts einstellt, was auf mögliche Arbeitgeber negativ wirken könnte, gehört inzwischen zum Allgemeinut. Viele posten nur Profilfotos, auf denen sie nicht erkennbar sind und geben weder ihre Adresse noch ihren Wohnort an. Viele sagen auch, dass die sozialen Medien kein Ort des offenen Austauschs sein können, so lange sie von Behörden und Unternehmen wie den Plattformbetreibern überwacht werden. Interessant finden wir, dass viele der Befragten dabei nur oder vor allem auf Facebook schauen, obwohl zum Beispiel Instagram und WhatsApp zum selben Konzern gehören. Ein Befragter sagte sogar, er gehe davon aus, dass Mark Zuckerberg seine Posts mitliest. Gut finden sie wiederum die Möglichkeit, sich im Netz breit und ungehindert zu informieren. →



InfluencerIn?

Ein Ergebnis der Befragungen: Vorbilder sind oft die Leute, die wenig Privates von sich preisgeben, genauso wie Personen, die es schaffen, sich gar nicht online zu präsentieren.

One result of the conducted interviews: Role models are often people who reveal very little private information as well as people who manage to present nothing of themselves online.



Foto / Photo unsplash / Blake Barlow

Es gibt die weit verbreitete Annahme, dass Jugendliche das posten, was möglichst viele Likes und Kommentare verspricht und möglichst oft geteilt wird. Stimmt das also gar nicht unbedingt?

Ludwig-Mayerhofer Der französische Soziologe Emmanuel Kessous nennt die Aufmerksamkeitsökonomie die zentrale Rechtfertigungsordnung im Internet. Dieser Theorie zufolge genießen diejenigen Nutzerinnen und Nutzer am meisten Ansehen, die möglichst viel der Aufmerksamkeit auf sich lenken können. Diese Vermutung hat sich in unseren Interviews aber tatsächlich nicht bestätigt. Der Begriff der Rechtfertigungsordnungen geht unter anderem auf die französischen Soziologen Luc Boltanski und Laurent Thévenot und ihr Werk »Über die Rechtfertigung« zurück: Sie gehen davon aus, dass sich Menschen im Alltag nicht an einem starren Normenkorsett orientieren, sondern dazu in der Lage sind, verschiedene Begründungsmuster für ihr Handeln in jeder Situation abzuwägen und ins Verhältnis zu setzen. Jugendliche nehmen nun online nicht nur auf die Ökonomie der Aufmerksamkeit Rücksicht, sondern beispielsweise auch auf Kommunikationsregeln aus der Familie und dem Freundeskreis. Die meisten Jugendlichen reproduzieren online also die sozialen Beziehungen, die sie in der realen Welt schon haben – kommunizieren also in erster Linie mit ihren Freunden und Familienmitgliedern.

Bedeutet das, dass die Jugendlichen kein Interesse haben, bekannten YouTube-Stars und Influencern nachzueifern – also Menschen, die in sozialen Medien sehr beliebt sind?

Waldecker Wir haben die jungen Menschen gefragt, welche Art der Nutzung sozialer Medien ihnen imponiert. Ihre Vorbilder, die sie uns gegenüber erwähnen, sind oft die Leute, die wenig Privates von sich preisgeben, obwohl sie für ein Thema stehen und dies auch online zeigen; umgekehrt werden aber genauso Personen bewundert, die es schaffen, sich gar nicht online zu präsentieren – häufig Eltern oder ältere Geschwister. Die jungen Leute informieren sich breit, lesen Nachrichten, betrachten auch mal gerne schöne oder spannende Bilder oder Videos, aber überwiegend passiv, also ohne darauf in den sozialen Medien zu reagieren. Bei der Entscheidung, was sie online stellen, orientieren sich die meisten Jugendlichen daran, was sie moralisch richtig finden und weniger daran, was ihnen die meiste Aufmerksamkeit verschafft. Aufmerksamkeit über den privaten Kreis hinaus erscheint ihnen hingegen oft eher als Zumutung; von der Idee, das Netz möge die Menschen im freien Austausch zusammenbringen, ist bei vielen Jugendlichen nicht mehr viel übriggeblieben. /



On the Internet, it seems that nothing is too embarrassing for today's youth. They post anything and everything – whether photos of their party outfit in front of the mirror, or insults against teachers or employers. Prof. Dr. Wolfgang Ludwig-Mayerhofer can disprove this preconception in his research project »Un/desired Observation: Surveillance Society and the Social Field of Media«. We spoke to the sociologist and his project researcher David Waldecker about their findings.

Young people are often described as »digital natives«. They belong to a generation which has grown up in a digital world. Does this mean that they are well informed on the dangers of social media?

Prof. Dr. Wolfgang Ludwig-Mayerhofer We conducted detailed, qualitative interviews with young people between the ages of 16 and 21 years, among them current pupils, high school graduates and job trainees in both large cities and small towns. The young people we spoke to know that they are under observation on the Internet, but see no alternative to the use of social media. Those who are not online risk being dropped from the clique in the offline world, too, because they are no longer up to date on what is happening. Many young people are also very aware of topics such as cybermobbing and online addiction. I was surprised at how well the young people are already prepared – didactically – on the topic of data privacy and surveillance. Many have read George Orwell's novel »1984« at school. Media education specialists organize workshops with young people on data privacy, police officers visit schools to inform the pupils, and so on.

So that means that the young people you interviewed are aware of the risk that their data could be misused?

David Waldecker Definitely. They are nowhere near as naive as is often claimed when it comes to data security. It has become common knowledge that you should not post contributions on Facebook which could give a negative impression to a potential employer. Many use profile photos on which they cannot be identified, and reveal neither their address nor the town in which they live. Many also said that the social media cannot be a place for open exchanges as long as they are subject to the surveillance of the authorities and business enterprises, such as the platform operators. We found it interesting that many of the interviewees were only or, at least, primarily concerned about Facebook, even though Instagram and WhatsApp, for example, belong to the same company. One even told us that he assumes that Mark Zuckerberg reads his posts. The opportunities to search widely and freely for information, on the other hand, are viewed as a good thing. →

»Viele junge Menschen sind beim Thema Cybermobbing und Online-Sucht sensibilisiert.«

»Many young people are very aware of topics such as cybermobbing and online addiction.«

Prof. Dr. Ludwig-Mayerhofer



Foto/Photo Freepik.com / javi_indy

Foto/Photo unsplash / Nicole Harrington

It is a widespread assumption that young people post whatever promises the most likes and comments or the most shares. So, is that not actually true?

Ludwig-Mayerhofer The French sociologist Emmanuel Kessous names the »attention economy« as the central dimension of justification on the Internet. According to this theory, those users who are able to draw the most attention to themselves are held in the highest esteem. But this hypothesis was not actually confirmed in our interviews. The concept of dimensions of justification originates from – among others – the French sociologists Luc Boltanski and Laurent Thévenot and their book »On Justification«: They suggest that, in our everyday activities, we are not bound to a rigid corset of norms, but are instead in a position to weigh up and compare different patterns of justifications for our actions in any particular situation. In their online activities, now, the young people give consideration not only to the attention economy, but also, for example, to communication rules from their family and their circle of friends. Most young people, therefore, reproduce the social relationships which they have already established in the real world, i.e. they communicate primarily with friends and family members.

Does that mean that young people are not interested in emulating YouTube stars and influencers, i.e. those who are very popular in the social media?

Waldecker We asked the young people about the forms of social media use which impress them. The role models they mentioned in the interviews are often people who reveal very little private information, even if they stand strongly for an issue and also demonstrate this online; conversely, they are equally admiring of people who manage to present nothing of themselves online – often parents or older brothers and sisters. The young people search widely for information, read news, and may also view attractive images or watch exciting videos at times, but that for the most part passively, i.e. without reacting via the social media. When deciding what to post online, most of the young people base this decision on what they consider to be morally correct, rather than on maximizing attention. Attention beyond their private circle, by contrast, is often viewed as something quite unreasonable; among many young people, there is not much left of the idea that the Internet could bring people together in free exchange. /



Foto/Photo Carsten Schmale

Der Soziologe Prof. Dr. Wolfgang Ludwig-Mayerhofer lehrt an der Philosophischen Fakultät der Universität Siegen empirische Sozialforschung. In seinem Forschungsprojekt fragen er und sein Team Jugendliche zwischen 16 und 21 Jahren in Einzelinterviews nach ihrer Nutzung der sozialen Medien; ergänzt werden diese aktuell durch Gruppendiskussionen. Dabei wollen sie herausfinden, welche Rechtfertigungsordnung die jungen Menschen für ihr jeweiliges Tun oder Unterlassen im Netz aufrufen.

Sociologist Prof. Dr. Wolfgang Ludwig-Mayerhofer teaches empirical social research in the School of Arts and Humanities at the University of Siegen. For his research project, he and his team conducted individual interviews with young people aged between 16 and 21 years to analyze their use of social media; these interviews are currently being supplemented with group discussion sessions. They want to understand the dimensions of justification which the young people put forward for their online actions or restraint.