

Gibt es eine Net Generation? ¹

Widerlegung einer Mystifizierung ²

Rolf Schulmeister

Zentrum für Hochschul- und Weiterbildung
Universität Hamburg
Vogt-Kölln-Str. 30, Haus E
22527 Hamburg
schulmeister@uni-hamburg.de

Abstract: Es ist von einer Net Generation, von der Generation @, der Generation Y oder den Millenials die Rede, und es werden Mutmaßungen über die Rolle der Net Generation für die Lehre angestellt. Der Beitrag ist als kritische Analyse solcher Behauptungen und Mutmaßungen zu verstehen und als Diskurs zur Medien-nutzung aus der Sozialisationsperspektive.

1 Die Erfindung der Net Generation

1997 hatte Don Tapscott die Jahrgänge ab 1978 als Net Generation beschrieben, 1999 Horst Opaschowski die Generation @, 2000 folgten Neil Howe & William Strauss mit den auf 1982 datierten Millenials. Zur selben Zeit war als Nachfolger der Generation X eine Generation Y im Gespräch. Seitdem werden die Begriffe Generation Y, Millenials, Net Generation und Internet Generation als austauschbar gehandelt. 2001 sprach Marc Prensky von Digital Natives und Digital Immigrants und fand mit seiner von jeder Skepsis unberührten Rhetorik große Aufmerksamkeit. 2003 nutzten Rena Palloff & Keith Pratt für die Beschreibung des Virtual Student die Merkmale der Net Generation. 2005 propagierte das Ehepaar Diana & James Oblinger die Net Generation in Educause. Eine Idee braucht auch ein Handbuch: 2007 erschien "What higher education professionals need to know about today's students" [JM07] als Handlungsanweisung für Lehrende. Erst letztes Jahr kam in WebLogs Kritik an der Net Generation auf, und seit 2008 folgten kritische Stimmen aus England [CIB07; UCL08] und Australien [BMK08].

¹ Dieser Aufsatz ist eine Kurzfassung einer längeren Arbeit gleichen Titels, die an folgender Adresse zum Download zur Verfügung steht [http://www.zhw.uni-hamburg.de/pdfs/Schulmeister_Netzgeneration.pdf]. Die Kurzfassung verzichtet auf Abbildungen und Tabellen sowie sonstige Quellennachweise.

² Mit diesem Begriff beziehe ich mich auf die Warnung, zu der sich das Deutsche Jugendinstitut auf seiner Website veranlasst gefühlt hat [<http://www.dji.de/cgi-bin/projekte/output.php?projekt=786>]: „Es ist ein populärer Irrtum zu glauben, dass schon Kinder im Umgang mit neuen Technologien kompetenter seien als Erwachsene – sie sind meist nur unbefangener am Computer und im Internet. Die Mystifizierung einer ‚generation @‘ hält der wissenschaftlichen Untersuchung nicht Stand.“

Was verstehen die genannten Autoren unter Net Generation? Vergleichsweise harmlos wirken Attribuierungen wie z.B., die Net Geners seien vertraut mit Computern, sie seien ausgesprochen optimistisch, hätten Lust und Interesse an Kommunikation und Computerspielen. Aber auch weniger harmlos anmutende Zuschreibungen und empirisch nicht belegte Behauptungen finden sich massenhaft, beispielsweise, Net Geners präferierten Gruppenarbeit, Lernen durch Tun, induktives entdeckendes Lernen, gebildetes Lernmaterial, Interaktivität, Leistungsorientierung, sie seien emotional offen, seien visuelle Lerner, zeigten sich offen für Diversität, verfügten aber nur über kurze Aufmerksamkeitsspannen, seien Multitaskers und hätten multiple Persönlichkeiten. Tapscott glaubt, die Net Generation sei intelligenter als vorherige Generationen. Opaschowski meint, die generation @ treibe eine Kurzzeit-Konzentrations-Kultur. Howe & Strauss behaupten, Millenials seien durch drei Krankheiten gekennzeichnet: Asthma, ADHD und Adipositas. Prensky behauptet gar, die Digital Natives hätten physiologisch veränderte Hirne entwickelt (“it is very likely that our students’ brains have physically changed”).

Warum sollen wir Lehrenden uns mit der Net Generation befassen? Hätte die These, es gäbe eine Net Generation, keine Folgen für das Bildungssystem, müssten wir uns nicht darum kümmern, doch die Behauptung der Propagandisten von Tapscott und anderen lautet, es käme eine Generation medienkundiger Studierender auf die Hochschulen zu, die völlig andere Anforderungen an die Lehre stellen werden; die zukünftigen Studierenden seien anders und lernten anders, und zwar so grundlegend anders, dass wir neue Konzepte für die Lehre benötigen würden. Die Net Generation sei die ideale Klientel für alle, die hohe Erwartungen an die didaktischen Auswirkungen des Web 2.0 hegen. Als Hochschuldidaktiker sollte ich mich natürlich für eine solche Prognose interessieren, aber ich komme zunächst nicht darum herum zu fragen, ob sie denn stimmt. Nun, die These, wir benötigten neue Konzepte für die Lehre, ist nicht überraschend für alle, die in den vergangenen Jahrzehnten an der Reform der Hochschulausbildung beteiligt waren, aber die für diese These angestrebte Begründung, die heranwachsende Generation sei anders und lerne anders, ist es schon.

Steht die Net Generation ante portas? Oder werden die künftigen Studierenden einfach falsch beschrieben? Während die Autoren der Net Generation nach dem Motto verfahren „Are you interested in knowing how Net Geners learn? Let me illustrate using my friends, me, and my grandfather“ [Mc05], bieten viele methodisch aufwändige Befragungen repräsentativer großer Stichproben solide empirische Daten. Wer eine Existenzbehauptung aufstellt wie die These der Net Generation, der sollte seine Behauptung an empirischen Daten überprüfen. Ich habe die These aus mehreren Perspektiven analysiert:

Generation: Zur Disposition steht das Konstrukt Generation selbst in den Sozial- und Geschichtswissenschaften. Es besitzt nicht die Geltung, die ihm durch die These der Net Generation zugewiesen wird. Multivariate Analysen der Mediennutzung gelangen stets zu differenziellen Profilen der Nutzer und beschreiben ihre Diversität statt ihrer Einheit.

Mediennutzung: Thesen zur Net Generation implizieren Aussagen über empirische Sachverhalte. Zur Überprüfung der Behauptungen, die das Kriterium Mediennutzung als Indiz für die Existenz der Netzgeneration nutzen, habe ich 50 internationale empirische Studien zur Mediennutzung herangezogen. Es hat sich herausgestellt, dass sich die Me-

diennutzung an sich nicht als Beleg für die Existenz der Net Generation eignet, sondern erst im Zusammenhang mit einer Analyse der Nutzungsmotive.

Mediennutzungsmotivation: Präferenzen der Jugendlichen für bestimmte Internetaktivitäten geben Auskunft über das Spektrum der Interessen; Altersverläufe der Vorlieben deuten an, dass die aktuellen Interessen durch die Sozialisation beeinflusst werden.

Sozialisation: Eine erklärende Deutung des Medienverhaltens der Jugendlichen ergibt sich erst aus Einsichten in die ontogenetische Entwicklung und die Sozialisation.

Studienverhalten und Hochschuldidaktik: Studien, die Medienpräferenzen im Studium untersuchen, kommen zu der Erkenntnis: Die Studierenden schätzen die Präsenzlehre und ziehen einen moderaten Medieneinsatz vor. Die vom Web 2.0 geforderte selbstbestimmte aktive Partizipation wird nur von einer Minderheit geleistet.

2 Das Konstrukt Generation

Die Organisation geschichtlichen Wissens im Konzept Generation hat besonders in den USA Tradition. Die Jahrgänge seit 1900 haben ähnlich blumige Namen: Die Matures (1900-1946), die Baby Boomers (1946-1964), Generation X (1965-1982) und die Net Generation (1983-1991) – nachzulesen bei Howe & Strauss. Wenn mehrere Jahrgänge ein gemeinsames Erleben teilen (z.B. Krieg) und soziale Umbrüche bewusst erlebt wurden, kann man die Zuordnung zu einer Generation gut verstehen. Neue Jahrgänge jedoch erleben die Welt, in die sie hineingeboren werden, nicht als Wandel oder Umbruch, sondern treten einfach in den Prozess sozialen Wandels ein. Das Sprechen von Generationen scheint so eingängig zu sein, dass der Begriff ohne Bedenken gebraucht wird. Vermutlich „beruht aber die im Barthesschen Sinne ‚mythologische‘ Potenz des Generationenkonzepts auf seiner vermeintlichen Selbstverständlichkeit“ [PP08]. Das Konstrukt ist erst kürzlich einem kritischem Diskurs unterzogen worden, der zur Skepsis gegenüber dem Begriff mahnt [We02; JW05]. Weisbrod sieht im „fast inflationären Begriffsgebrauch“ ein ‚doppeltes Dilemma‘: die ‚lebensweltliche Evidenz‘, die auf den „Anschein einer natürlichen und daher universalen Lebenserfahrung“ zurückzuführen sei, und die ‚emphatische Überdetermination‘ [Wei05].

Warum Generationenmetaphern so viel Resonanz bekommen, könnte mit einer Schwäche der Individuation bei den Rezipienten zusammenhängen: „Für nennenswerte Teile der gut ausgebildeten jüngeren Mittelschichten stellt das Angebot, sich einer Generation zuzurechnen, ein hilfreiches Instrument der Ortsbestimmung und Selbstauslegung dar.“ [Ma05] Aus einer soziologisch-kulturkritischen Perspektive ist Generation ein Mittel zur „anschaulichen Ordnung der Sozialwelt, zur sinnhaften Selbstpositionierung im historischen Wandel“.

Es sind also pragmatische, keine theoretischen Gründe, wenn am Konstrukt festgehalten wird, weil es „ein hilfreiches Instrument der Ortsbestimmung und Selbstausslegung“ sei. Angesichts unterschiedlicher Motive, sich der Metapher zu bedienen, meinen Parnes, Vedder und Willer: „Nicht die Frage, ob es so etwas wie Generation oder Generationen gibt, gilt es also zu analysieren, sondern in welcher Weise und mit welchem Interesse ihr Vorhandensein jeweils deklariert oder konstruiert wird.“ [PVW08]

3 Empirische Nutzertypologien

Es gibt andere Versuche, Typologien von Mediennutzern zu entwerfen. Sie entstehen meistens in der Absicht, die diversen Gruppen von Nutzern differenziert durch Werbung oder Programm ansprechen zu können. Solche Nutzerprofile wurden beispielsweise von Yahoo! und Carat Interactive, im Projekt Pew Internet and American Life [Pe07], in der ZDF & ARD Langzeitstudie und dem Projekt UK Children Go Online & Ofcom [Of06] mit Clusteranalysen gewonnen. Ich kann an dieser Stelle nur auf sie hinweisen und stellvertretend nur eine Typologie wiedergeben. Treumann, Meister, Sander u.a. [Tr07] haben in einer anspruchsvollen und aufwändigen Studie 3.271 Jugendliche aus drei Bundesländern und drei Sozialräumen untersucht. Die Studie erfüllt wichtige methodologische Bedingungen: Sie bezieht die Freizeitaktivität mit ein, sie erfasst alle Medien, sie konzentriert sich auf Jugendliche, sie nutzt mehrere Methoden und trianguliert die Analysen, sie analysiert 1.662 Jugendliche mittels einer Clusteranalyse und erhält sieben Cluster (S. 195-214), deren Profile mit Faktorenanalysen (S. 217-480) differentiell ermittelt werden:

<i>Cluster</i>	<i>%</i>
Die Allrounder	12,0
Die Bildungsorientierten	20,4
Die Konsumorientierten	17,4
Die Kommunikationsorientierten	19,1
Die Deprivierten	7,8
Die Gestalter	3,1
Die Positionslosen	20,3

Tabelle 1 Medientypologie von Treumann u.a. 2007

Alle Studien gelangen zu anderen Einteilungen der Nutzer, weil sie ein anderes Erkenntnisinteresse haben und deshalb andere Fragen stellen und andere Erhebungsmethoden wählen. Abhängig von der Zusammensetzung der Stichprobe (z.B. Alter), der Art des Untersuchungsgegenstands (z.B. alle Medien oder nur Computer und Internet), der Erhebungsmethode und der Zielsetzung (z.B. Konsum oder Kommunikation) unterscheiden sich die Ergebnisse. Eines ist den Analysen aber gemeinsam: Die Nutzer erweisen sich stets als Ensemble von Gruppen mit verschiedenen Interessen, Motiven und Verhalten, und nie als eine Generation mit gemeinsamen Merkmalen [Tr07]. Es wäre eine spannende Aufgabe, die verschiedenen Typologien vergleichend auf das in ihnen implizierte Menschenbild hin zu diskutieren. Leider ist hier nicht der Raum dafür.

4 Mediennutzung

Es wurden 50 Studien zur Mediennutzung herangezogen.³ Deren Erkenntnisse stimmen in den generellen Aspekten überein, obwohl die Daten nicht direkt miteinander verglichen werden können. Die Gründe dafür sind (abgesehen von unterschiedlich zusammengesetzten Stichproben), dass einige Studien Freizeitaktivität nicht mit erheben und so die Mediennutzung nicht auf die gesamte Freizeit relativieren können, dass andere nicht alle Medien erfassen und daher verzerrte Daten für einige Medien bekommen, dass wieder andere Studien die Mediennutzung nicht nach Gerätetyp, Nutzungsdauer oder Medienfunktion (Inhaltsart) unterscheiden und schließlich dass diejenigen, die speziell die Computernutzung untersuchen, nicht nach Inhalt und Funktion der Medienaktivität differenzieren und so die Motive der Nutzer nicht mit erfassen können.

4.1 Freizeitverhalten und Mediennutzung

Sofern Mediennutzung nicht allein, sondern im Rahmen der gesamten Freizeitaktivität betrachtet wird (Sport, Kultur, soziales, politisches Handeln, Verein), relativiert sich das Bild der Jugendlichen. Das Ergebnis einer komplexen Erfassung der Freizeit ist nicht mit der Idee einer Net Generation vereinbar. Erstens nehmen die nicht-medialen Freizeitaktivitäten mehr Raum ein und zweitens ordnet sich die Mediennutzung häufig in die Kontexte der gesamten Freizeitaktivitäten ein, zum Beispiel als Kommunikationsmittel, um Verabredungen zu treffen und Kontakte zu pflegen.

Freizeitaktivitäten unabhängig von Medien haben für Kinder und Jugendliche immer noch die größere Bedeutung. Die meisten Jugendlichen sind Mitglied in einem Verein [Wa04] und sie wenden pro Woche für den Sport beträchtliche Zeit auf. Bei den meisten Studien steht die Freizeitaktivität „Mit Freunden zusammen sein“ oder „Freunde treffen“ mit Abstand ganz oben in der Liste der Lieblingsaktivitäten [JIM07]. Die Medien sind integrierter Teil der Freizeit, deren primäres Ziel das Gewinnen von Freundschaften ist: „Face-to-face time still beats phone and screen time for teens“ [Pe05] titelt sogar das amerikanische Projekt, das die Bedeutung der Jugendlichen als Motor der Gesellschaft feiert (“Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation”).

4.2 Arten der Mediennutzung

Insgesamt steigt die Nutzungsdauer der Medien. Dies stellen mehrere Studien fest. Diese Entwicklung ist aber nicht erst mit dem Erscheinen der Computer eingetreten, sondern bereits mit dem Fernsehen, den mobilen Musikgeräten und dem Handy. Diese Aussage gilt für alle Geräte und Altersgruppen [Se05]. Nimmt man nur die Mediennutzung in den Blick, so kann man feststellen, dass die klassischen Medien wie Fernsehen und Film bei den Jugendlichen Priorität genießen und ihre Unterhaltungsfunktion noch nicht obsolet geworden ist.

³ Das vollständige Verzeichnis der Quellen findet sich in der Langfassung dieser Arbeit [http://www.zhw.uni-hamburg.de/pdfs/Schulmeister_Netzgeneration.pdf].

In der Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest [JIM07] liegt das Fernsehen noch knapp vorn, gefolgt vom Computer und dem mp3-Player, dem Handy und dem Internet, Musik und Radio. In amerikanischen Studien rangiert das TV noch ganz oben. Fasst man die Gattungen zusammen, so erhält man den Eindruck, dass die kohärenten oder Mono-Medien nach wie vor die wichtigste Rolle spielen. So sind die Bildmedien (Fernsehen, Video, Kino, DVD) und der Musikgenuss (mp3, Musik-CD, Radio) ein bedeutender Faktor und sogar Lesen (Zeitung, Bücher, Zeitschriften, Comics) ist noch nicht überholt.

Interessant ist, dass Musik hören stark aufgeholt hat, was mp3 und der Tatsache zu verdanken ist, dass das Musikvergnügen ubiquitär zu genießen ist. Die Hypothese, die Zeit für die Mediennutzung sei nicht beliebig ausweitbar und deshalb müsse der Anstieg der Internet-Nutzung andere Medien verdrängen, scheint nicht zuzutreffen [Tr07]. Einige Medien scheinen parallel genutzt zu werden.

4.3 Computernutzung: Konvergenz der Medien

In vielen Studien werden der Computer und das Internet als ein Medium betrachtet wie das monomediale Fernsehen. Es wird dabei übersehen, dass der Computer nicht eine einzige kohärente Nutzungsart vertritt, sondern viele Nutzungsarten (Kommunikation, Information, Spiel, Lernen, Arbeit etc.) ermöglicht. Computer und Internet sollte man stets nach Funktionen und Interessen aufschlüsseln. Die Tatsache, dass immer mehr Datensorten und Inhalte digital vorliegen, fördert die Konvergenz der Medienarten. Schlüsselst man den Umgang mit Computer und Internet nach Funktionsarten auf, so wird erstens deutlich, dass die klassischen Medien Musik und Film mit substanziellen Anteilen vorkommen, und dass zweitens die dominanten Funktionen Email, Chat, Internet-Telefonie sowie das Aufsuchen von Community-Websites deutlich machen, dass ein Gutteil der Computernutzung der Kommunikation und der Kontaktpflege dient und den ebenfalls gestiegenen Gebrauch des Mobiltelefons unterstützt.

Je vertrauter und selbstverständlicher der Zugang zu diesen Medien ist, umso eher gleichen sich die Tätigkeiten denen der Welt außerhalb der Medien an. IM, E-Mail, Chatten und Internet-Telefonie dienen der Kommunikation. Newsgroups und Weblogs fügen die Gemeinschaftskomponente hinzu. Musik, Radio und Musik Download bilden den zweiten Schwerpunkt [KIM06]. Auch in der Pew Internet & American Life Studie machen die Kommunikationsfunktionen Email und IM, Chat, Gemeinschaften aufsuchen und Meinung ausdrücken zusammen den größten Teil der Netzaktivität aus, die Unterhaltungsfunktionen und Musik den zweitgrößten Teil [Pe02]. Kommunikation ist auch im Internet das vorrangige Bedürfnis der Jugendlichen. Analysiert man, mit welchen Methoden dieses immense Kommunikationsbedürfnis befriedigt wird, so stellt man aber fest, dass die realen Treffen immer noch die Hauptsache sind. Die Mediennutzung an sich kann demnach nicht die Attribuierung der Jugend als Netzgeneration rechtfertigen. Nie zuvor hat eine Jugend so viele Medien zur Verfügung gehabt und sie so extensiv genutzt. Aber das ist eine andere ganz Aussage über die Jugendlichen als die Stigmatisierung als Netzgeneration.

Die Medien, die heute genutzt werden, sind andere und mehr als in den 50er und 60er und 70er Jahren, und sie sind erheblich preiswerter. Es ist daher nicht verwunderlich, wenn Kinder und Jugendliche viele Medien zur Verfügung haben. Sie gehören inzwischen zur Alltagskultur. Es dürfte selbstverständlich sein, dass das Nutzerverhalten der Jugendlichen heute nicht mit der Mediennutzung etwa der Nachkriegsjahrgänge verglichen werden kann. Dennoch rechtfertigt dies nicht die Etikettierung als Net Generation.

5 Mediennutzungsmotive

Die bloße Dauer oder Häufigkeit der Nutzung sagt nichts über die persönliche Vorliebe der Jugendlichen. Man kommt den Motiven der Mediennutzung näher, wenn man Präferenzen erfragt, Gewichtungen und Bewertungen von Funktionen und Inhalten ermittelt sowie die Veränderung der Vorlieben im Altersverlauf untersucht.

Über Tracking von Websites lässt sich mehr über Nutzerpräferenzen durch die Rangfolge der meistgenutzten Websites herausfinden [Pe02; Ma05]: Die meist frequentierten Websites bieten Spaß und Unterhaltung, Shopping und Kommunikation, und darunter sind sehr viele Websites, die mit Musik und Musik-Downloads zu tun haben.

Mehr über die Einstellungen und Vorlieben der Jugendlichen kann man mit der ‚Vermisensfrage‘ erfahren. Der Fernseher ist das Medium, auf das Kinder am wenigsten verzichten möchten [KIM06]. Jugendliche können am wenigsten auf Computer und Internet verzichten, dann auf den mp3-Player und schließlich auf das Fernsehen [JIM07]. Betrachtet man aber das gesamte Freizeitverhalten, so wird deutlich, dass die Peergroup im Rang ganz oben steht und der Computer der Kommunikation mit den Peers dient: „Je älter die Jugendlichen sind, desto mehr gewinnt der Freundeskreis an Bedeutung und nimmt die Häufigkeit von Party- und Discobesuchen zu. Auch treiben die Jugendlichen dann weniger Sport, und Sportveranstaltungen verlieren etwas an Reiz. Unternehmungen mit der Familie und kreative Tätigkeiten, wie Malen, Basteln und Briefeschreiben, werden von älteren Jugendlichen weniger häufig ausgeübt.“ [JIM07]

Ein wichtiger Gesichtspunkt für die Beurteilung der Nutzer macht sich die Beobachtung zunutze, dass sich Motive und Einstellungen mit dem Alter ändern. Die Kommunikation mit Peers löst das Spielen ab. Im Verlauf der Entwicklung von der vierten zur elften Klasse nimmt das Interesse am Spielen stark ab und Kommunikation und Musik treten in den Vordergrund. Auch dies ist ein Indiz dafür, dass eine ganz normale Sozialisationsentwicklung eintritt. Studien, die Mediennutzung und Nutzungsmotive in mehrere Altersstufen aufteilen [MA05; SÜ04; TU04], lassen die Entwicklung der Nutzerpräferenzen erkennbar werden und kommen zu der Erkenntnis, dass das Kommunikationsbedürfnis steigt und das Interesse an reinen Medienaktivitäten zurückgeht. Die Betrachtung der Nutzer motive macht deutlich, dass die neue Kulturtechnik für diejenigen, die mit ihr aufgewachsen sind, keine neue Kulturtechnik ist, sondern ein selbstverständlicher Teil des Alltags, dessen vorwiegender Zweck die Kommunikation ist.

Alles dient dem obersten Freizeitziel „Mit Freunden zusammen sein“. Selbst die Mitgliedschaft in Online-Communities dient diesem Ziel, ebenso Email, Skype, iChat, IQ, MSN etc. Und selbst bei den Studierenden ab 18 Jahren scheint die Kommunikation immer noch die wichtigste Nutzerintention zu sein. In dem so beschriebenen Bild jugendlicher Aktivitäten sehe ich nichts Ungewöhnliches. Die Tatsache, dass heute andere Medien genutzt werden als früher, rechtfertigt es nicht, eine ganze Generation als andersartig zu mystifizieren. Die Jugendlichen, die mit den Neuen Medien aufwachsen, betrachten diese als ebenso selbstverständliche Begleiter ihres Alltags wie die Jahrgänge vor ihnen die damals verfügbaren Medien (oder andere Geräte).

6 Sozialisation

Wie kann man die Diskrepanzen und Widersprüche in der Debatte um die Netzgeneration deuten? Es scheint mir geboten, die empirischen Beobachtungen vor dem Hintergrund der Sozialisation der Jugendlichen zu betrachten. Die Sozialisationsforschung vermag zu erklären, dass auch das Medienverhalten der Jugendlichen heute um dieselben allzu menschlichen Fragen kreist wie ehemals als es noch keine Medien gab. Fasst man Freizeitziele, Mediennutzung, Nutzungsmotive und -funktionen zusammen, so zeichnet das Ensemble sozialer Aktivitäten ein durchaus klassisches Bild des Erwachsenwerdens. Freundschaften pflegen und mit Peers kommunizieren sind seit jeher die wichtigsten Sozialisationsziele gewesen. Unterhaltung und Spiel als Beschäftigung für Gruppen, aber auch in Phasen des Alleinseins, stellen ein nützliches und sinnvolles Mittel für soziale Aushandlungsprozesse, für den Erwerb von Regeln, für die kognitive und emotionale Auseinandersetzung mit Aufgaben und Problemen dar.

Freundschaften spielen für Jugendliche in ihrer Freizeit die Hauptrolle. Daraus erklärt sich der hohe Rang der Kommunikation per Handy und Internet [Tu04]. Handy und Computer sind zum Alltagswerkzeug geworden, um die Kommunikation mit den Peers zu organisieren und Beziehungen zu pflegen [Man05]. Diese auf die ontogenetische Entwicklung und die Sozialisation bezogene Perspektive führt das Kriterium Mediennutzung auf den Boden der Wirklichkeit zurück. Medien werden dann genutzt, wenn sie alltagstauglich sind, sie werden für Ziele genutzt, die man ohnehin anstrebt: „Der Alltag steht für die gewohnheitsmäßigen Abläufe im Leben, für die Entwicklung von Ritualen und Verhaltenssequenzen, die von den Akteuren nicht ständig hinterfragt werden, sondern sich offenbar bewähren, um Orientierung und Sinnstruktur ins Leben zu bekommen. Die Medien werden für bestimmte Funktionen in Dienst genommen und helfen so, den Alltag zu strukturieren“ [Sü04].

Diese Perspektive stimmt mit der Grundannahme des Uses & Gratification-Ansatzes überein, der davon ausgeht, dass die Bedürfnisse der Jugendlichen die Wahl der Medien bestimmen und nicht umgekehrt die Medien die Jugendlichen prägen. Die Jugendlichen greifen zu den Medien, die sie benötigen, um ihre Bedürfnisse zu befriedigen: „Die grundsätzlichen Interessen der Jugendlichen werden mit den Neuen Medien somit fortgeführt und erweitert – verändert werden sie aber in der Regel nicht“ [Tr07]. Für den, der mit Computern aufwächst, sind diese keine Novität, sondern Vorgefundenes. Tully spricht konsequenterweise von der „Normalität des Aufwachsens mit Technik“ [Tu04].

Die kanadische Studie des Media Awareness Networks [Man04] hat diese Aussage auf die griffige Formel gebracht: “The Internet just is.“

Die Selbstverständlichkeit und Allgegenwärtigkeit des Internet ist so banal, dass selbst Fragen danach, wie die Computer ihr Leben beeinflusst haben, bei den Jugendlichen auf keine Resonanz stoßen [Man05]. Für Hartung und Schorb sind Medien für Jugendliche Begleiter und Alltagsritual, Lebensmodell und Experimentierfeld, soziale Anschlussstelle und Accessoires und Requisiten der Selbstdarstellung [HS07]. Erst die Komplexität einer solchen sozialisationstheoretischen Sichtweise berechtigt meines Erachtens zu der Aussage, dass die Medien der Jugendlichen „für den Prozess der Identitätsbildung eine konstitutive Bedeutung“ haben können.

7 Medienkompetenz, Hochschuldidaktik und Web 2.0

7.1 Medienkompetenz

Müssen wir nach den Prophezeiungen der Autoren der Net Generation davon ausgehen, dass bereits demnächst alle Studierenden mit Instrumenten des Web 2.0 lernen und arbeiten? Oder bleibt das Web 2.0 die Umgebung und das Werkzeug einer qualifizierten Minderheit? Ist die Entwicklung zur Einfachheit alles, was wir brauchen, um aus Web 2.0-Umgebungen ein Massenmedium zu generieren? Oder gibt es andere Gründe, warum Web 2.0 nicht zum Massenmedium werden kann? Beispielsweise, dass die Fähigkeit zum selbstbestimmten Lernen vorausgesetzt werden muss? Oder dass Web 2.0-Methoden die aktive Partizipation fordern?

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest hat die Kompetenzen der Kinder untersucht und festgestellt, dass weniger als die Hälfte der Kinder die abgefragten Fähigkeiten beherrscht [KIM06]. Auch die Studie an Jugendlichen zeigt, “dass die Forderung nach Stärkung der Medienkompetenz auch bei Jugendlichen, die im Medienzeitalter aufgewachsen sind, notwendig ist“ [JIM07]. Fasst man Medienkompetenz wie die Studie von Ofcom und der London School of Economics als ‚Media Literacy‘, dann stellt man fest, dass die Fähigkeiten der Jugendlichen zu einem großen Teil darin bestehen, Informationen zu finden. Die für dieses Ziel wichtige Kompetenz verlangt, den Wert der Information einschätzen zu können, und gerade diese Kompetenz ist unterentwickelt [Of06].

Das UK Children Go Online Projekt [UK04] stellt mit Bedauern fest, dass die Jugendlichen die wertvolleren und ernsthafteren Gelegenheiten sich zu informieren schnell wieder fallen lassen. Dieses Defizit wird auch von der CIBER-Studie des University College London im Auftrag der British Library und JISC bestätigt [CIB07]. Die Autoren zeigen sich enttäuscht über die mangelnden Fähigkeiten der Jugendlichen, gründlich zu recherchieren und Information zu bewerten. Aber vielleicht sollte man nicht enttäuscht sein, sondern auf die Chancen der Bildung und die Wirkungen der Sozialisation verweisen: Die Studie des Media Awareness Networks zeigt, dass sich zwischen der 4. und der 11. Klasse das Spektrum der Aktivitäten verschiebt und eine Entwicklung auch in den Ein-

stellungen stattfindet [Man05]. Mit anderen Worten: Die Kinder werden zu Jugendlichen, sie werden älter, ihre Interessen wachsen mit vom Spiel zur Kommunikation. Als College-Studenten präferieren sie dann einen zweckmäßigen Gebrauch der Medien.

7.2 Transfer auf Lernen

Ein Transfer der durch den Computer erworbenen Kompetenzen auf das Lernen scheint nicht – oder nicht in dem erwarteten Maße – stattzufinden. Die Benutzung des Computers sowohl für die Schulaufgaben als auch für das Studium in der Universität wird nüchtern als Mittel zum Zweck betrachtet. Es ist nicht zwangsläufig mit einer hohen eCompetence auch der Wunsch nach Transfer der eMethoden auf das Lernen vermacht. Gerade tech-savvy Studierende suchen sich eher Nischen für ihre Aktivität als sich am allgemeinen Sozialgemenge zu beteiligen. Auch andere Gruppen scheinen eine reservierte Haltung oder eine reflektierte Zurückhaltung für angebracht zu halten.

Robert Kvavik und Judith Caruso befragten 4.374 Studierenden aus Colleges, die zu 95% jünger als 25 waren [KC05]. Aus dieser Studie gehen für mich ganz andere Gesichtspunkte hervor: Es sollte nicht erstaunen, dass über 94% der amerikanischen Studierenden einen eigenen Computer besitzen. Es erstaunt auch nicht, dass die heutigen Studierenden einen erklecklichen Teil ihrer Zeit am Computer verbringen. Was aber erstaunt ist die Beobachtung, dass die Studierenden — befragt nach dem Gewicht des Medieneinsatzes in der Lehre — antworten wie jeder andere: Die Masse der heutigen Studierenden zieht einen moderaten Medieneinsatz vor, schätzt die Präsenzlehre und zeigt eine Vorliebe für Professoren, die engagiert lehren, begeistert ihre Forschung präsentieren und als Modell für die Studierenden taugen [Kv05].

7.3 Einstellungen und Web 2.0

Das Interesse an besonderen Lehr- und Lernmethoden wie dem Web 2.0 kommt offenbar nicht von den Studierenden selbst [KCM04]. Kvavik und Caruso berichten, dass ältere Studierende eine höhere Präferenz für eLearning zeigen als jüngere. Sie führen dies auf das ansteckende Vorbild der Professoren zurück, die ihnen im Studium die Vorteile von eLearning nahe gebracht haben [KC05]. Hohe fachliche Kompetenz scheint die Präferenz für moderate Nutzung zu verstärken. Die Ernsthaftigkeit der Beschäftigung mit dem Computer nimmt mit der wachsenden Bedeutung des Studiums zu.

Mit einer gewissen Gewöhnung an die Neuen Medien muss nicht ein Wunsch nach mehr Nutzung der Medien verbunden sein, aber der Wunsch nach Medien im Unterricht scheint zuzunehmen, wenn man den Medieneinsatz erst einmal kennen und schätzen gelernt hat (S. 49). Dennoch wird die Differenz zwischen „lesenden“ Nutzern des Internet und „beitragenden“ Nutzern bestehen bleiben, solange es Menschen mit unterschiedlichen Interessen gibt. Viele Berichte über eLearning erwähnen Lurking und Procrastination als hinderliche Verhaltensweisen, die häufig z.B. bei der Durchführung von Online-Seminaren auftreten. Lurking meint die passive Teilnahme, soz. Zuhören in der letzten Reihe; Procrastination bezeichnet die Angewohnheit, Aufgaben aufzuschieben. Beide Verhaltensweisen sind nicht sonderlich förderlich für die Lernprozesse in virtuellen

Umgebungen, in denen Kommunikation und Gruppenarbeit angesagt sind. Misserfolgsangst und Vermeidungsverhalten sind für kooperative Prozesse schädlich, da die aktiven Kooperanten auch auf die Beiträge der anderen bauen und Rückmeldung zu ihren Beiträgen benötigen. Procrastination soll unter Studierenden weit verbreitet sein. Es gibt bereits anonyme Selbsthilfegruppen⁴. Es ist nicht zu erwarten, dass mit der Entstehung des Web 2.0 diese Verhaltensweisen einfach verschwinden, im Gegenteil, wir müssen damit rechnen, dass der hohe Anspruch der Web 2.0-Methoden an die Selbstbestimmungskompetenz nur von einer Minderheit der Studierenden eingelöst wird.

Was sind die hochschuldidaktischen Perspektiven dieses Diskurses und die pragmatischen Konsequenzen für den Einsatz der Web 2.0-Technologien? Da die Studierenden nicht über das erwartete Maß an Fähigkeiten verfügen, kompetent und kritisch evaluativ mit Internet und Web 2.0 umzugehen, erwächst den Lehrenden eine weitere Aufgabe. Sie müssen das Know-How und die Erfahrung bieten, damit die Studierenden die Instrumente des Web 2.0 mit Interesse erlernen und sinnvoll nutzen können.

8 Digital Divide

Ich möchte nach diesem Diskurs auf eine Beobachtung hinweisen, die ich für weitaus gravierender halte als die Frage nach der Existenz der Net Generation: Es ist die Benachteiligung der Kinder aus einkommensschwachen und farbigen Familien (Kaiser Family Studie). Erkenntnisse über die ‚digital divide‘ häufen sich. Nachdrücklich weist etwa die englische Studie „Inequalities and the Digital Divide in Children and Young People’s Internet Use“ [UK05] auf die sozialen Barrieren hin. Es ist nicht zwangsläufig mit einem höheren Ausmaß an Computeraktivität und Multitasking-Verhalten auch ein größerer Anspruch auf Bildung verbunden. Die ‚digital divide‘ perpetuiert sich trotz der gestiegenen Durchdringung auch der sozial schwächeren Schichten und bildungsfernen Familien mit technischen Geräten. „Das Web ist das Medium der Bessergebildeten“ [Se05]. Soziale Gegensätze und die Bildungskluft existieren weiter [Tr07]. Ein neuer Graben tut sich auf, der sich mit dem Gegensatz zwischen denen deckt, die alles haben, und denen, die es nicht haben, und der auch beschrieben werden könnte als Gegensatz zwischen denen, die sich beteiligen, und denen, die außen vor bleiben: „a new divide is opening up, one centred on the quality of use.“ [UK04].

Es gäbe an dieser Stelle Vieles zu diskutieren: Die veränderte Lebenswelt, die arbeitenden Elternpaare, die gestiegene Anzahl der allein erziehenden Eltern, die Einzelkindproblematik [Sü04], soziale und ethnische Benachteiligung [Sc06]. Diese Faktoren bestimmen die Mediennutzung in der Gesellschaft mit. Die Lebenswelt der Heranwachsenden ist ebenso divers wie die ihrer Eltern. In vielen Studien wird betont, dass die ‚class division‘ als ‚digital divide‘ eine gewichtigere Rolle spielt als andere Diversitäten [Sc07].

⁴ z.B. Procrastinators Anonymous [<http://www.procrastinators-anonymous.org/>].

Literaturverzeichnis

- [BMK08] Bennett, Sue/Maton, Karl/Kervin, Lisa: The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology* (2008), OnlineEarly Articles [<http://www.blackwell-synergy.com/toc/bjet/0/0>].
- [CIB07] CIBER (Centre for Information Behaviour and the Evaluation of Research), University College London, School of Library, Archive and Information Studies: Information Behaviour of the Researcher of the Future. A British Library/JISC Study. An evaluation of BL Learning: a website for younger scholars. London 2007 [<http://www.ucl.ac.uk/slais/research/ciber/>].
- [HS00] Howe, Neill/Strauss, William: *Millenials Rising*. Vintage Books 2000.
- [HS07] Hartung, Anja/Schorb, Bernd: Projekt Identität. Medien in Prozessen der Selbstfindung Jugendlicher. In: *Computer + Unterricht* 68/2007 (Spezial Jugend + Medien), S. 6-10.
- [JIM07] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIM-Studie: Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart 1998 - 2007.
- [JM07] Junco, Reynol/Mastrodicasa, Jeanna: Connecting to the Net Generation: What higher education professionals need to know about today's students, NASPA (National Association of Student Personnel Administrators) Washington 2007.
- [JW05] Jureit, Ulrike/Wildt, Michael (Hrsg.): *Generationen. Zur Relevanz eines wissenschaftlichen Schlüsselbegriffes*. Hamburg: Hamburger Edition 2005.
- [Ka04] Kaiser Family Foundation: *Survey Snapshot: The Digital Divide*. 2004
- [KIM06] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): KIM-Studie: Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 1999 - 2007.
- [KCM04] Kvavik, Robert B./Caruso, Judith B./Morgan, Glenda: ECAR Study of Students and Information Technology 2004: Convenience, Connection, and Control. Vol 5, 2004 [<http://www.educause.edu/ecar>].
- [Kv05] Kvavik, Robert: Convenience, Communications, and Control: How Students Use Technology. In: Oblinger, Diana G./Oblinger, James L. (Eds): *Educating the Net Generation*. Educause 2005, Kapitel 7.
- [KC05] Kvavik, Robert B./Caruso, Judith B.: ECAR Study of Students and Information Technology 2005: Convenience, Connection, and Control. Vol 6, 2005 [<http://www.educause.edu/ecar>].
- [Ma05] Maase, Kaspar: Farbige Bescheidenheit. Anmerkungen zum postheroischen Generationsverständnis. In: U. Jureit/M. Wildt (Hrsg.): *Generationen*. Hamburger Edition 2005, S. 220-242.
- [Man04] Media Awareness Network: *Young Canadians in a Wired World. Phase II. Focus Groups*. February 2004. [http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/surveys/phase_two/index.cfm]
- [Man05] Media Awareness Network: *Young Canadians in a Wired World. Phase II. Student Survey 2005* [http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/surveys/phase_two/index.cfm]
- [Man05b] Media Awareness Network: *Young Canadians in a Wired World. Phase II. Trends and Recommendations 2005* [http://www.media-awareness.ca/english/special_initiatives/surveys/phase_two/index.cfm]
- [Mc05] McNeely, Ben: Using Technology as Learning Tool, Not Just the Cool New Thing. In: Oblinger, Diana G./Oblinger, James L. (Eds): *Educating the Net Generation*. Educause 2005, Kapitel 4).
- [OO05] Oblinger, Diana G./Oblinger, James L. (Eds): *Educating the Net Generation*. Educause 2005. Verfügbar unter: [<http://www.educause.edu/educatingthenetgen/>].

- [Of06] Ofcom: Media Literacy Audit. Report on media literacy amongst children. May 2006. [www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy]
- [Of06b] Ofcom: Media Literacy Audit. Report on adult media literacy. March 2006. [www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy]
- [Op99] Opaschowski, Horst W.: Generation @. Die Medienrevolution entläßt ihre Kinder: Leben im Informationszeitalter. Eine Edition der British American Tobacco. Hamburg 1999.
- [PP03] Palloff, Rena M./Pratt, Keith: Virtual Student. A Profile and Guide to Working with Online Learners. Jossey-Bass. San Francisco 2003.
- [PVW08] Parnes, Ohad/Vedder, Ulrike/Willer, Stefan: Das Konzept der Generation. Eine Wissenschafts- und Kulturgeschichte. Suhrkamp: Frankfurt/M. 2008.
- [Pe02] Pew Internet & American Life Project: The Internet Goes to College. How students are living in the future with today's technology. Steve Jones. 2002 [<http://www.pewinternet.org/>].
- [Pe05] Pew Internet & American Life Project: Teens and Technology. A. Lenhart, M. Madden, P. Hitlin. 2005 [<http://www.pewinternet.org/>]
- [Pe07] Pew Internet & American Life Project: A Typology of Information and Communication Technology Users. John B. Horrigan. 2007 [<http://www.pewinternet.org/>].
- [Pr01] Prensky, Marc: Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, December 2001). Elektronisch verfügbar unter [<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>]
- [Sc06] Schulmeister, Rolf: eLearning: Einsichten und Aussichten. Oldenbourg: München 2006.
- [Sc07] Schulmeister, Rolf: Der »Student Lifecycle« als Organisationsprinzip für E-Learning. In: R. Keil/M. Kerres/R. Schulmeister (Hrsg.): eUniversity — Update Bologna. Waxmann: Münster 2007, S. 45-77.
- [Se05] SevenOne Media/forsa: TimeBudget 12: 1999 - 2005.
- [Stü04] Süß, Daniel: Mediensozialisation von Heranwachsenden. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2004.
- [Ta97] Tapscott, Don: Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation. McGraw-Hill: New York 1997. Deutsch unter dem Titel Net kids: die digitale Generation erobert Wirtschaft und Gesellschaft. Gabler: Wiesbaden 1998 [<http://www.growingupdigital.com/index.html>]. Deutsche Ausgabe: Net Kids. Die digitale Generation erobert Wirtschaft und Gesellschaft. Gabler: Wiesbaden 1998.
- [Tr07] Treumann, Klaus Peter/Meister, Dorothee M./Sander, Uwe u.a.: Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden 2007.
- [Tu04] Tully, Claus J.: Alltagslernen in technisierten Welten: Kompetenzerwerb durch Computer, Internet und Handy. In: P. Wahler, C.J. Tully, C. Preiß: Jugendliche in neuen Lernwelten. Selbstorganisierte Bildung jenseits institutionalisierter Qualifizierung. (=Schriften des Deutschen Jugendinstituts) VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2004, S. 153-187.
- [UCL08] University College London: information behaviour of the researcher of the future. A CIBER briefing paper. 11.01.2008.
- [UK04] UK Children Go Online/Ofcom: Surveying the experiences of young people and their parents. Authors: Sonia Livingstone, Magdalena Bober, Department of Media and Communications, The London School of Economics and Political Science 2004 [www.children-go-online.net].
- [UK04b] UK Children Go Online: Active participation or just more information? Young people's take up of opportunities to act and interact on the internet. Authors: Sonia Livingstone, Magdalena Bober, Ellen Helsper. Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science 2004 [<http://www.children-go-online.net>].

- [UK05] UK Children Go Online: Inequalities and the Digital Divide in Children and Young People's Internet Use. Authors: Sonia Livingstone, Magdalena Bober, Ellen Helsper. Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science 2005 [<http://www.children-go-online.net>].
- [UO05] UK Children Go Online/Ofcom: Internet literacy among children and young people. Findings from the UK Children Go Online project. Authors: Sonia Livingstone, Magdalena Bober, Department of Media and Communications, The London School of Economics and Political Science 2005 [www.children-go-online.net].
- [Wa04] Wahler, Peter: Sport — mit Bewegung lernen. In: P. Wahler, C.J. Tully, C. Preiß: Jugendliche in neuen Lernwelten. Selbstorganisierte Bildung jenseits institutionalisierter Qualifizierung. (=Schriften des Deutschen Jugendinstituts) VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2004, S. 113-129.
- [We02] Weigel, Sigrid: Generation, Genealogie, Geschlecht. Zur Geschichte des Generationskonzepts und seiner wissenschaftlichen Konzeptualisierung seit Ende des 18. Jahrhunderts, in: Lutz Musner, Gotthard Wunberg (Hrsg.), Kulturwissenschaften. Forschung – Praxis – Positionen, Wien 2002, S. 161-190.
- [Wei05] Weisbrod, Bernd: Generation und Generationalität in der Neueren Geschichte. In: APuZ – Aus Politik und Zeitgeschichte 8 (2005) S. 3-9.