

Thomas Wolff

PÄDAGOGIK

Was Schüler im Internet tun

... und Lehrer darüber wissen sollten



Leseprobe aus: Wolff, Was Schüler im Internet tun, ISBN 978-3-407-29210-0

© 2011 Beltz Verlag, Weinheim Basel

<http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-407-29210-0>

1. Das Internet nutzen

1.1 Das Internet: Wie? Wann? Wo?

Ob im Café, auf dem Rücksitz im Auto oder in der Schule: Immer mehr Schüler sind online. War die Internetnutzung früher stark an einen Ort gebunden, wie etwa Internetcafés oder öffentliche Computerräume, so drängt das *World Wide Web* in zunehmend alle Bereiche des Lebens. Das beginnt morgens beim Warten auf den Bus, wenn schnell neue E-Mails und Nachrichten abgerufen werden, und endet im Bett, wenn das letzte Mal vor dem Einschlafen die Mails gecheckt werden. Und längst sind nicht mehr nur hochrangige Manager von der ständigen Erreichbarkeit betroffen, sondern bereits Kinder.

Während Erwachsene sich noch vage an die Zeiten vor dem ersten Internetanschluss erinnern können, ist es für heutige Schulkinder ein Zustand, den sie nicht anders kennen und als gegeben hinnehmen. Diese Entwicklung ist stark an die Entwicklungen der Technologiebranche geknüpft. Mit immer neuen Innovationen (z. B. Handy, Netbook, Notebook, Tablet-PC) wird der Versuch unternommen, alle Generationen zu vernetzen. Doch wie funktioniert das?

Zunächst einmal muss ein internetfähiges Gerät zur Verfügung stehen. Dies waren zu Beginn große und schwere Gehäuse-PCs mit schlechter Grafikkarte. Heutzutage gehören diese Computer eher ins Technikmuseum und werden von tragbaren Computern aus dem heimischen Wohn- und Arbeitszimmer verdrängt. Personal Computer und Laptops sind aber längst nicht mehr die einzigen Geräte, mit denen man sich in das Internet einwählen kann. Auch Handys besitzen seit geraumer Zeit Browser und E-Mail-Programme. Mit Einführung der ersten Tablet-PCs gibt es ein weiteres Gerät, das sich durchsetzen könnte. Tablet-PCs sind tragbare Computer in Notizblockgröße, die aufgrund ihres geringen Gewichts und der handgerechten Größe mit nur einer Hand bedient werden können. Hierbei wird unterschieden zwischen Tablet-PCs, die mit einem Stift bedient werden, wie etwa PDAs, und jenen Tablet-Computern, die wie das *iPad* mit einem Touchscreen, einem Sensorbildschirm, ausgestattet sind. Tablet-PCs dienen eher der persönlichen Aufgaben-, Adress- und Terminverwaltung, wohingegen Tablet-Computer eine neuartige Gerätekategorie darstellen und vorrangig der Mediennutzung dienen sollen.

Doch ein internetfähiges Gerät allein reicht freilich nicht aus. Man benötigt auch einen Internetanschluss, der kostenpflichtig von Telekommunikationsdienstleistern angeboten wird. Der Internetzugang bezeichnet im Allgemeinen die Verbindung eines internetfähigen Gerätes mit dem Internet. Dabei wird zwischen Breitband-, Schmalband- und mobilen Verbindungen unterschieden. Die Breitband-Datenüber-

tragung bezeichnet die Verbindung über einen DSL- oder Kabelanschluss mit relativ hoher Datenübertragungsrate und daher größerer Geschwindigkeit. Dies äußert sich beispielsweise im schnelleren Laden einer Webseite. Im Gegensatz dazu dauert dies bei herkömmlichen Schmalband-Zugängen per Modem oder ISDN relativ lang. Mobile Verbindungen über UMTS oder GPRS ermöglichen den Zugriff auf das Internet von unterwegs.

1.2 Fakten zur Internetnutzung

Im Frühjahr 2010 waren über 50 Millionen Deutschen wenigstens gelegentlich online (ARD/ZDF-Online-Studie 2010). 76 Prozent der Onliner surfen sogar täglich im Netz. Damit wird klar: Das Internet gehört für die meisten bereits zum Alltag und wird gewohnheitsmäßig eingesetzt (ARD/ZDF-Online-Studie 2010). Doch trifft das auch auf Kinder und Jugendliche zu? Spielen sie nun im Internet statt auf dem Hof? Und haben sie nun viele *Facebook*-Freunde, aber kennen die Nachbarskinder nicht einmal vom Sehen?

Die Verfügbarkeit des Internets hat auch in Haushalten, in denen Kinder aufwachsen, kontinuierlich zugenommen. 2008 war in 85 Prozent der Familien ein Internetzugang vorhanden. Und obwohl sich die Entgelte deutlich reduziert haben, ist es immer noch eine Frage des sozioökonomischen Status, ob ein Internetzugang zu Hause vorhanden ist.

2008 nutzten schon 59 Prozent der Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren das Internet – wenn auch teilweise nur selten (KIM-Studie 2008). Bei den Online-Nutzern ab 14 Jahren waren es insgesamt 65,8 Prozent – eine vergleichsweise geringe Prozentzahl (ARD/ZDF-Online-Studie 2010). Was also machen Kinder zwischen sechs und 13 Jahren im *World Wide Web*? Auf welchen Seiten surfen sie? In dieser Altersgruppe stehen Suchabfragen in Suchmaschinen an oberster Stelle, gefolgt von der schulischen oder privaten Recherche sowie dem Umgang mit speziellen Kinderangeboten. Auch Online-Spiele, Drauflossurfen und die Nutzung von Angeboten für Erwachsene sowie Chatten und Musikhören über das Internet stehen bei den Sechs- bis 13-Jährigen hoch im Kurs (KIM-Studie 2008).

1.3 Motive der Internetnutzung

Die Motive der Internetnutzung sind zahlreich. Oftmals ist den Nutzern gar nicht bewusst, wie vielfältig sie das Medium inzwischen nutzen. So dient es als Kommunikationsinstrument, um mit Freunden und Bekannten in Kontakt zu treten, neue Freunde zu finden und sich mit diesen über verschiedene Kanäle (wie Chat oder E-Mail) auszutauschen. Anders als bei Jugendlichen ab 14 Jahren spielen die kommunikativen Aspekte bei der Internetnutzung von Kindern jedoch eine eher untergeordnete Rolle (KIM-Studie 2008). Hintergrund ist die Überlegung, dass sich das Internetnutzungs-

verhalten mit dem Alter ändert. Mit zunehmendem Alter steigt die Bedeutung von Kommunikationsaspekten wie E-Mailing, Chat und Instant Messaging (KIM-Studie 2008).

Alle Altersgruppen nutzen das Internet jedoch zur Informationssuche, aber auch zur Unterhaltung. Es hilft bei der Entspannung und beim Abschalten vom Alltag bei gleichzeitigem Eintauchen in andere Welten. Hier sind vor allem Online-Spiele oder das »Draufflossurfen« zu nennen. Dabei kann Neugier befriedigt, es können aber auch unbekannte Dinge entdeckt werden. Kinder und Jugendliche nutzen das Internet aber auch zunehmend als Plattform für ihre Selbstdarstellung. So sind sie vor allem in sozialen Netzwerken und Videoportalen aktiv und veröffentlichen Beiträge, Fotos und Videos. In diesen Online-Gemeinschaften erleben sie auch ein starkes Zugehörigkeitsgefühl (Medienkonvergenz Monitoring Soziale Online-Netzwerke-Report 2010). Zudem nutzen Kinder und Jugendliche das Internet mittlerweile auch als Einkaufsmöglichkeit und nehmen es als Flohmarkt wahr.

Grundsätzlich ist mithilfe des Mediums »Internet« jedwede Information für jeden, der über einen Internetzugang verfügt, abrufbar. Wissen kann unkompliziert und nahezu in Echtzeit bereitgestellt, verteilt und aufgenommen werden. Die Inhalte sind ständig und sehr schnell aktualisierbar. Das Informationsangebot des Internets kann, beispielsweise für Bildungszwecke, Archive, Bibliotheken oder Materialsammlungen vollständig aufnehmen, aber auch nach den Interessen einzelner Bürger selektieren. Die Internetnutzer können sich in Eigeninitiative interaktiv und zielgerichtet informieren und sind nicht als passive Fernsehzuschauer oder Zeitungsleser ohne Einfluss auf die Informationsauswahl. Zugleich steigt die Informationsvielfalt, weil unzählige Quellen (etwa Websites von Zeitungen, Fernsehanstalten, Nachrichtenagenturen) mit geringem Aufwand und minimaler Zeitverzögerung abrufbar sind. Im Kostenvergleich mit Fernsehgeräten und dem Anschluss von Kabel- und/oder Satellitenanlagen sowie sogar mit mehreren Tageszeitungsabonnements und Büchern soll es in Zukunft günstiger sein, sich über das Internet zu informieren und weiterzubilden.

Dabei gilt es, das abrufbare Wissen zu selektieren. Verstärkte Informationsangebote führen nicht notwendigerweise zu vermehrtem (politischem) Wissen und Verstehen. Orientierungs- und Entscheidungsfähigkeit steigen nicht linear zur Wissensquantität. Internetnutzer sind nach dem bisherigen Erkenntnisstand folglich damit überfordert, relevante Informationen, die für das soziale Urteilsvermögen benötigt werden, von unwichtigem Wissen zu trennen. Auch vermögen nicht medienkompetente Nutzer nicht, den Seriositätsgehalt von Internetquellen zu bewerten. Durch technische Abläufe wird eine Scheinobjektivität suggeriert, die Kritikfähigkeit reduziert. Zudem gibt es Thesen über eine gleichsam natürliche (sozialpsychologische) Passivität des Publikums, welche eine Nutzung der Interaktivität des Internets in der politischen Kommunikation reduziert.

Internetkompetenz ist gesellschaftlich wichtig, da ohne sie zukünftig die Spaltung in eine Klassengesellschaft von »Usern« und »Losern« droht: diejenigen, die mit dem Medien umgehen können – und andere, die zu manipulierbaren Nutzern werden.