

# Übersicht über die meist genutzten Medien

## Charakteristik der unter Jugendlichen beliebten Angebote, Dienste, Kanäle, Plattformen, Netzwerke.

Wir haben fünf Beschreibungen herangezogen, die von fachlich ausgewiesenen Autor:innen erstellt und von professionellen Redaktionen publiziert wurden (Quelle 1 am Ende des Dokuments). Diese Vorschläge haben wir mit Erhebungen (Befragungen) über die unter Jugendlichen meist genutzten Medien verglichen (Quelle 2). Die Auswertung führte uns zu folgender Einteilung in vier Interaktionstypen mit ihren jeweiligen Medienangeboten:

Typ (Funktion)	Angebote (Medien)
<b>Messenger-Dienste</b> <b>(auch: Instant-Messaging-Dienste):</b> für Echtzeit-Kommunikation mit anderen Personen und in/für Gruppen (wie: follower)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• WhatsApp</li> <li>• Telegram</li> <li>• Snapchat</li> <li>• Twitter</li> </ul>
<b>Social Media Plattformen</b> für die Präsentation von Inhalten (Posts) und Kommunikation über diese Inhalte (teilen, liken, kommentieren, erweitern)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> <li>• Instagram</li> <li>• Pinterest</li> <li>• Erweitertes Twitter</li> </ul>
<b>Videoportale bzw. Videoplattformen</b> für die Präsentation von Bildern, insb. von Videos und die Kommentierung über das Gezeigte (teilen, liken, kommentieren)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TikTok</li> <li>• YouTube</li> <li>• Twitch</li> <li>• Zoom (Video-Messenger-Dienst)</li> </ul>
<b>Kollaborative Wissens-Datenbanken</b> dienen der Generierung und Bereitstellung von strukturiertem Wissen (wie: Enzyklopädie)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wikipedia und Wikis</li> <li>• E-Collaboration</li> </ul>

Im ersten Kapitel werden die 12 Plattform- und Kommunikationsmedien vorgestellt, die von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in den Jahren 2020 und 2021 am häufigsten genannt wurden bzw. *am beliebtesten* sind. Sie stehen im Mittelpunkt dieses Kurses. Ihre Charakteristiken (Funktionen) haben wir in folgenden Kurztextrn zusammengefasst (die Texte entsprechen den Kacheln im Abschnitt 1.2), hier in alphabetischer Reihenfolge:

**Facebook** ist ein soziales Netzwerk („sozial“ bedeutet hier: „gemeinschaftlich“) im Besitz des Konzerns *Meta Platforms Inc.* (Sitz: Menlo Park, Kalifornien). Jeder Teilnehmer registriert sich mit seiner Email-Adresse und erhält eine Profilseite. Auf dieser kann er mit Daten, Bildern und Videos sein „Profil“ erstellen. Die Profile werden über Freundschaftsanfragen oder Abonnements vernetzt. Jeder kann bis 5.000 Freunde generieren. Man kann Mitteilungen senden, die entweder nur für den Empfänger oder für alle seine Freunde sichtbar sind. Das Nutzungsverhalten wird vom Mutterkonzern Meta ausgespäht und ausgewertet.

**Instagram** ist ein Soziales Netzwerk („sozial“ bedeutet hier „gemeinschaftlich“). Es gehört wie Facebook und Whatsapp zum Unternehmen *Meta Platforms Inc.* mit Sitz in Menlo Park, Kalifornien. Instagram bietet (ähnlich wie Facebook) eine Chatfunktion. Zudem wird es für das Hochladen, Weitergeben (Sharing) und Bewerten von Videos und Fotos genutzt. Vor allem Prominente und Influencer benutzen Instagram für ihre persönliche Präsentation (Performance). Viele User bemühen sich um eine attraktive Selbstdarstellung, um viele Follower und „Herzchen“ zu bekommen. Der Eigentümer Meta registriert und analysiert das Nutzungsverhalten der User.

**YouTube** ist ein werbefinanziertes Videoportal, das dem US-amerikanischen Internet-Konzern *Google LLC* gehört (Tochter des Konzerns *Alphabet Inc.*). Man kann kostenfrei Videoclips anschauen, bewerten und kommentieren wie auch eigene Videos hochladen und freigeben. Zahllose Video-Blogger nutzen YouTube für ihre Botschaften (einer der bekanntesten: Rezo). Neben Unterhaltungsangeboten (Filme, Sketche, Musikvideos) bietet YouTube auch Erklär- und Lernvideos aus Bildung, Wissenschaft und Kunst. Zudem wird YouTube von vielen Medienanbietern (analog zur Mediathek) für die Zweitverwertung genutzt.

**Pinterest** ist eine Online-Pinnwand der *Pinterest Inc.* mit Sitz in San Francisco, Kalifornien. Nutzer:innen können Profilseiten in Form von Pinnwänden erstellen. Die Inhalte (Bilder und Videos) können von anderen Nutzer:innen übernommen („repinnen“) und kommentiert werden. Pinterest verfügt über eine visuelle Suchfunktion, die stilistisch und thematisch passende Bilder finden kann. Auch über die Live-Ansicht der Smartphone-Kamera kann gesucht werden. Den größten Teil der Inhalte machen Mode, Einrichtungs- und Rezeptideen aus. Wie Facebook und Instagram, speichert Pinterest alle Nutzerdaten und alle Aktionen, die Nutzer:innen auf der Plattform durchführen.

**Snapchat** ist ein Messenger-Dienst zum Versenden von Fotos und Videos; er gehört dem Unternehmen *Snap. Inc.* (Sitz: Venice, Kalifornien). Teilnehmer erstellen darauf einen oder mehrere Kanäle und folgen den Kanälen anderer. Dort teilen sie Fotos und Videos. Das Besondere: Die Inhalte löschen sich nach wenigen Sekunden selbst. Bekannt ist Snapchat für seine große Auswahl an Filtern, mit denen die Bilder bearbeitet werden können. Die Möglichkeit zum Kommentieren, Teilen oder Liken besteht nicht. Die User:innen willigen bei der Registrierung in die Nutzung ihrer Inhalte durch Snap Inc. zu allen Zwecken ein.

**Telegram** ist ein Messenger-Dienst (Alternative zu WhatsApp). Er wurde von zwei russischen Brüdern entwickelt; als Standort wird derzeit Dubai angegeben. Seine Funktionsweise ähnelt der von WhatsApp – mit diesen Unterschieden: Er verschlüsselt nur auf Verlangen („geheimer Chat“) und bietet dem Nutzer die Möglichkeit, statt der (bei WhatsApp vorgeschriebenen) Telefonnummer ein Pseudonym anzugeben. Deshalb wird der Dienst von Usern genutzt, die anonym bleiben wollen, zum Beispiel Rechercheure, aber auch von dubiosen oder kriminellen Geschäftemachern.

**TikTok** ist ein Audio- und Videoportal, das für die vertikale Smartphone-Nutzung optimiert ist. Es wird vom chinesischen Unternehmen *ByteDance* betrieben. Mit der TikTok-App können Benutzer Musikclips ansehen. Wer selbst eines hochladen will, muss angemeldet sein. Dann kann er mit seiner Handy-Kamera einen Clip aufnehmen, mit Spezialeffekten versehen, eine Musik dazu wählen und auf die Plattform stellen. Das Besondere: Die TikTok-Algorithmen errechnen das Nutzungsmuster der User und legen automatisch fest, welche Videos auf der „Für dich“-Seite gezeigt werden. Vermutlich werden Nutzerdaten in China gespeichert und ausgewertet.

**Twitch** ist ein Videoportal im Besitz der *Amazon.com Inc.*, mit Sitz in Seattle im US-Bundesstaat Washington. Es wird hauptsächlich zum Streamen von Videospielen verwendet (Lets-Play-Videos). Die Nutzer:innen erstellen dazu einen Kanal und können beliebige Spiele live übertragen und kommentieren. Das Besondere: Über Twitch lassen sich auch Streams von Spielekonsolen (wie Xbox, Nintendo, Playstation etc.) übertragen. Twitch bietet außerdem eine Chatfunktion. Populäre internationale E-Sports-Turniere werden auf Twitch übertragen. Manche Profile erreichen Tausende von Zuschauern mit ihren Streams. Twitch speichert Nutzerdaten, ohne anzugeben, wie lange diese gespeichert und zu welchen Zwecken sie verwendet werden.

**Twitter** ist ein Mikroblogging-Dienst der *Twitter Inc.* mit Sitz in San Francisco. Angemeldete Nutzer können Mitteilungen oder Kommentare verbreiten, sogenannte „Tweets“ (*to tweet* „zwitschern“). Sie sind auf maximal 280 Zeichen begrenzt. Meist behandeln Tweets persönliche Eindrücke („offenes Tagebuch“) oder aktuelles Geschehen. Wer die Tweets einer bestimmten Person zugesandt haben will, trägt sich als deren „Follower“ ein. Viele Prominente erreichen zigtausende Follower. Twitter-Benutzer können auch als Gruppe untereinander tweeten. Twitter finanziert sich über Werbung, den Verkauf von Nutzerdaten und kostenpflichtige Premium-Accounts.

**Whatsapp** ist ein Messenger-Dienst, der vom Medienkonzern *Meta Platforms Inc.* mit Sitz in Menlo Park, Kalifornien, betrieben wird. Er eignet sich für den Austausch von Mitteilungen (auch Gifs, Bilder, Audios und Kurzvideos) zwischen Personen und Gruppen. Er verwendet die Telefonnummern der Teilnehmer und kann auch als Internettelefon genutzt werden (Ende-zu-Ende-Verschlüsselung). Seine Stärke: Der Absender kann erkennen, ob seine Mitteilung vom Empfänger geöffnet und angeschaut wurde. Sein Problem: Das Nutzungsverhalten der User wird vom Mutterkonzern *Meta* (Facebook, Instagram) ausgespäht und ausgewertet.

**Wiki** nennt man eine Sammlung von Informationen und Beiträgen im Internet zu einem bestimmten Thema, die von den Nutzern selbst bearbeitet werden können. Das bekannteste Wiki ist **Wikipedia** – ein im Jahr 2001 gegründetes gemeinnütziges Projekt, heute eine Stiftung mit Sitz in San Francisco. Sein Ziel war es „eine [frei lizenzierte](#) und hochwertige Enzyklopädie zu schaffen und damit lexikalisches Wissen zu verbreiten“. Es wird über Fördermittel finanziert, seine Nutzung ist kostenlos. Inzwischen gibt es mehr als 2,6 Millionen Artikel in deutscher Sprache (Stand: Mai 2022). Zu Stärken und Schwächen von Wikipedia: Abschnitt 1.2, Button „Hintergrund“.

**Zoom** ist ein Videokonferenzdienst der *Zoom Video Communications Inc.* mit Sitz im kalifornischen San José. Dieser Dienst bietet eine Chatfunktion, kollaborative Whiteboards und die Möglichkeit, den Bildschirm zu teilen. Die Teilnahme an Gesprächen ist ohne Anmeldung und ohne Software über den Browser möglich. Um Gespräche zu hosten und erweiterte Funktionen freizuschalten, ist ein Account erforderlich. Zoom-Meetings können auf andere Social Media Plattformen (wie Facebook) gestreamt werden. Im Laufe der Corona-Pandemie stieg die weltweite Nutzung von Zoom rasant an. Zoom kann Profildaten, Kontakte und Kalendereinträge der Nutzer speichern. Mehr hierzu im Abschnitt 1.2, Button „Hintergrund“.

→ **Detaillierte Informationen über Gründung, Entstehungsgeschichte, Technologien, Geschäftsmodell und Nutzungsmuster der einzelnen Medien sind bei *Wikipedia* unter dem Namen des betreffenden Mediums abrufbar.**

## Quellen (1): Die ausgewerteten Beschreibungen und Definitionstexte:

<sup>1</sup> Die Umschreibung „Soziale Medien“, den verschiedene Verfasser auf der Wikipedia-Plattform erstellt haben ([https://de.wikipedia.org/wiki/Soziale\\_Medien](https://de.wikipedia.org/wiki/Soziale_Medien)); die Umschreibung „Social Media“, den die Online-Plattform „online marketing.de“ erstellt hat (<https://onlinemarketing.de/lexikon/definition-social-media>); der Artikel „Social Media“, den die „social media academie“ publiziert hat (<https://www.socialmediaakademie.de/social-media/>); der Definitionstext „Social Media“, den die private „Freie Journalistenschule (FJS)“ ins Netz gestellt hat (<https://studium-social-media.de/>); Der Definitionstext „Soziale Medien“, den die Lexikonredaktion von Gabler erarbeitet hat (<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/soziale-medien-52673>).

## Quellen (2): Die berücksichtigten Erhebungen zur Nutzung der Sozialen Medien:

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2021 ([ARD ZDF Onlinestudie 2021 Publikationscharts final.pdf](#)); Medienpädagogischer Forschungsdienst: JIM-Studie 2021 ([https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie\\_2021\\_barrierefrei.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf)) und Reuters Institute: Digital News Report 2022 (<https://leibniz-hbi.de/de/publikationen/reuters-institute-digital-news-report-2022-ergebnisse-fuer-deutschland>).

Stand: 15. Juli 2022 / MH