



Ulrike Wagner, Niels Brügger, Peter Gerlicher,  
Mareike Schemmerling, Christa Gebel



Zusammenfassung der Teilstudie

## Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten

im Rahmen der Untersuchung „Das Internet als Rezeptions- und  
Präsentationsplattform für Jugendliche“ im Auftrag der Bayerischen  
Landeszentrale für neue Medien (BLM)

München, im Februar 2013

Eine ausführliche Darstellung aller Ergebnisse der Teilstudie  
findet sich in der folgenden Veröffentlichung:

Wagner, Ulrike; Brügger, Niels (Hg.) (2013):  
Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn  
und Anpassung im Social Web.  
Baden-Baden: Nomos (BLM-Schriftenreihe Band 101).

Weitere Materialien zur Teilstudie sind online verfügbar unter  
[www.jff.de/studie\\_identitaet](http://www.jff.de/studie_identitaet)

Medien und ihre Inhalte übernehmen in der Identitätsarbeit von Kindern und Jugendlichen wichtige Funktionen. Insbesondere zur Relevanz massenmedialer Inhalte für die Auseinandersetzung mit der eigenen Identität liegt eine Vielzahl an wissenschaftlichen Erkenntnissen vor. Diese zeigen gleichermaßen Potenziale wie auch beeinträchtigende Einflüsse durch mediale Inhalte im Zuge der Entwicklung eines bewussten Verhältnisses zu sich und der Welt. Soziale Netzwerkdienste bieten den Heranwachsenden dabei nicht nur inhaltliche Orientierungshilfen sondern auch Strukturen für den Austausch mit anderen und sie eröffnen neue Möglichkeiten zur Präsentation des Selbst, beispielsweise über die Gestaltung und Veröffentlichung eigener Werke. Im Hinblick auf diese veränderten Rahmenbedingungen im Medienhandeln gilt es zu untersuchen, wie Jugendliche sich diese neuen Medienwelten aneignen und inwiefern sich in der Folge auch die Bedeutung medialer Angebotsstrukturen und der darin verhandelten Inhalte für die Identitätsarbeit verändert.

## 1 Ziel und Anlage der Studie

Die vorliegende Teilstudie „Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten“<sup>1</sup> stellt die Identitätsarbeit von Heranwachsenden zwischen 13 und 17 Jahren in Sozialen Netzwerkdiensten in den Mittelpunkt. Vor dem Hintergrund einer Verzahnung von Rezeption und Interaktionsmöglichkeiten in Sozialen Netzwerkdiensten wird untersucht, wie Heranwachsende unter den aktuellen Bedingungen Medienhandeln und Identitätsarbeit miteinander verknüpfen. Dabei geht die Studie davon aus, dass die Relevanz des Medienhandelns für die Identitätsarbeit von Jugendlichen in Sozialen Netzwerkdiensten auf unterschiedliche Weise erkennbar werden kann. Hinweise finden sich:

- in den **thematischen Ausrichtungen des Medienhandelns**, z. B. inwiefern im Medienhandeln von den Jugendlichen Interessen verfolgt oder in der Analyse Bezüge zu altersspezifischen Entwicklungsthemen erkennbar werden,
- im **Handlungsrepertoire** der Jugendlichen und insbesondere darin, wie sie den Sozialen Netzwerkdienst in ihr alltägliches Handeln integrieren
- sowie in ihrem **sozialraumbezogenen Medienhandeln**, also der Art und Weise, wie Jugendliche sozialräumliche Bezüge im Medienhandeln herstellen.

Dieser Ansatz trägt der Tatsache Rechnung, dass sich die Aneignung gesellschaftlicher Realität heute einerseits über Medien und deren Inhalte, andererseits aber auch über die Interaktion in mediatisierten Sozialräumen vollzieht.

Die empirische Grundlage der Teilstudie bilden zum einen 16 Einzelfallstudien mit Jugendlichen im Alter zwischen 13 und 17 Jahren.<sup>2</sup> Fokusplattform in den computergestützten, leitfadenbasierten Interviews war der Soziale Netzwerkdienst *facebook*, der während der Interviews ausgehend von den Accounts der Befragten besprochen wurde.

Zum anderen wurde über einen Zeitraum von sechs Wochen hinweg mit elf Schülerinnen und -schülern zwischen 13 und 16 Jahren<sup>3</sup> eine Forschungswerkstatt durchgeführt, die sowohl Methoden der themenzentrierten, aktiven Medienarbeit sowie thematisch fokussierte Befragungs- und Reflexionseinheiten umfasste.

---

<sup>1</sup> Die vorliegende Studie ist die vierte Teilstudie im Rahmen der Untersuchung „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“ im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM).

<sup>2</sup> Es wurden acht Jungen und acht Mädchen befragt. Darunter waren jeweils acht Jugendliche mit formal niedrigerem Bildungshintergrund (Hauptschule) und acht Jugendliche mit formal höherem Bildungshintergrund (Realschule oder Gymnasium).

<sup>3</sup> Es handelte sich um sechs Mädchen und fünf Jungen einer Realschule.

Die zentralen Fragestellungen der Teilstudie waren folgende:

- Wie gehen Jugendliche mit den Medienhandlungsmöglichkeiten in Sozialen Netzwerkdiensten um?
- Wie gestaltet sich das Zusammenspiel von Online-Medienhandeln mit Facetten der Identitätsarbeit?
- Welche Rolle spielen mediale Rahmenbedingungen für das identitätsrelevante Medienhandeln?
- Welche Herausforderungen stellen sich den Jugendlichen für ihre Identitätsarbeit in mediatisierten Sozialräumen?

## 2 Kurzfassung der Ergebnisse

In der Zusammenschau der Einzelfallstudien zeigt sich, dass die befragten Jugendlichen unterschiedliche Akzente im Medienhandeln setzen und dass der Soziale Netzwerkdienst *facebook* in unterschiedlicher Weise für die Identitätsarbeit der Heranwachsenden relevant ist.

### **Individuell wahrgenommene Nutzungsmöglichkeiten je nach Interessen und Motivlagen bestimmen die Handlungsrepertoires der Befragten**

Differenzierte Einblicke, wie Jugendliche im Medienhandeln in *facebook*<sup>4</sup> Facetten ihrer Identitätsarbeit gestalten, bieten ihre *facebook*-bezogenen Handlungsrepertoires. Diese sind, unabhängig von Geschlecht und Bildungshintergrund, verschieden umfangreich. D. h. die Schülerinnen und Schüler nehmen Handlungsmöglichkeiten in *facebook* unterschiedlich für sich in Gebrauch und priorisieren einzelne Nutzungsoptionen nach individuellen Interessen.

Auffällig ist die große Bedeutung, die alle befragten Jugendlichen der interpersonalen Kommunikation mit den Peers beimessen. Hier werden Unterhaltungen mit den Freundinnen und Freunden geführt und auch vielerlei alltagsorganisatorische Absprachen getroffen. Meist nutzen die Heranwachsenden hierfür den Chat, oftmals werden auch eigens *facebook*-Gruppen gegründet. Thematisch geht es dabei vor allem um Planungen im Freundeskreis, Belange, die mit der Schule zu tun haben, und im Verein organisierte oder lose sportliche Aktivitäten, z. B. Informationsaustausch zum Fußballtraining. *facebook* dient in diesen Fällen also dazu, Aktivitäten, die offline stattfinden, online zu koordinieren. Die Interessen der Jugendlichen ziehen sich als erkennbare Orientierungslinien durch das Medienhandeln in *facebook* und sind auf unterschiedliche Art und Weise zu erkennen: in eigenen Artikulationen<sup>5</sup>, in den Angaben im Info-Bereich ihrer *facebook*-Profilseite und über abonnierte Fanpages oder in der Interaktion mit anderen.

### **Die thematische Ausrichtung der Selbstdarstellungen der Jugendlichen steht in einem engen Bezug zu ihrem Selbstbild und lebensweltlich bedingten Bewältigungsaufgaben**

Was die Jugendlichen online machen, wie sie sich anderen zeigen und wie sie mit anderen interagieren, soll aus Sicht der Jugendlichen authentisch sein. Überwiegend wollen die Jugendlichen sich anderen so zeigen, wie sie wirklich sind und nehmen hierfür die unterschiedlichen medialen Ausdrucks- und Interaktionsmöglichkeiten in Gebrauch. Die Ergebnisse verdeutlichen, wie sich Identitätsarbeit als Bewältigung von lebensweltlich und/oder biografisch bedingten Herausforderungen in *facebook* darstellen kann und wie dabei thematische Interessen, persönliche Eigenschaften und insbesondere auch der Selbstbezug im Medienhandeln zusammenwirken.

---

<sup>4</sup>„In“ *facebook* verwenden wir in Anlehnung an den Sprachgebrauch der befragten Jugendlichen.

<sup>5</sup>Mediale Artikulationen können z. B. in *facebook* veröffentlichte Bilder, Videos, aber auch schriftliche Statusupdates sein.

## **Die Identitätsarbeit der Jugendlichen ist eng mit konvergierenden Angeboten und Inhalten im Social Web verknüpft**

Massenmediale Inhalte und ihre Spuren finden sich im Medienhandeln der Befragten auf unterschiedliche Weise. Sie werden mit eigenen Inhalten und denen anderer Nutzender verwoben. In den Profilen der Mädchen und Jungen erscheinen nutzergenerierte Inhalte aus dem Kontakte-Kreis ebenso wie massenmediale oder werbende Beiträge. Oftmals lässt sich nicht zweifelsfrei klären, woher die Inhalte stammen und wer für deren Veröffentlichung verantwortlich ist. Massenmediale Bezüge in den Selbstdarstellungen, das Austauschen über massenmediale Quellen sowie die vielfältigen Verweisstrukturen zwischen den Social Web-Angeboten nehmen vor diesem Hintergrund eine wichtige Rolle im Medienhandeln der Jugendlichen ein. Fast alle Jugendlichen identifizieren sich mit bestimmten massenmedialen Inhalten bzw. Inhalten, die sie vornehmlich über Massenmedien rezipieren, und demonstrieren dies auch in ihrer Profilgestaltung. Hierzu werden z. B. Clips auf der Videoplattform YouTube ausgesucht, um sie in *facebook* zu streuen. Posts mit massenmedialen Bezügen geben Jugendlichen zugleich Aufschluss darüber, was andere gerade gut finden und dienen zur Orientierung wie auch der Zuordnung und Abgrenzung. Herausforderungen und Probleme erwachsen für Jugendliche dabei aus den Veröffentlichungs- und Verweisstrukturen, bei denen Interessen der Jugendlichen z. B. ausgenutzt werden, um (auch ungeeignete) Inhalte zu verbreiten sowie im eigenen Handeln, wenn Rechtsverstöße in Medienhandlungsweisen eingebettet sind.

## **Sozialraumbezogenes Medienhandeln steht in enger Verbindung mit der Identitätsarbeit Jugendlicher**

Im Zuge der Aneignung von mediatisierten Sozialräumen eignen sich Jugendliche auch soziale und gesellschaftliche Verhältnisse an und positionieren sich in der Welt. So steht auch sozialraumbezogenes Medienhandeln in enger Verbindung mit der Identitätsarbeit von Jugendlichen. Die unter diesem Fokus bei den Jugendlichen identifizierten Medienhandlungsformen werden als Modi sozialraumbezogenen Medienhandelns bezeichnet. Im Medienhandeln der befragten Jugendlichen finden sich zum einen Modi der ‚Abbildung‘ sozialräumlicher Bezüge, bei denen es darum geht, wie (bewusst) die Jugendlichen sozialräumliche Bezüge in *facebook* herstellen. Zum anderen finden sich Modi der ‚Skalierung‘ sozialräumlicher Bezüge, bei denen es darum geht, die Größe der Sozialräume zu variieren (Größenänderung). Mit diesen Modi sind auch jeweils spezifische Herausforderungen für die Jugendlichen verbunden.

Übergreifend zeigt sich bei der ‚Abbildung‘ sozialräumlicher Bezüge, dass die befragten Jugendlichen in *facebook* diese Bezüge aufrechterhalten (wollen) und auf unterschiedliche Weise mit den gegebenen Plattformbedingungen umgehen.

- *Bei den meisten Jugendlichen finden sich Überlappungen mediatisierter Sozialräume*  
Der Modus der (nicht intendierten) ‚Überlappung‘ ist im Medienhandeln der meisten Jugendlichen zu erkennen. Diese Jugendlichen haben über ihr *facebook*-Profil Kontakt zu Personen aus unterschiedlichen sozialräumlichen Bezügen, z. B. zu Schulfreundinnen und -freunden, Familienangehörigen und Bekannten aus ihrer Freizeit. Sie schränken die Sichtbarkeit ihrer Profilinehalte jedoch nicht so ein, dass diese auf die jeweiligen Kontexte begrenzt bleiben. Damit werden relativ ungeplant Inhalte und Lebensaspekte aus verschiedenen Lebensbereichen für andere sichtbar und es kommt – im Zuge der medialen Durchdringung immer weiterer Lebensbereiche – zu einer Konvergenz von Sozialräumen.
- *Verwebung findet nur in Ansätzen und mit konkreten inhaltlichen Bezugspunkten statt*  
Der Modus der ‚Verwebung‘, also das bewusste Herstellen von Verbindungen zwischen Sozialräumen in *facebook*, findet sich bei den befragten Jugendlichen bezogen auf einzelne Erlebnisse, die die Jugendlichen mit möglichst vielen teilen möchten. Zudem ist dieser Modus

dann zu finden, wenn Sozialräume selbst bereits fragmentiert und verteilt sind. ‚Verwebung‘ ist im Medienhandeln somit nur mit konkreten inhaltlichen Bezugspunkten erkennbar.

- *Trennung sozialräumlicher Bezüge wird kaum mithilfe technischer Rahmenbedingungen vollzogen*

Zur ‚Trennung‘ sozialräumlicher Bezüge stützen sich nur wenige der befragten Jugendlichen auf die technisch gegebenen Möglichkeiten der Plattform. Bei vielen Befragten wird dennoch deutlich, dass sie bei ihren Kontakten differenzieren und Trennlinien ziehen. Dies ist insbesondere an der Frage zu erkennen, ob ihnen die Beiträge in ihrem News Feed<sup>6</sup> etwas bedeuten und inwiefern sie auf diese Posts reagieren würden. Die persönliche Beziehung zu der postenden Person ist dabei ein gewichtiger Faktor. Sehr enge Freundinnen und Freunde können meist mit einer Reaktion rechnen. Wenn sich die Mädchen und Jungen aber nicht so nahe stehen, wird deutlich, dass auch die soziale Rahmung und in den jeweiligen Sozialräumen etablierte Regeln eine Rolle spielen, wie sich die Jugendlichen zu den Posts positionieren.

Bei der ‚Skalierung‘ sozialräumlicher Bezüge zeigt sich übergreifend, dass *facebook* von den befragten Jugendlichen vornehmlich genutzt wird, um ihren Kreis an Kontakten aus dem sozialräumlichen Umfeld auszuweiten. Wie ein ‚virtuelles Jugendzentrum‘<sup>7</sup> korrespondiert das Angebot der Plattform direkt mit der Entwicklungsaufgabe von Jugendlichen, eigenständig und unabhängig von der Familie soziale Beziehungen aufzubauen und zu pflegen.

- *Ausweitung über Freundesfreunde hat großes Gewicht*

Für die Jugendphase typisch, spielt bei fast allen Jugendlichen auch in *facebook* die ‚Ausweitung‘ des Freundeskreises eine wichtige Rolle. Dass Soziale Netzwerkdienste hier eine wichtige Funktion übernehmen können, ist mittlerweile ausreichend belegt und zeigt sich auch in der vorliegenden Teilstudie. Hierfür ist aus Sicht der Jugendlichen auch eine Reihe von Plattformfunktionen hilfreich wie z. B. die automatisierte Anzeige von neu geschlossenen Freundschaften im eigenen News Feed. Dies regt dann dazu an, zu prüfen, ob man sich auch mit diesen Kontakten der anderen befreunden möchte.

- *Thematische Ausrichtung begründet Ergänzung*

Der Modus der ‚Ergänzung‘ und damit der Aufbau neuer Beziehungen zu anderen Nutzenden, die bislang noch nicht Teil des erweiterten Freundeskreises der Jugendlichen waren, findet sich nur bei zwei männlichen Befragten. Bei beiden Jungen ist diesbezüglich die thematische Ausrichtung auf ein Interesse maßgeblich, was verdeutlicht, dass der Modus ‚Ergänzung‘ nicht losgelöst von inhaltlichen Bezügen stattfindet. Vielmehr bietet *facebook* bei beiden Befragten eine Raumstruktur, in der sie bereits bestehende Interessen weiterentwickeln.

- *Eingrenzung für den intensiven Austausch*

Der Modus der ‚Eingrenzung‘ auf eine Auswahl von sozialräumlichen Bezügen ist nur im Medienhandeln einer Befragten zu erkennen. Die Jugendliche beschränkt ihre *facebook*-Kontakte auf aktuelle und ehemalige Freundinnen und Freunde bzw. Klassenkameradinnen und Klassenkameraden. Sie ist nicht an einer Erweiterung, sondern primär an der Pflege von ihr wichtigen Kontakten interessiert.

---

<sup>6</sup> Der sogenannte News Feed ist Teil der persönlichen Startseite von *facebook* und zeigt Aktualisierungen der verbundenen Kontakte, Seiten, Anwendungen usw. an.

<sup>7</sup> Diese Bezeichnung nutzte einer der Befragten zur Beschreibung des Sozialen Netzwerkdienstes *facebook*.

### **3 Restriktionen und Erweiterungen im sozialraumbezogenen Medienhandeln**

Die Ergebnisse der Teilstudie verdeutlichen, dass das Medienhandeln in *facebook* für die Identitätsarbeit Jugendlicher auf vielfältige Weise relevant ist. Die Handlungskontexte der Heranwachsenden müssen im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Wandlungsprozessen wie der fortschreitenden Konvergenz von Medientechnik und -inhalten, wie auch mit der Mediatisierung immer weiterer Lebensbereiche betrachtet werden. Vor diesem Hintergrund können Restriktionen und Erweiterungen im sozialraumbezogenen Medienhandeln der Jugendlichen für die Identitätsarbeit gebündelt und reflektiert werden.

#### **Die Veränderungen in der Medienwelt werden als Erweiterung von Handlungsmöglichkeiten wahrgenommen**

Aus Sicht der befragten Jugendlichen eröffnet ihnen die aktuelle Medienwelt eine Vielfalt an Handlungsoptionen. Die Mädchen und Jungen verbinden mit dem Gebrauch der Dienste im Social Web ein Mehr an Kontakten zu Freundinnen und Freunden, häufigere Treffen mit diesen, aber auch erweiterte Zugänge zu interessanten Inhalten aus den Massenmedien, semiprofessionellen Angeboten oder Werken von anderen Nutzenden. In dieser positiven Einschätzung der aktuellen Entwicklungen in der Medienwelt haben sie nicht nur sich, sondern auch andere Personengruppen im Blick. Im Gegensatz zu dieser grundsätzlich positiven Einschätzung setzen sich die Befragten aber auch mit einer Sichtweise auseinander, die ihr Medienhandeln eher problematisiert: Bezugspersonen, die einen Erziehungsauftrag haben, so nehmen die Jugendlichen an, sehen mit Blick auf das Medienhandeln von Heranwachsenden vor allem Probleme, Risiken und Gefahren. Sie sehen sich damit konfrontiert, dass ihr Handeln in einem Raum, der für sie sehr wichtig und zugleich für ihre Identitätsarbeit bedeutsam ist, von wichtigen Bezugspersonen vorrangig problematisiert wird und mit Ängsten besetzt ist.

#### **Die Relevanz für die Identitätsarbeit begründet sich darin, dass unterschiedliche Lebensbereiche in *facebook* verbunden werden**

Soziale Netzwerkdienste wie *facebook* zeichnen sich u. a. dadurch aus, dass mit ihrer Nutzung ganz unterschiedliche Motive verfolgt werden können. In den Ergebnissen der Teilstudie wird deutlich, dass dies auch ihre vielgestaltige Bedeutung für die Identitätsarbeit begründet. Diese Relevanz wird zudem dadurch verstärkt, dass mit dem Gebrauch dieser Dienste die Mediatisierung von immer mehr Lebensbereichen vorangetrieben wird. Dabei können die aktuellen Ergebnisse an frühere Studien zur Identitätsarbeit von Jugendlichen mit Medien anknüpfen (vgl. z. B. Wegener 2008, Würfel/Keilhauer 2009). Sie weisen aber zugleich auf eine Weiterentwicklung hin – z. B. wenn es um die Identifikation mit Medienpersonen oder die Orientierung an medialen Vorbildern geht. In den Ergebnissen zeigt sich, dass diese Formen der Identitätsarbeit in kommunikative Kontexte eingebunden sind. In diesem Sinne konvergieren nicht nur die Inhalte. Auch die Formen der Identitätsarbeit mit Medien beziehen sich auf vormals getrennte Bereiche der medialen Unterhaltung und mediengestützten Kommunikation. Vor diesem Hintergrund sehen die Jugendlichen den Sozialen Netzwerkdienst *facebook* als Handlungsstruktur für die Bewältigung von Herausforderungen ihrer Lebenswelt. Sie nutzen den Dienst z. B., um geografische Distanzen zu Bezugspersonen zu überbrücken und ebenso, um sich mit der eigenen Geschlechteridentität auseinanderzusetzen.

#### **Die Individualisierung im Medienhandeln verläuft parallel mit der Rückbindung in gemeinschaftliche Praxen**

Die Plattform *facebook* steht wie kaum ein anderes Medienangebot für die fortschreitende Individualisierung im Medienhandeln. Die Nutzenden bekommen einen individuellen Mix an Inhalten zu sehen, wobei Inhalte abonniert Fanpages und installierter Applikationen durch die Posts von Freundinnen und Freunden ergänzt werden. Die Ergebnisse der Teilstudie verdeutlichen aber, dass

dieser Individualisierung aus der Perspektive der jugendlichen Nutzenden gemeinschaftliche und gemeinschaftsstiftende Medienhandlungspraxen gegenüberstehen. So stellen massenmediale Inhalte weiterhin gemeinsame Bezugspunkte dar, über die zudem soziale Verortung realisiert und Zugehörigkeit signalisiert werden kann. Auch bei der Orientierung innerhalb der Vielzahl an Inhalten im Social Web sind deutlich gemeinschaftliche Praxen erkennbar. Als Maxime gilt hier: ‚Wichtig ist, was viele Klicks hat‘. Wenn die Befragten die Inhalte in ihrem News Feed scannen, ziehen sie die Resonanz, die die Beiträge bereits von anderen erhalten haben, als Orientierungsgröße heran. Ebenso spielt die Verbindung zu den Verfasserinnen und Verfassern der Beiträge eine wesentliche Rolle beim Umgang mit den vorgefundenen Inhalten. Der analytische Blick auf sozialraumbezogenes Medienhandeln zeigt dabei: In *facebook* werden über gemeinschaftliche Handlungsweisen sozialräumliche Bezüge rekonstruiert.

### **Vielfältiger Zugang zu Inhalten birgt aus Perspektive der Jugendlichen Chancen und Probleme**

Die befragten Jugendlichen schätzen den jeweils für sie relevanten Ausschnitt aus einer Vielzahl und Vielfalt an Inhalten, auf die sie in Sozialen Netzwerkdiensten zugreifen können und auf die sie verwiesen werden. Auch wenn die Jugendlichen die Herkunft der Inhalte oftmals nicht nachvollziehen können, haben sie damit doch Zugriff auf einen Inhalte-Pool, in welchem sie ihre Interessen verfolgen und vertiefen können. Dennoch birgt diese Vielfalt aus Sicht der Jugendlichen auch Probleme. Beispiele sind die Konfrontation mit verstörenden und jugendmedienschutzrelevanten Inhalten, der Zugriff auf illegal bereitgestellte Inhalte oder auch peinliche Bilder, die über die eigene Person veröffentlicht werden. Diese von den Jugendlichen benannten Probleme und Risiken können in bereits entwickelten Systematisierungen von Verhaltens-, Kontakt- sowie inhaltsbezogenen Risiken verortet werden (vgl. Livingstone u. a. 2010, YPRT 2009).

### **Einige Problembereiche werden von den Jugendlichen selbst nicht thematisiert, sind jedoch aus medienpädagogischer Perspektive ebenso relevant**

Neben den von den Befragten angesprochenen Problembereichen sind aus medienpädagogischer Perspektive weitere Herausforderungen zu erkennen, die die Jugendlichen selbst nicht thematisieren. Drei Aspekte sind dabei in den Blick zu nehmen:

- Der erste betrifft eine Auffälligkeit von geschlechertypischen Handlungsformen. Während bei Jungen durchaus offensive Medienhandlungsweisen zu finden sind, sich mit Insidercodes von anderen abzugrenzen, argumentieren insbesondere Mädchen, dass die eigene Selbstdarstellung ‚sauber‘ sein und keine Missverständnisse aufkommen lassen sollte. Es ist auffällig, dass Attribute der Selbstbehauptung für ihr Medienhandeln eher nur von Jungen vorgebracht werden und diese auch eher ihre Interessen ins Zentrum ihrer Selbstdarstellung rücken. Mit der Perspektive auf soziale Gerechtigkeit ist hier zu hinterfragen, wie groß für Jugendliche online der Anpassungsdruck an Geschlechterstereotype ist. Gerade das von den Mädchen beschriebene Medienhandeln wirkt eher defensiv und beengt. Aus einer subjektorientierten Perspektive stellt sich die Frage, inwiefern hier eine gerechte Grundlage „zur größtmöglichen persönlichen und eigenverantwortlichen Entfaltung“ (Spatschek 2012) gegeben ist.
- Zweitens unterminiert die technische Gestaltung der Plattformen den Anspruch und die Möglichkeit auf selbstbestimmtes Handeln der Jugendlichen. Die Nutzenden haben bei *facebook* z. B. keine Einflussmöglichkeiten auf und keine Einsicht in die interne Auswertung ihres Nutzungsverhaltens. Diese bestimmt aber u. a., wie die Inhalte ihres News Feeds dargestellt werden. Insofern wird durch diese Auswertung empfindlich in die Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zu anderen Nutzenden und aus einer sozialräumlichen Perspektive in die Raumkonstruktion der Jugendlichen eingegriffen.

- Drittens sind in den Selbstdarstellungen der Jugendlichen und in ihren Interaktionen mit anderen Spuren einer (Selbst-)Mediatisierung erkennbar. Resonanzspiele<sup>8</sup> in *facebook*, die bei einigen Jugendlichen beliebt sind, zeigen z. B., wie über den Sozialen Netzwerkdienst Zugehörigkeit, soziale Einbettung und Anerkennung eingeholt wird. In diesen Spielen ist zu erkennen, wie die Mediatisierung nahezu aller Lebensbereiche bereits fortgeschritten ist. Im Speziellen wird hier deutlich, wie alltägliche Interaktion und Beziehungsgestaltung von den Jugendlichen an mediale Aufmerksamkeitsfaktoren und Resonanzmechanismen angepasst wird.

#### **In der Kurzfassung zitierte Literatur:**

Livingstone, Sonia; Haddon, Leslie; Görzig, Anke; Olafsson, Kjartan (2010): Risks and safety on the Internet. The perspective of European children. Initial findings from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents. LSE. Online verfügbar unter [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Initial\\_findings\\_report.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Initial_findings_report.pdf), zuletzt geprüft am 23.01.2013.

Spatschek, Christian (2012): Hat der Sozialraum ein Geschlecht? Über die Genderdimensionen des sozialräumlichen Denkens und Handelns. In: sozialraum.de, H. 1. Online verfügbar unter <http://sozialraum.de/hat-der-sozialraum-ein-geschlecht.php>, zuletzt geprüft am 23.01.2013.

Wegener, Claudia (2008): Medien, Aneignung und Identität. "Stars" im Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (GWV).

Würfel, Maren; Keilhauer, Jan (2009): Die konvergente Medienwelt. Materiallieferant und sozialer Raum für die Identitätsarbeit Jugendlicher. In: Theunert, Helga (Hg.): Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. Beiträge aus Medienpädagogik, Jugendsoziologie, Medienwissenschaft und Psychologie. München: kopaed (Reihe Medienpädagogik, 16), S. 95 –114.

Youth Protection Roundtable (YPRT) (2009): YPRT Toolkit. Stiftung Digitale Chancen. Online verfügbar unter [http://www.yprt.eu/transfer/assets/final\\_YPRT\\_Toolkit.pdf](http://www.yprt.eu/transfer/assets/final_YPRT_Toolkit.pdf), zuletzt geprüft am 23.01.2013.

---

<sup>8</sup> Ein Beispiel für derartige Resonanzspiele ist ‚facebook-Pflicht‘. Hierbei postet eine Person die Aussage: „Ich würde XY tun, aber nur wenn ich YZ Likes auf diesen Post erhalte.“ Und somit sollen die *facebook*-Kontakte mitentscheiden, ob die Person durch ausreichende Resonanz verpflichtet wird, die Aussage einzulösen oder nicht.