

**Identitätsbildung und Selbstdarstellung von Jugendlichen
am Beispiel der Social Media Plattform Instagram und die
Herausforderungen der Medienpädagogik hinsichtlich der
aufkommenden Gefahren**

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades
eines Bachelor of Arts
an der Karl-Franzens-Universität Graz

vorgelegt von

Bianca HÖRMANN

01411477

am Institut für Erziehungs- und Bildungswissenschaft

Betreuerin: Mag. Dr. phil. Claudia Stöckl

Graz, November 2018

Abstract

Im 21. Jahrhundert begann ein Hype rund um die Social Media Welt, der spätestens mit der Veröffentlichung der Fotoplattform Instagram im Oktober 2010 einen Höhepunkt erreichte. Die Applikation verzeichnete damals binnen weniger Stunden unzählige Downloads, erreichte nur zwei Monaten später eine Zahl von einer Millionen Nutzerinnen und Nutzer und zählt im Jahr 2018 mit einer Milliarde Menschen, die Instagram regelmäßig nutzen, zu einer der meist genutzten Plattformen, wobei die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer immer noch ständig zu nimmt. Dies war für mich Motivation, mich im Zuge dieser Arbeit näher mit dem Thema Social Media, vor allem jedoch mit dieser genannten Plattform zu beschäftigen.

Ein zentrales Thema dieser Arbeit ist auch die Identitätsbildung und Selbstdarstellung der sogenannten Generation Social Media. Da soziale Netzwerke vor allem im Leben von Kindern und Jugendlichen einen immer größeren Stellenwert einnehmen, wird im vorliegenden Text auf diese Altersgruppe eingegangen. Immer häufiger findet die Identitätsbildung, welche wiederum eng mit der (verfremdeten) Selbstdarstellung zusammen hängt, in sozialen Netzwerken statt. Dies birgt sowohl Chancen als auch Risiken für die Heranwachsenden. Weiters werden fünf wesentliche Gefahren von Social Media behandelt. Ein wesentlicher Teil dieser Arbeit ist nicht nur die Beschreibung und Vorstellung dieser Gefahren, sondern auch die dadurch entstehenden Herausforderungen, Aufgaben und Konsequenzen für die Pädagogik. Ziel ist es somit auch, diese Themen (medien)pädagogisch zu behandeln, indem gewisse Maßnahmen, medienpädagogische Ansätze und präventive Möglichkeiten vorgestellt werden.

Zusammengefasst wurde festgestellt, dass Social Media einen wesentlichen Einfluss auf die Heranwachsenden hat, sei es nun auf positive oder negative Art und Weise. Von großer Bedeutung ist hierbei, dass Kindern und Jugendlichen die richtigen Verhaltensweisen im Netz und eine gewisse Medienkompetenz von Autoritätspersonen vermittelt wird.

Abstract

In the 21st century, a hype around the social media world began, which peaked with the publication of the photo platform Instagram in October 2010. The application registered countless downloads within a few hours, reaching a total of one million users just two months later, and becoming one of the most widely used platforms in 2018, with one billion people using Instagram regularly and the number of users is still constantly increasing. This was a motivation for me to get more involved

with the topic of social media, but especially with the application Instagram.

An essential topic of this bachelor thesis is also the identity formation and self-presentation of the so-called generation social media. As social networks are becoming more and more important, especially in the lives of children and adolescents, this text deals with this age group. More frequently, the identity formation, which is strongly connected with the (alienated) self-presentation, takes place in social networks. This presents both opportunities and risks for the adolescents. Furthermore, five major dangers of social media are presented. An essential part of this work is not only the description and presentation of these dangers, but also the resulting challenges, tasks and consequences for pedagogy. The aim of this bachelor thesis is to approach these topics in a (media) pedagogically way by introducing certain measures, media pedagogically approaches and preventive options.

In summary, social media has a significant impact on adolescents, in a positive as well as in negative way. It's important that children and adolescents are taught the right behaviors on the web and a certain media competence from authorities.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	6
2. Relevanz der Arbeit.....	8
3. Der Unterschied zwischen Sozialen Netzwerken und Sozialen Medien	9
3.1 Soziale Netzwerke	10
3.2 Soziale Medien	10
4. Identität	11
4.1 Identitätsbildung im Jugendalter.....	12
4.2 Funktionen der Medien in Bezug auf die Identitätskonstruktion.....	13
5. Selbstdarstellung.....	15
5.1 Selbstdarstellung im Jugendalter.....	16
5.2 Selbstdarstellung Jugendlicher in sozialen Medien	18
6. Instagram.....	18
6.1 Was ist Instagram?.....	19
6.2 Begründung der Auswahl des Netzwerkes Instagram.....	20
6.3 Identitätsbildung durch Instagram – Bestätigung der Identität durch andere.....	21
6.4 (verfremdete) Selbstdarstellung auf Instagram.....	22
6.4.1 Das Selfie.....	23
6.4.2 Foto-Filter.....	26
6.4.3 Selfie-Apps.....	26
7. Konsequenzen und Herausforderungen einer zunehmenden (teil-) öffentlichen Selbstvisualisierung für die Medienpädagogik.....	27
8. Gefahren von Instagram	29
8.1 Körperbild.....	30
8.2 Cybermobbing.....	32
8.2.1 Cybermobbing und Sexting – Ein Medienpädagogischer Ansatz.....	33
8.3 Schlafstörungen	35
8.3.1 Maßnahmen zur Verbesserung von Schlafstörungen.....	36
8.4 Angst etwas zu verpassen.....	38
8.5 Datenschutz und Privatsphäre im Netz	39
8.5.1 Präventive Möglichkeiten in der Kinder- und Jugendmedienarbeit.....	41

9. Anregungen und Praxis-Tipps für die medienpädagogische Arbeit.....	43
9.1 Angebote für Eltern und pädagogische Fachkräfte.....	44
9.2 Angebote für Kinder und Jugendliche.....	44
10. Resümee.....	45
11. Literaturverzeichnis.....	47

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Möglichkeiten der Instagram Nutzung	19
Abbildung 2: Anzahl der monatlich aktiven Instagram-Nutzer in Österreich in ausgewählten Monaten von 2016 bis 2018 (in 1.000).....	21
Abbildung 3: Risikobereites Selfie.....	24
Abbildung 4: Anteil der Erwachsenen in den USA, die je nach Altersgruppe ein Selfie gemacht haben (Stand August 2018).....	25
Abbildung 5: Selfie-App vorher-nachher.....	27
Abbildung 6: Collarbone-Challenge.....	31
Abbildung 7: Anzahl der verbrachten Stunden mit dem jeweiligen Medium.....	39

1. Einleitung

In den letzten 15 Jahren wurden soziale Netzwerke zu einem fixen Bestandteil im Leben von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen, und sind heute kaum noch wegzudenken. Jedoch ist es vor allem die Generation der Jugendlichen, welche soziale Netzwerke immer häufiger und immer intensiver nutzen. Mittlerweile sind 89 Prozent der Heranwachsenden täglich online, was einem Plus von zwei Prozent zum Jahr 2016 entspricht. Ebenso verbrachten Jungen und Mädchen im Jahre 2016 noch durchschnittlich 200 Minuten im Netz (Montag bis Freitag, ohne Wochenende), ein Jahr später stieg die Zahl der Minuten bereits auf 221 der täglichen Nutzung (ebenfalls Montag bis Freitag) (vgl. JIM- Studie 2017, S. 62).

Eine dieser Plattformen, auf denen unzählige Jugendliche ihre Freizeit verbringen, ist die Fotoplattform Instagram. Diese Applikation wurde ausgewählt, da sie im Gegensatz zu vielen anderen Plattformen stetig wächst und von Jahr zu Jahr mehr Nutzerinnen und Nutzer verzeichnet. Darüber hinaus wird Instagram weltweit von mittlerweile einer Milliarde Menschen genutzt, zwei Millionen davon allein aus Österreich (vgl. statista 2018, o. S.). Ein weiterer interessanter Aspekt der App ist, dass ausschließlich Bilder und Videos dargestellt werden, wodurch ein facettenreicher Raum für die Identitätsarbeit und Selbstdarstellung hergestellt wird. Deshalb soll im ersten Teil dieser Arbeit aufgezeigt werden, welche Bedeutung die Identitätsentwicklung und Selbstdarstellung im Leben von Jugendlichen in den sozialen Netzwerken darstellt. Meine Motivation zu dieser Themenwahl ergibt sich aus der Tatsache, dass ich selbst ein Teil dieser sogenannten Generation Social Media bin und somit auch zu einer der zwei Millionen Nutzerinnen und Nutzer von Instagram gehöre. Dabei fällt mir tagtäglich auf, wie sehr sich die Fotos von vermeintlich perfekten Bloggerinnen und Bloggern auf das eigene Selbst auswirken. Allerdings wird das Selbstbild auf Instagram oftmals verfremdet dargestellt, beispielsweise durch die Bearbeitung von Fotos. Die oftmals inszenierte Selbstdarstellung ist häufig ein Drang nach Bestätigung und Beliebtheit, was sich wiederum positiv auf die eigene Identität auswirkt.

Da die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer von Jahr zu Jahr zunimmt und diese immer jünger werden, soll ein weiteres zentrales Thema der vorliegenden Arbeit die Gefahr sein, die von sozialen Netzwerken wie Instagram ausgehen kann. Dabei werden fünf häufig zu beobachtende Gefahren vorgestellt. Allerdings war es mir auch ein Anliegen, näher auf die dadurch entstehenden Herausforderungen, sowie die Aufgaben und Konsequenzen für die Pädagogik einzugehen, um eine verantwortungsvolle und selbstbestimmte Generation heranzuziehen. Ein Ziel im zweiten Teil dieser Bachelorarbeit ist es somit auch, das Thema Gefahr durch Social Media pädagogisch zu behandeln. Dabei

werden gewisse Maßnahmen, medienpädagogische Ansätze und präventive Möglichkeiten vorgestellt.

Zu Beginn der Arbeit wird zunächst näher auf die Relevanz der Arbeit eingegangen, um eventuell entstandene Fragen bezüglich des Themas zu klären und an das Thema heranzuführen. Daraufhin erfolgt eine Unterscheidung der Ausdrücke Soziale Netzwerke und Soziale Medien. Anschließend folgt das Thema Identität. Hierbei wird in einem ersten Abschnitt die Bedeutung des Begriffes Identität geklärt, bevor weiter die Unterkapitel Identitätsbildung im Jugendalter und Funktionen der Medien in Bezug auf die Identitätskonstruktion eingegangen wird. Eine ähnliche Abfolge wie beim Identitätsthema folgt nun bei der Selbstdarstellung, wo ebenfalls zuerst eine Begriffsdefinition erfolgt, um schließlich die dazugehörigen Unterkapitel Selbstdarstellung im Jugendalter und Selbstdarstellung Jugendlicher in sozialen Medien besser zu verstehen. Nachdem die gewissen Grundthemen der Arbeit präsentiert wurden, soll näher auf die ausgewählte Fotoplattform Instagram eingegangen werden. Fragen wie „Was ist Instagram?“ und „Warum wurde dieses Netzwerk ausgewählt?“ stehen hierbei im Mittelpunkt. Kurz darauf kommen wieder die Themen Identitätsbildung und (verfremdete) Selbstdarstellung ins Spiel, welche vor allem auf Instagram eine große Bedeutung einnehmen. Hierbei soll auch das weltweit bekannte Selfie sowie die dazugehörigen Foto-Filter und Selfie-Apps vorgestellt werden, bevor es mit dem Kapitel namens Konsequenzen und Herausforderungen einer zunehmenden (teil-) öffentlichen Selbstvisualisierung für die Medienpädagogik weiter geht. Nun folgt der bereits zuvor angesprochene zweite Teil der Arbeit, in dem auf die fünf wesentlichen Gefahren Körperbild, Cybermobbing, Schlafstörungen, die Angst etwas zu verpassen und Datenschutz und Privatsphäre im Netz eingegangen wird. Begleitet werden diese Themen von den Unterkapiteln Cybermobbing und Sexting – ein medienpädagogischer Ansatz, Maßnahmen zur Verbesserung von Schlafstörungen und präventive Möglichkeiten in der Kinder- und Jugendmedienarbeit. Den Schluss dieser Arbeit bilden Anregungen und Praxis-Tipps für die medienpädagogische Arbeit, gefolgt von einem kurzem Resümee, in dem die wichtigsten Punkte noch einmal kurz und bündig zusammen gefasst werden.

Ziel dieser Arbeit ist es, festzustellen, welche Rolle die Identitätsbildung und Selbstdarstellung im Leben von Jugendlichen einnimmt, aber auch zu erforschen, welche Rolle Pädagoginnen und Pädagogen einnehmen, um ein Vorbild für die Adoleszenten zu sein und sie zu einem richtigen Umgang im Netz sowie zu einer erstrebenswerten Medienkompetenz heranzuführen.

2. Relevanz der Arbeit

Ein Leben ohne elektronische Medien ist in unserer heutigen Zeit kaum noch möglich oder denkbar. Vor 20 Jahren, im Jahre 1998, zählten nur 18 Prozent der Jugendlichen zu den Nutzerinnen und Nutzern von Computern. Jeder zwanzigste Jugendliche surfte zu dieser Zeit regelmäßig, also mehrmals pro Woche, im Internet. Ähnlich verhielt es sich mit dem Mobiltelefon Ende der 90er Jahre. Nur acht Prozent besaßen ein eigenes Handy, eine Tatsache, die heute nur schwer vorstellbar ist (vgl. JIM-Studie 2017, S. 3). Mittlerweile leben wir in einer Gesellschaft, in der Menschen ohne eine gewisse elektronische Grundausstattung als Außenseiter gelten. Die Adoleszenten des 21. Jahrhunderts wachsen in dieser Welt, welche durch Informations- und Kommunikationsstrukturen geprägt ist, auf (vgl. Mikos/Winter/Hoffmann 2009, S. 7). In dieser Arbeit werden die Auswirkungen von Social Media, speziell von der Fotoplattform Instagram, auf die sogenannte Generation Social Media behandelt. Unter Generation Social Media versteht man jene Personen, die während ihrer Entwicklung und dem Prozess des Erwachsenwerdens von digitaler Kommunikation beleitet wurden. Nimmt man das Jahr 2005, also genau ein Jahr, nachdem Facebook gegründet wurde und der Hype um Social Media begann, als Ausgangsjahr, so sind die ältesten Stellvertreterinnen und Stellvertreter der genannten Generation ungefähr 25 Jahre alt. Die Jüngsten wiederum befinden sich noch in der Pubertät. Gemeint sind hierbei jene Personen aus dieser Altersgruppe, die Social Media und die jeweiligen technischen Geräte intensiv nutzen, in besonderem Maße für die Kommunikation mit Peers (vgl. Wampfler 2014, S. 23).

Warum ist nun das Thema Identitätsarbeit durch die Medien relevant für diese Arbeit? Fakt ist nämlich, dass die Medien schon seit eh und je eine wichtige Rolle im Kontext von Identitätsarbeit im Kinder- und Jugendalter einnehmen. Grund dafür ist unter anderem die Neugier und Offenheit dieser Altersklasse gegenüber der konsumierbaren Medienwelt (vgl. Theunert 2009, S. 9).

„Ohne ihr Medienhandeln zu berücksichtigen, wird man die Prozesse der Identitätsbildung in der heranwachsenden Generation zunehmend weniger verstehen. Denn für Jugendliche sind reale und mediale Welten eng miteinander verzahnt. Viele Jugendliche wandern zwischen diesen Welten, holen reale Erfahrungen und Beziehungen in die Medien hinein und schreiben sie dort fort, zum Beispiel indem sie die Kommunikation mit ihrer realen Peergroup in die virtuellen Räume hinein verlängern. Umgekehrt öffnen bereits Kinder ihr reales Leben für die Orientierungsvorgaben der Medien, die sie eifrig studieren, in der Hoffnung, die vielen Anforderungen des Großwerdens besser bewältigen zu können“ (Theunert 2009, S. 12).

Ziel ist es in diesem Zusammenhang also, die heranwachsende Generation in ihrer Mediennutzung und der Verbindung mit der jeweiligen Identitätsentwicklung zu verstehen und zu versuchen, sich in

sie hineinzusetzen.

Ähnlich wie mit der Identitätsarbeit verhält es sich mit der Selbstdarstellung von Jugendlichen in sozialen Netzwerken. Eine möglichst positive Darstellung seiner Selbst im Alltag ist für die Allgemeinheit verständlich, allerdings haben viele Erwachsene keine Ahnung, welchen Stellenwert die Selbstdarstellung im Netz für die heranwachsende Generation einnimmt. Welche positiven Gefühle damit verbunden sind, wie man sich bestmöglich darstellt, welche Rolle die verfremdete Selbstdarstellung in der virtuellen Welt spielt und was dies in den Jungen und Mädchen auswirkt, aber auch welche Gefahren mit dem Thema Selbstdarstellung verbunden sind, all dies sind Fragen, die durch diese Arbeit geklärt werden sollen und die das Thema Selbstdarstellung so spannend und relevant machen.

Abschließend stellt sich noch die Frage nach der Relevanz des Themas Gefahren für die Pädagogik. Natürlich sind wir uns alle bewusst, dass soziale Medien sowohl Vorteile, als auch Nachteile und somit positive Aspekte und Gefahren mit sich bringen. Allerdings sind sich noch immer viele Menschen nicht bewusst, wie verheerend sich die Folgen von gewissen Gefahren wirklich auf das Leben von Kindern und Jugendlichen auswirken können. Dies wiederum war der Anlass, das Thema Gefahren näher zu behandeln, um Erwachsenen, aber auch Jugendlichen, welche oftmals unüberlegt und unwissend in sozialen Netzwerken handeln, aufzuklären. Jedoch sind es aber vor allem die Kapitel der Möglichkeiten und Maßnahmen der medienpädagogischen Arbeit, welche für diese Arbeit von Bedeutung sind und oftmals neue Kenntnisse zu diesem Themen vermitteln. Da sich das Medienangebot und die Mediennutzung in einem ungeheuerlichen Tempo verändern, haben Forschung, Pädagogik, Eltern und Bildungseinrichtungen oft Probleme damit, die Entwicklung zu verstehen und schließlich angemessen darauf zu reagieren. Auch deshalb setzt sich diese Arbeit mit einem Ausschnitt des Themas Medien und deren Nutzung von Kindern und Jugendlichen auf dem aktuellen Forschungsstand auseinander.

3. Der Unterschied zwischen Sozialen Netzwerken und Sozialen Medien

Zu Beginn der vorliegenden Arbeit wird geklärt, welcher Unterschied zwischen den Ausdrücken soziale Netzwerke und soziale Medien besteht, um Klarheit und eine Verbindung zu den folgenden Kapiteln zu schaffen. Was versteht man überhaupt unter sozialen Medien und sozialen Netzwerken? Was macht den entscheidenden Unterschied aus? Diese und noch weitere Fragen sollen hiermit geklärt werden.

3.1 Soziale Netzwerke

Bis vor wenigen Jahren existierten soziale Netzwerke nur in unserer realen Welt. Dies änderte sich allerdings mit der Erschaffung des sogenannten Web 2.0, in welchem soziale Netzwerke erst seit Anfang dieses Jahrtausends erforscht werden. Obwohl soziale Netzwerke im Web 2.0 ein relativ neues Forschungsgebiet ist, gibt es unzählige verschiedene Definitionsansätze, von denen sich bisher jedoch immer noch keine allgemein gültige Definition des Begriffes durchgesetzt hat (vgl. Werner/Kainz/Haupt 2014, S. 77). Das Gabler Wirtschaftslexikon (o. J.) wagt sich an eine Begriffsdefinition und versteht unter soziales Netzwerk eine „im Zuge des Web 2.0 entstandene, virtuelle Gemeinschaft, über die soziale Beziehungen via Internet gepflegt werden können. Soziale Netzwerke können themenorientiert sein, wie sog. Business Netzwerke, oder rein sozialer Kommunikation dienen wie z.B. Schüler- und Studierendennetzwerke“ (Gabler Wirtschaftslexikon o. J., o. S.). Einen weiteren Ansatz in der wissenschaftlichen Fachliteratur findet man von Bächle (2006): „Als soziales Netzwerk im Internet wird ein Netzwerk von Personen definiert, das sich mithilfe eines Webportals selbst organisiert und darauf zielt, soziale und dauerhafte Verbindungen zu anderen Personen oder Gruppen einzurichten und aufrechtzuerhalten“ (Bächle 2006, S. 121).

Millionen von Nutzerinnen und Nutzern verbringen täglich Zeit in sozialen Netzwerken, um mit Freunden zu kommunizieren, Fotos zu posten und seine Interessen mit anderen auszutauschen. Allein in Österreich geben 84 Prozent der Gesamtbevölkerung von rund 8,7 Millionen Österreicherinnen und Österreichern an, regelmäßig das Internet zu nutzen, wovon knapp die Hälfte regelmäßig soziale Netzwerke wie beispielsweise YouTube oder Facebook besucht (vgl. statista 2018, o. S.). Die Nutzung von sozialen Netzwerken nimmt vor allem bei Jugendlichen jährlich zu. Laut der JIM-Studie (2017) surfen mittlerweile 92% der Mädchen, sowie 87% der Jungen täglich im Netz (vgl. JIM- Studie 2017, S. 30).

Fakt ist also, dass soziale Netzwerke innerhalb kürzester Zeit einen großen Stellenwert in unser aller Leben eingenommen und die Kommunikationsgesellschaft grundlegend verändert haben. Doch was genau unterscheidet soziale Netzwerke von sozialen Medien?

3.2 Soziale Medien

Die Begriffe soziale Netzwerke und soziale Medien stehen häufig gemeinsam in einem Satz, der Unterschied ist dabei aber nur den wenigsten geläufig. Um zu klären, was die beiden Begriffe also von einander unterscheidet, soll zunächst näher auf die Definition des Wortes Gruppe eingegangen

werden. „Eine Gruppe kann über ein Attribut definiert werden wie Männer, Studenten, Vegetarier etc. oder eine Ansammlung von Individuen, die etwas zu tun gedenken (Bahnpassagiere, die auf den Zug warten). Ein Netzwerk unterscheidet sich dahingehend, dass sie alle in einer Beziehung zueinander stehen. Diese Beziehung kann ein Interesse sein, das an sich mehr Gewicht hat, als die Beziehung der Menschen untereinander“ (LinkedIn o. J., o. S.).

Soziale Netzwerke sind also kein Medium, was so viel wie vermittelndes Element bedeutet, sondern jene physische oder auch virtuelle Plattform, auf welcher sich die selben Interessen treffen. An dieser Stelle kommt Social Media, welches im Deutschen soziales Medium (sozial = gemeinschaftlich, Medium = Transportmittel) genannt wird, ins Spiel. Soziale Medien transportieren einen Inhalt, der für mehrere Gruppen zugänglich ist (vgl. LinkedIn o. J., o. S.). Das bedeutet schließlich: „Social Media die Befähigung (Kanal) ist zum Austausch in einem Social Network (Plattform), das sich zu einem bestimmten Interessensgebiet zusammengeschlossen hat“ (LinkedIn o. J., o. S.).

Nachdem nun der Unterschied zwischen sozialen Netzwerken und sozialen Medien geklärt wurde, soll im Folgenden noch spezifischer auf die Bedeutung des Wortes Social Media eingegangen werden. Die Fokusgruppe Social Media des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. (2010) definiert den Begriff Social Media wie folgt: „Social Media ist eine Vielfalt digitaler Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten. Die Interaktion umfasst den gegenseitigen Austausch von Informationen, Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen sowie das Mitwirken an der Erstellung von Inhalten. Die Nutzer nehmen durch Kommentare, Bewertungen und Empfehlungen aktiv auf die Inhalte Bezug und bauen auf diese Weise eine soziale Beziehung zueinander auf. [...] Als Kommunikationsmittel setzt Social Media einzeln oder in Kombination auf Text, Bild, Audio oder Video und kann plattformunabhängig stattfinden“ (BDVW 2010, S. 3).

4. Identität

Ein weiterer Begriff, welcher einen großen Stellenwert in dieser Arbeit einnimmt, ist jener der Identität. In der Literatur trifft man auf die verschiedensten Definitionen und Beschreibungen des Begriffes Identität. Im Buch Jugend – Medien – Identität wird Identität als Prozess des Findens des Selbst beschrieben, welcher bereits mit der Geburt beginnt und schließlich mit dem Tod ein Ende findet (Schorb 2009, S. 81). Eine ähnliche Definition wird durch folgendes Zitat im Lexikon Stangl (o. J.) aufgezeigt: „Jeder Mensch ist, wie er ist, und hat dabei meist eine Vorstellung davon

entwickelt, wie und wer er ist, d. h., er besitzt eine Identität. Diese Identität findet und entwickelt er im Laufe seines Lebens“ (Lexikon Stangl o. J., o. S.).

Der Begriff Identität ist also quasi eine Antwort darauf, wer ich bin und beschreibt die einzigartige Persönlichkeit eines Menschen, welche auch die individuellen Merkmale, Handlungen, Eigenschaften und Gefühle eines Menschen umfassen (vgl. Karstädter 2013, S. 3). Die Suche nach dem Finden des eigenen Selbst ist ein stetiger Prozess, welcher meist unbewusst verläuft, weil ein Mensch im Laufe seines Lebens ständig neue Erfahrungen macht, welche ihn prägen und verändern (vgl. Karstädter 2013, S. 4). Identitätsarbeit findet somit nur in seltenen Fällen bewusst statt, „vielmehr ist die verborgene und treibende Kraft hinter vielen Handlungen die Identitätskonstruktion“ (Karstädter 2013, S. 3). Identitätsarbeit bedeutet in diesem Zusammenhang also, dass ein Mensch all jene Dinge, die er erlebt, in einen für sich sinnhaften Zusammenhang zu bringen versucht. Er versucht stets, aus allen Erfahrungsfragmenten eine Einheit, eine zusammenhängende Geschichte zu schaffen. Diese Geschichte, die sich ein Mensch auf die Frage „Wer bin ich?“ erzählt, erfährt anhaltend neue Wendungen oder Erweiterungen, je nachdem, was ein Mensch erlebt (Karstädter 2013, S. 3). Diese bereits erwähnte Identitätsarbeit kann vor allem dann beobachtet werden, wenn Menschen sogenannte Differenzerfahrungen machen. Solche Differenzerfahrungen werden besonders dort gemacht, wo sich die Lebenswirklichkeit eines Menschen verändert (vgl. Karstädter 2013, S. 4). Laut Karstädter (2013) geschieht dies oft dann, „wenn etwa feste Traditionen ins Wanken geraten, wenn andere kulturelle Lebensentwürfe die eigenen Lebensvollzüge in Frage stellen, wenn man erfährt, wie die eigenen Vorstellungen von Gut und Böse, Richtig und Falsch relativiert werden oder auch wenn wirtschaftliche oder politische Perspektiven unsicher werden“ (Karstädter 2013, S. 4).

4.1 Identitätsbildung im Jugendalter

Wie man den oben genannten Aussagen entnehmen kann, handelt es sich bei der Identitätsbildung entgegen vieler Theorien und Annahmen, laut denen Identitätsbildung nur in der Kindheit und Jugend statt findet und es schließlich zu einer Finalität im Erwachsenenalter kommt, um einen lebenslangen Prozess (vgl. Schorb 2009, S. 82). Jedoch ist es wahr, dass die Identitätsfindung vor allem im Jugendalter eine große Rolle spielt.

„Die Ausweitung des Problems der Identität auf die Erwachsenen bedeutet freilich nicht, dass die Zentralität dieses Problems für die Jugend geleugnet wird. Natürlich ist die Jugendphase noch immer als eine spezifische Lebensphase anzusehen, vor allem deshalb, weil hier wichtige Prozesse der Selbstsuche und -findung durchlaufen und typische ontogenetische Krisen bewältigt werden

müssen“ (Keupp u. a. 2006, S. 82).

Ebenfalls zu erwähnen ist, dass sich besonders während der Kindheit und Jugend gewisse Grundmuster des Denkens und Handelns entwickeln, was wiederum verdeutlicht, dass Identitätsbildung in dieser Lebensphase eine äußerst prägende Wirkung zeigt (vgl. Schorb 2009, S. 82). Zuvor wurde bereits näher auf die Bedeutung von Differenzerfahrungen eingegangen und dass sie besonders dort auftreten, wo sich die Lebenswirklichkeit verändert. Dies ist auch im Jugendalter der Fall, denn besonders junge Mädchen und Jungen machen enorm viele Differenzerfahrungen, sei es durch verschiedene körperliche Veränderungen wie zum Beispiel die Geschlechtsreife, oder auch durch generelle Veränderungen im Leben der Jugendlichen, was beispielsweise dann der Fall ist, wenn sie neue Bezugspersonen finden (vgl. Karstädter 2013, S. 5). Doch Identitätsarbeit findet nicht immer durch natürliche Veränderungen statt, auch viele gesellschaftliche Aspekte beeinflussen die Identität von Jugendlichen: „Gleichzeitig steht der heutige Mensch vor der Herausforderung, immer mehr und immer neue Anforderungen der Gesellschaft zu befriedigen. Der Mensch sieht sich einem wirtschaftlichen System gegenüber, das von ihm erwartet, zu funktionieren, Leistung zu bringen und nicht zuletzt flexibel zu sein“ (Karstädter 2013, S. 4). Diesem Leistungs- und Gesellschaftsdruck sind unter anderem Kinder und Jugendliche ausgesetzt, welche in der heutigen Mediengesellschaft aufwachsen, weshalb im folgenden Absatz näher auf die Funktionen der Medien in Bezug auf die Identitätskonstruktionen eingegangen wird.

4.2 Funktionen der Medien in Bezug auf die Identitätskonstruktion

Im heutigen digitalen Zeitalter haben vor allem die Medien einen wesentlichen Einfluss sowohl auf die Identitätssuche, als auch auf die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen. „Medien sind zur primären gesellschaftlichen Orientierungsquelle geworden. Sie beeinflussen die Jugendlichen in ihrer Identitätsbildung direkt durch die Modelle, die sie ihnen in verschiedenster Form und an unterschiedlichsten medialen Orten anbieten“ (Schorb 2009, S. 86).

Medien jeglicher Art sind bei Kindern und Jugendlichen also allgegenwärtig. An erster Stelle des Gerätebesitzes bei Jugendlichen steht mit 97 Prozent das Smartphone, womit also beinahe jede und jeder einen solchen Alleskönner besitzt. Dahinter reiht sich der Computer oder Laptop mit 69 Prozent ein, dicht gefolgt von Spielkonsolen (67 Prozent) und einem eigenen Fernseher (53 Prozent) (vgl. JIM-Studie 2017, S. 7). Auch wenn man die tägliche Mediennutzung von 12- bis 19-Jährigen betrachtet, steht das Smartphone mit 93 Prozent klar an Platz 1. Äußerst beliebt ist mit 89 Prozent auch das Internet, sowie die Musikknutzung (83 Prozent) (vgl. JIM-Studie 2017, S. 13). Nun stellt

sich jedoch die Frage, welche Bedeutung die Nutzung der Medien für die Identitätsbildung hat. Die Medien können sowohl die Rolle als Materiallieferant, als auch jene als Plattform der Identitätssuche einnehmen (vgl. Karstädter 2013, S. 6). Zunächst soll näher auf die Rolle als Materiallieferant eingegangen werden. Jugendliche sind stets auf der Suche nach einer Antwort auf die Frage „Wer bin ich?“ Mädchen und Jungen stoßen dabei oft auf Impulse von außen, unter anderem auf die Medien, welche den Jugendlichen verschiedenste Werte, Rollenbilder, Ideen und Lebensmodelle vermitteln und somit das Selbstbild verändern können (vgl. Karstädter 2013, S. 7). In den meisten Fällen werden solche Werte, Ideen, etc. durch mediale Figuren vermittelt. „Empfindet der Jugendliche die Person sympathisch, so ist das Maß an Identifikation höher. Der Jugendliche entdeckt sich im Leben, in den Gefühlen, den Wünschen und Werten der medialen Person wieder und erfährt ein Stück Selbsterkenntnis. Diese Identifikation geschieht nicht nur „auf Augenhöhe“, sondern die mediale Figur ist häufig auch Vorbild. Sie verkörpert das, was man gerne sein möchte, welches Leben man gerne führen will“ (Karstädter 2013, S. 7). Eine Scripted Reality Doku kann die Identitätsarbeit ebenso anregen wie Sitcoms, Daily Soaps und Reality-TV Formate. Ein bekanntes Beispiel ist die Sendung „Germany's Next Topmodel“. Junge Mädchen können sich oft mit den Kandidatinnen identifizieren, da sie meist kaum älter sind und den selben Traum wie viele andere Mädchen im Jugendalter verfolgen, wodurch sie zum Vorbild werden und den Zuseherinnen und Zusehern die verschiedensten Werte und Ideale vermitteln, welche die Jugendlichen wiederum verarbeiten und schließlich in ihre Identitätsentwicklung aufnehmen. Somit stellen Kandidatinnen von Germany's Next Topmodel die perfekten medialen Identifikationsfiguren dar (vgl. Karstädter 2013, S. 8).

Im Gegensatz zu diesen Materiallieferanten stellen Plattformen einen sozialen Raum dar, in welchem sie in sozialen Netzwerken wie beispielsweise Instagram, Facebook oder Twitter ihre eigene soziale Identität testen und mit dieser schließlich auch experimentieren. Dabei nehmen Medien zwei verschiedene Funktionen als Plattform jugendlicher Identitätsarbeit ein, nämlich zum einen jene als Identitätsmanagement, und zum anderen die Funktion als Beziehungsmanagement (vgl. Karstädter 2013, S. 11).

Was versteht man nun unter Identitäts- und Beziehungsmanagement? Wie der Name schon vermuten lässt beschäftigen sich Jugendliche beim Identitätsmanagement mit ihrer eigenen Identität. Sie geben auf verschiedenen sozialen Netzwerken Privates preis, indem sie Fotos und Videos posten, Informationen über ihre Hobbys und Interessen bekannt geben oder ihre Gefühle zum Ausdruck bringen. All das führt dazu, dass sie sich mit ihrer eigenen Person auseinandersetzen und somit mit Hilfe der Medien an ihrer Identität arbeiten.

Beim Beziehungsmanagement hingegen geht es um den Kontakt und die Kommunikation mit anderen Jungen und Mädchen durch soziale Netzwerke wie beispielsweise Facebook oder

Instagram. Doch solche Plattformen sind nicht nur beliebt, weil man mit Freunden und Familie kommunizieren kann, sie werden speziell von Jugendlichen auch genutzt, um soziale Anerkennung und positives Feedback zur eigenen Persönlichkeit und Identität zu gewinnen. In sozialen Netzwerken ist es auch üblich, dass man sehr viel Privates von sich selbst mit anderen teilt (beispielsweise Fotos), womit solche Plattformen als eine Art Selbstreflexion dienen. Wenn ein solches Foto nun von vielen Leuten positiv bewertet wird, bekommt die Userin oder der User ein positives Feedback zu ihrer oder seiner dargestellten Identität, was wiederum das eigene Selbstbild bestärkt (vgl. Karstädter 2013, S. 11). Im Falle von Mobbing oder Ähnlichem kann dies jedoch auch in die falsche Richtung gehen, man fühlt sich gedemütigt und die eigenen Identitätsvorstellungen werden erschüttert. „Soziale Netzwerke, Chats und ähnliches tragen also ein soziales Potential in sich, welches von Jugendlichen abgerufen wird, um Identitäten zu testen, zu festigen oder von ihnen Anstand zu nehmen“ (Karstädter 2013, S. 11).

Zusammenfassend zum Thema Identitätsbildung bei Jugendlichen und Medien meint Schorb (2009) schließlich: „Was also die Setzung inhaltlicher Schwerpunkte im Prozess der Identitätsbildung betrifft, sind für die Heranwachsenden die Medien die Hauptquelle der Suche nach Wissen, Meinungen Wertungen und kulturellen Orientierungen. Sie werden in den Medien auch fündig, aber die Leistung der Einordnung und Bewertung der Fundstücke ist ihre eigene Aufgabe, sodass sie in diesem Suchprozess wiederum lernen, dass sie für das Gelingen oder Scheitern ihrer Identitätsarbeit selbst die Verantwortung tragen“ (Schorb 2009, S. 89).

5. Selbstdarstellung

Um das Thema Selbstdarstellung besser zu verstehen, soll zuerst der Begriff Persönlichkeit geklärt werden. Diese Persönlichkeit einer Person ist entscheidend für das Verhalten gegenüber anderen Menschen beziehungsweise wie man von diesen anderen wahrgenommen wird. Allgemein gesprochen bedeutet dies wiederum, dass die Persönlichkeit einen Einfluss auf die Darstellung einer Person hat. Der Begriff Persönlichkeit umfasst auch die Gesamtheit der persönlichen Eigenschaften eines Menschen. Dies bedeutet, dass sich die Persönlichkeit einer Person durch Eigenschaften definiert, welche in jedem Fall zahlreich und vielfältig sind. Jeder Mensch ist also ein Individuum (vgl. Universität Oldenburg 2012, o. S.). Ein weiterer Begriff der mit der Selbstdarstellung in Verbindung gebracht wird ist jener des Selbst. Dieses sogenannte Selbst vermittelt zwischen der zuvor angesprochenen Persönlichkeit und der Umwelt. Eine weitere Aufgabe des Selbst ist es, interne und externe Informationen zu strukturieren und zu ordnen, sowie diesen einen Sinn und eine Bedeutung

zu geben. Zusätzlich ist das Selbst handlungsleitend, da es als Entscheidungs-, aber auch als Planungsinstanz wirkt (vgl. Graziano/Jensen-Campbell/Finch 1997, S. 392ff.).

„Ein wichtiges Konstrukt zur Beschreibung des handlungsbezogenen Teils des Selbst ist die Selbstdarstellung. Sie steht am Ende einer Kette kognitiver und affektiver Mechanismen der Informationsverarbeitung sowie Bedeutungszuweisung und beinhaltet, wie sich das Selbst in konkreten Verhaltensweisen ausdrückt“ (Bierhoff/Frey 2016, S. 191). Unter Selbstdarstellung versteht man nun alle Verhaltensweisen, die einen gewissen Eindruck der eigenen Person bei anderen Personen hinterlässt. Diese Verhaltensweisen werden von der Person selbst gesteuert und kontrolliert und zielen darauf ab, ein gewisses Bild von sich selbst zu vermitteln.

Laut Leary (1996) gibt es drei verschiedenen Funktionen, die diese Eindrucksvermittlung erfüllt:

- „Selbstdarstellung ist ein Mittel interpersonaler Einflussnahme
- Selbstdarstellung wirkt auf Selbstwert und Identitätsbildung
- Selbstdarstellung begünstigt die Entstehung positiver Emotionen“ (Leary 1996, o. S.).

Selbstdarstellung bezieht sich immer auf das Selbst, also die eigene Person, jedoch richtet man sich dabei meist an externe Adressaten. Man möchte einen gewissen Eindruck vermitteln, man präsentiert sich also selbst. Die Art und Weise, wie man sich selbst darstellt, muss aber nicht immer authentisch sein, denn es können nicht nur wahre und echte Eindrücke der Persönlichkeit vermittelt werden, sondern auch übertrieben positive (vgl. Bierhoff/Frey 2016, S. 191f.).

5.1 Selbstdarstellung im Jugendalter

Das Ziel der Selbstdarstellung ist es, sich positiv zu präsentieren, von Mitmenschen belohnt zu werden und Zustimmung zu erhalten. Die Ablehnung anderer Personen soll wiederum vermieden werden. Darum beginnt die Basis einer gelingenden Selbstdarstellung schon sehr früh, nämlich einerseits mit dem Aufbau von Selbsterlebnis und Selbstwertgefühl, andererseits im Zusammenhang mit der Entwicklung des Selbstkonzepts. Vor allem mit Beginn des Jugendalters beschäftigen sich Jungen und Mädchen mit dem „ich-Selbst“ und den Diskrepanzen zwischen dem idealem und dem realen Selbstbild. In dieser Zeit machen sich auch viele Jugendliche Gedanken darüber, was und wie viel sie von ihrer eigenen Person öffentlich machen wollen und wie sie auf andere Personen wirken wollen (vgl. Monigl/Amerlein/Stahl-Wagner/Behr 2011, S. 19).

„Durch Förderung der Selbstdarstellungskompetenz können Jugendliche deshalb sowohl bei der

Entwicklung ihres Selbst als auch hinsichtlich ihrer Verhaltensweisen bei der Eindrucksteuerung unterstützt werden. Selbstdarstellungskompetenz umfasst jedoch im weiteren Sinne auch die individuelle Wahrnehmungs-, Ausdrucks- und Darstellungsfähigkeit, um in den jeweiligen Situationen angemessen zu handeln, sowie die eigene Selbstbestimmung und Urteilsfähigkeit. Dabei können kreative Arbeiten mit Selbstbildnissen, die eine Auseinandersetzung mit dem Selbst fördern, für die Selbstdarstellungskompetenz besonders vorteilhaft sein“ (Monigl/Amerein/Stahl-Wagner/Behr 2011, S. 19).

Nach Mummendey (1995) gibt es fünf verschiedene Strategien, die dafür sorgen, dass das Selbst anerkannt und positiv wahrgenommen wird. Diese fünf Strategien werden besonders von Jugendlichen häufig angewandt:

1. Kompetenz und Expertentum signalisieren.

Für den persönlichen Werdegang ist es förderlich, sich selbst besondere Kenntnisse und Fähigkeiten zuzuschreiben. Diese Kompetenz und Expertentum, das man dadurch ausstrahlt, kann vor allem für jene Menschen vorteilhaft sein, welche im Alltag oft unsicher, unattraktiv oder wenig kommunikationsfreudig sind.

2. Attraktivität herausstellen.

Personen, die in den Augen ihrer Mitmenschen attraktiv erscheinen, wirken oft sympathischer, vertrauenswürdiger und üben einen größeren Einfluss aus.

3. Status und Prestige betonen.

Eine typische Art der Selbstdarstellung ist es, Status und Prestige durch Statussymbole wie beispielsweise Markenkleidung und teuren Schmuck zu betonen. Hierzu gehören aber auch wissenschaftliche Titel, die als Zeichen für Bildung, Macht und Kompetenz stehen.

4. Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit

In vielen Alltagssituationen lohnt es sich, glaubwürdig und vertrauenswürdig gegenüber anderen Personen zu wirken. Besitzt man diese Eigenschaften, ist es möglich, seine Mitmenschen zu beeinflussen und sie für seine eigenen Ziele und Wünsche zu gewinnen.

5. Offenheit hervorkehren.

Hier geht es in erster Hinsicht darum, der gegenüberstehenden Person einen Einblick in das eigene Selbst zu gewähren. Auch offene Personen wirken häufig sympathischer, vertrauenswürdiger und beliebter auf Mitmenschen (vgl. Mummendey 1995, S. 147ff.).

Was hier verdeutlicht wurde ist, dass die Selbstdarstellung bereits im Jugendalter eine wichtige Rolle im Leben der jungen Burschen und Mädchen einnimmt. Den Drang zur Selbstdarstellung gibt es natürlich schon seit hunderten, wenn nicht gar tausenden Jahren. In der heutigen Zeit nimmt jedoch auch die Selbstdarstellung in und durch soziale Medien einen immer höheren Stellenwert im Leben Jugendlicher ein.

5.2 Selbstdarstellung Jugendlicher in sozialen Medien

Zusammenhängend mit dem Identitätsthema ist die Selbstdarstellung Jugendlicher und die Bedeutung sozialer Medien hierfür. Da die meisten Social Media Plattformen gerade für jegliche Arten der Selbstdarstellung programmiert wurden, ist es quasi selbstverständlich, dass viele junge Menschen Teile ihrer Identität und ihrer Ichs in sozialen Medien auslagern. Dies ist für viele Jugendliche deshalb von Bedeutung, da das Publikum meist die engen Freundschaftsumfelder sind (vgl. Hugger 2014, S. 37).

„Wenn Jugendliche im Internet ein Profil von sich erstellen, machen sie das als Individuen und Angehörige einer größeren Gruppe. Ihre Selbstdarstellung wird durch die Angaben, die sie bewusst über ihre Person machen, durch die Kommentare ihrer Freunde sowie als Produkt der Reaktionen anderer auf ihr Profil und ihre Mitteilungen konstruiert“ (Boyd 2014, S. 26f.). Auf die Bedeutung, die Selbstdarstellung, aber auch verfremdete Selbstdarstellung für Jugendliche hat, wird in einem späteren Kapitel näher eingegangen.

6. Instagram

Im folgenden Kapitel soll die Plattform Instagram vorgestellt werden. Dabei soll zu Beginn erst einmal geklärt werden, was Instagram eigentlich ist und warum genau dieses Netzwerk für die Arbeit ausgewählt wurde. Anschließend wird die Applikation Instagram mit den bereits vorgestellten Themen Identität und Selbstdarstellung in Verbindung gebracht, wobei hier vor allem die verfremdete Selbstdarstellung eine wichtige Rolle spielt.

6.1 Was ist Instagram?

Instagram ist eine im Jahre 2010 gegründete kostenlose Applikation, die speziell für Smartphones entwickelt wurde. Nutzerinnen und Nutzer können mit Hilfe dieser App ein Profil erstellen, auf denen sie zuvor erstellte und bearbeitete Fotos und Videos mit ihren Followern teilen können (vgl. Kobilke 2016, S. 1ff.). Hat man ein solches Profil erstellt, können Beiträge mit einem sogenannten Hashtag versehen werden. Diese Hashtags machen es auch möglich, Instagram zu durchstöbern. So findet man beispielsweise unter dem Hashtag #foodporn unzählige Beiträge von kulinarischen Beiträgen weltweit. Ähnlich wie bei anderen Plattformen ist es auch möglich, Fotos und Videos von anderen Nutzerinnen und Nutzern zu liken und zu kommentieren und mit ihnen über Instagram Direct zu chatten. Neu eingeführt wurde im Jahre 2016 die so genannte Story Funktion, bei der Fotos und Videos bearbeitet und anschließend geteilt werden können, jedoch nach 24 Stunden wieder verschwinden (vgl. SCHAU HIN o. J., o. S.).

In der folgenden Abbildung der JIM-Studie aus dem Jahre 2017 werden die Möglichkeiten der Instagram Nutzung verdeutlicht. Dabei ist klar zu erkennen, dass die meisten Menschen die Plattform dazu nutzen, um Personen zu folgen, die sie kennen. Weiter abgeschlagen kann man anhand der Grafik ablesen, dass Nutzerinnen und Nutzer von Instagram ebenfalls Leuten folgen, die zu einem bestimmten Thema etwas posten, gefolgt von Stars, Prominenten, und Internet Stars. Zusätzlich wird die Plattform dazu genützt, Fotos und Videos von anderen Personen zu kommentieren oder aber auch eigene Fotos beziehungsweise Videos zu veröffentlichen.

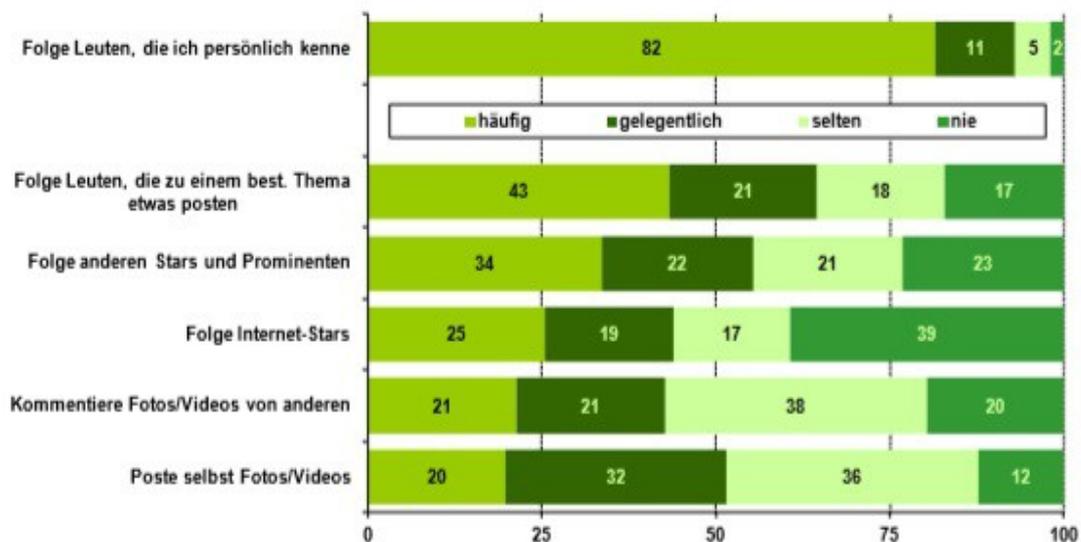


Abbildung 1: Möglichkeiten der Instagram Nutzung

(JIM-Studie 2017, S. 36)

Bereits wenige Stunden nach der Veröffentlichung der App am 6. Oktober 2010, welche von Kevin Systrom und Mike Krieger gegründet wurde, nahm Instagram mit über 10.000 Downloads den ersten Platz der Apple iTunes Charts für Gratis-Foto-Apps ein. Nur eine Woche später hatte die App bereits 200.000 Nutzerinnen und Nutzer und nach drei Monaten zählte Instagram eine Million Nutzerinnen und Nutzer. Zwei Jahre nach der Veröffentlichung, im Jahre 2012, setzte sich Instagram erstmals gegen 800.000 verfügbare Applikationen durch und stand erstmals an der ersten Stelle im App Store. Mittlerweile wird Instagram von zig Millionen Instagrammern, wie die Nutzerinnen und Nutzer genannt werden, täglich genutzt, was die Plattform zu einer der größten sozialen Netzwerke der Welt macht. 2012 wurde die App schließlich von Facebook übernommen, blieb aber dennoch selbstständig (vgl. Kobilke 2016, S. 8).

„Instagram ist damit Vorreiter des wachsenden „Visual-Social-Media“-Trends, bei dem sich die Kommunikation zwischen den Menschen in sozialen Netzwerken verstärkt auf Fotos und Videos verlagert. In unserer heutigen Zeit des Informationsüberflusses, können wir Bilder und insbesondere Bewegtbilder viel besser erfassen und verarbeiten als Text. Wie heißt es in diesen Tagen doch so oft: „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“ (Kobilke 2016, S. 5f.).

6.2 Begründung der Auswahl des Netzwerkes Instagram

Wie oben bereits beschrieben ist Instagram eine der erfolgreichsten Plattformen weltweit. Doch warum möchte ich in dieser Arbeit gerade auf diese Applikation eingehen und was unterscheidet sie von anderen weltbekannten Apps wie Facebook, Pinterest und co.?

Zum einen habe ich mich für diese App entschieden, da ich sie selber nutze und damit aktiv miterlebe, dass Instagram unter Jugendlichen die am meisten genutzte Plattform ist, um Fotos mit Freunden und Familie zu teilen und Facebook immer mehr an Bedeutung verliert. Denn im Gegensatz zu Facebook dient die Applikation ausschließlich dazu, über Videos und Fotos miteinander zu kommunizieren. Zum anderen wurden dutzende spannende Daten und Fakten veröffentlicht, welche die Beliebtheit des Netzwerkes bestätigen. Weltweit wird Instagram von einer Milliarde Menschen genutzt. Diese gigantische Zahl an weltweiten Nutzerinnen und Nutzern wurde im Juni 2018 erreicht (vgl. statista 2018, o. S.). Die Nutzung der Plattform Instagram hat sich in den letzten zwei Jahren sogar verdoppelt, während andere Plattformen, wie beispielsweise Facebook, erneut deutlich verloren haben (vgl. JIM-Studie 2017, S. 35). Allein in Österreich gibt es rund 2 Millionen Menschen, die regelmäßig die Plattform nutzen (Stand Januar 2018).

Die folgende Statistik zeigt die Zunahme der Instagram-Accounts von Österreicherinnen und

Österreichern von Februar 2016 bis Januar 2018. Eine zunehmende Beliebtheit ist hiermit eindeutig sichtbar (vgl. statista 2018, o. S.).

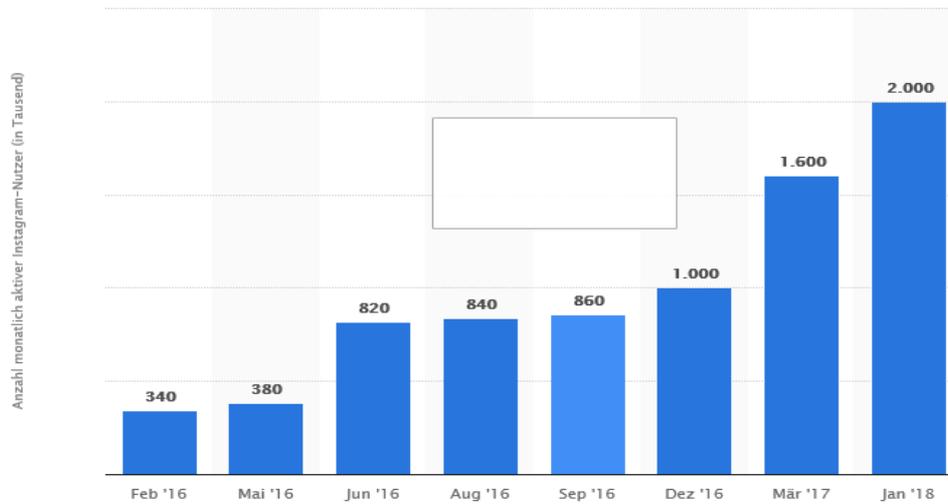


Abbildung 2: Anzahl der monatlich aktiven Instagram-Nutzer in Österreich in ausgewählten Monaten von 2016 bis 2018 (in 1.000)

(statista 2018, o. S.)

Ebenfalls zu erwähnen ist, dass Instagram häufiger von Mädchen, als von Jungen genutzt wird (Mädchen: 63%, Jungen: 51%). Mädchen sind auch diejenigen, die häufiger Fotos und Videos von sich selbst posten (Mädchen: 24%, Jungen: 18%) (vgl. JIM-Studie 2017, S. 35). Instagram wird somit nicht nur häufiger von weiblichen Personen genutzt, sondern auch von Personen unter 25 Jahren. Laut einer Statistik der Seite futurebiz (2018) liegt die tägliche Verweildauer bei Instagrammerinnen und Instagrammern unter 25 Jahren bei rund 32 Minuten, bei jenen über 25 Jahren nur mehr bei 24 Minuten (vgl. Futurebiz 2018, o. S.).

Auf Grund dieser Statistiken soll in der vorliegenden Arbeit näher auf Jungen und Mädchen im Jugendalter eingegangen werden. Doch nicht nur für Jugendliche ist Instagram ein großes Thema: unzählige berühmte Persönlichkeiten sowie Unternehmen nutzen die Applikation und verdienen ein Vermögen damit.

6.3 Identitätsbildung durch Instagram – Bestätigung der Identität durch andere

Wie bereits erwähnt gilt das Jugendalter als wichtigster Lebensabschnitt, in dem Identitätsarbeit statt findet. In der heutigen Mediengesellschaft ist es so, dass sich junge Mädchen und Burschen

einen enorm großen Teil ihrer individuellen Identitätsentwicklung über soziale Medien holen. Ebenso wie andere Plattformen, welche mit Hilfe von Fotos, Videos und Profilen vorgeben, was in unserer Gesellschaft als ideal und vorbildlich gilt, trägt auch Instagram zwangsweise zur Identitätsarbeit bei. Jugendliche folgen sogenannten Influencerinnen und Influencern, überprüfen sowohl ihre Bilder und Videos, als auch ihre Werte, Einstellungen und Lebensmodelle, die durch das jeweilige Profil dargestellt werden, bewerten diese und nehmen diese Werte, Einstellungen etc. in ihre Identitätsentwicklung auf.

Wie bereits im Absatz Funktionen der Medien in Bezug auf die Identitätskonstruktion angesprochen hoffen Jungen und Mädchen auf positives Feedback ihrer geposteten Inhalte, welches zugleich als Feedback auf ihre präsentierte Identität gilt. Dies ist besonders auf Plattformen wie Instagram, wo in erster Linie nur Fotos und Videos gepostet werden, wichtig. Man erhofft sich möglichst viele positive Reaktionen mittels Likes und Kommentaren, welche einen in der eigenen Identität bestätigen. „All dies dient der Suche nach Annahme und Integration in eine soziale Gruppe, der man sich zugehörig fühlt und mit der man sich identifizieren kann. Ist die Zugehörigkeit zur sozialen Gruppe vorhanden und wird immer wieder bestätigt, so kann man sagen, dass hier Identitätsarbeit erfolgreich abläuft“ (vgl. Karstädter 2013, S. 11).

6.4 (verfremdete) Selbstdarstellung auf Instagram

Die Darstellung der eigenen Person spielt in sozialen Netzwerken, besonders häufig auf Instagram, eine enorm wichtige Rolle. Jede und jeder möchte sich selbst von ihrer oder seiner besten Seite zeigen, auf den geposteten Bildern und Videos besonders gut aussehen, die richtige Pose einnehmen, auf das richtige Licht achten etc. Immer wieder wird darüber diskutiert, dass die Selbstdarstellung auf Instagram verfremdet und übertrieben ist, wodurch auch Oberflächlichkeit gefördert wird, da Nutzerinnen und Nutzer einen besonderen Wert auf den Besitz, die Kleidung und das Aussehen anderer Instagramerinnen und Instagrammer legen und diese somit auf Oberflächlichkeiten reduzieren (vgl. Scholtz 2016, S. 11). Dieses Phänomen kann man auf Instagram beobachten, da hier viele Nutzerinnen und Nutzer prominenten Personen, welche täglich Einblicke in ihr Luxusleben geben, aber auch vielen Influencerinnen und Influencern aus den Bereichen Sport, Reisen oder Beauty folgen.

„Es werden also beinahe perfekte Körper in teuren Kleidern gezeigt, was die Selbstwahrnehmung deutlich beeinflussen kann. Außerdem wird in hohem Maße Besitz präsentiert und mit Reichtum oder Geld geprahlt. Egal ob materielle Dinge oder Fotos von Luxushotel oder einem Traumstrand.

Alles führt dazu, dass der Betrachter denkt er sei in irgendeiner Art und Weise minderwertig oder nicht gut genug, weil er nicht so aussieht, sich die Kleider oder den Traumurlaub nicht leisten kann“ (Scholtz 2016, S. 12).

Allerdings steht auf der Plattform Instagram nicht nur die Selbstdarstellung anderer im Vordergrund, sondern vor allem die Darstellung von sich selbst nimmt eine immense Rolle ein. Dies beginnt bereits bei der Auswahl des Profilbildes, welches quasi das Aushängeschild der eigenen Profilseite ist und somit mit hohen Anforderungen verbunden ist, da es nicht nur den eigenen Charakter hervorheben soll, sondern auch möglichst positiv und natürlich auf die Peergroup wirken soll. Wenn dies nicht der Fall ist, wird es einfach mit Hilfe von modernsten Fotobearbeitungs-Apps oder Ähnlichem passend gemacht, um aus der Masse herauszustecken und gut bei seinen Freunden anzukommen. Vor allem enge Freunde unter den eigenen Followern haben einen großen Einfluss auf die geposteten Inhalte und die Beurteilung extremer Selbstdarstellungen (vgl. Hajok/Zerbin 2015, S. 64).

Auf sozialen Netzwerken findet also quasi eine verfremdete Selbstdarstellung statt, die durch zahlreiche Tipps und Tricks möglich ist. Im Folgenden soll das Selfie selbst, sowie Möglichkeiten der Bearbeitung jenes Selbstporträts vorgestellt werden.

6.4.1 Das Selfie

„Sollten eines Tages Instagram, Facebook & Co. verschwunden sein, so haben sie zumindest ein kulturelles Erbe hinterlassen: das Selfie. Als Selfies gelten via Smartphone geknipste Selbstporträts, die mittlerweile nicht mehr nur unter Jugendlichen, sondern auch unter Erwachsenen populär sind. Selfies werden mit ausgestrecktem Arm und der Smartphone-Gesichtskamera geknipst oder auch mit der Frontkamera und einem Spiegel, sodass das Handy mit im Bild ist“ (Albers-Heinemann/Friedrich 2014, S. 73). Zusammengefasst stellt ein Selfie also eine Selbstdarstellung oder auch ein Selbstporträt dar, welches mit Hilfe eines Smartphones geschossen wurde und anschließend auf sozialen Netzwerken gepostet wird. Heutzutage besitzt beinahe jede und jeder ein Smartphone mit einer Frontkamera und einer herausragenden Fotoqualität. Man hat dabei die Kontrolle über sich selbst, falls ein Selfie nicht perfekt ist, kann es umgehend wieder gelöscht werden. Es ist üblich, dass man sich zuvor für das perfekte Selfie eine möglichst ausgefallene Pose überlegt, um seine Einzigartigkeit auszudrücken und andere damit zu überbieten. Tillmann (2014) schreibt in diesem Zusammenhang folgendes: „Es handelt sich bei Selfies also nicht um flüchtige

Schnappschüsse, sondern um wohlüberlegte inszenierte Bilder – um selbst kontrollierte Posen. Jugendliche inszenieren sich sexy, kopflos, getaped, risikobereit usw., probieren sich vielfältig und kreativ aus – üben sich im Wettbewerb“ (Tillmann 2014, S. 44). Was hier deutlich wird, ist, dass vor allem dem eigenem Körper bei dieser Art der Selbstdarstellung eine große Bedeutung zugeschrieben wird, da dieser in der Identitätsentwicklung von Jungen und Mädchen eine wichtige Rolle als Ausgangs- und Bezugspunkt einnimmt (vgl. Tillmann 2014, S. 44).



*Abbildung 3:
Risikobereites Selfie*

(Admin-Blog 2015, o. S.)

Mit Hilfe dieser scheinbar perfekt inszenierten Selbstporträts „reiben sich Jugendliche einerseits an den gesellschaftlichen Anforderungen und Zumutungen der Erwachsenenwelt und üben sich in den anerkannten Praktiken der Selbstinszenierung und -optimierung, gleichzeitig grenzen sie sich aber auch jugendphasentypisch ab“ (Tillmann 2014, S. 44). Dazu gehört unter anderem auch die sexualisierte Darstellung von jungen Mädchen durch Selfies.

Wie vielleicht aufgefallen wurde in den vorherigen Aussagen stets über Jugendliche gesprochen. Der Grund dafür ist, dass junge Frauen und Männer nicht nur die größte Anzahl der Nutzerinnen und Nutzern von sozialen Netzwerken wie Instagram ausmachen, sondern vergleichsweise auch die meisten Selfies knipsen. In einer aktuellen Studie des Statistik Portals statista vom August 2018 wurden insgesamt 1190 amerikanische Männer und Frauen über 18 Jahren befragt, ob sie schon jemals ein Selfie gemacht haben. Laut der unten zu sehenden Abbildung haben 82% der befragten Personen zwischen 18 und 34 Jahren schon mindestens einmal ein Selfie von sich selbst gemacht und es anschließend auf eine Social-Media-Website hochgeladen. Die Häufigkeit des Knipsens und Postens eines perfekten Selfies nimmt also mit zunehmendem Alter ab (vgl. statista 2018, o. S.). 90 Prozent der Instagram-Nutzeinnen und Nutzer sind jünger als 35 (vgl. brandwatch 2018, o. S.).

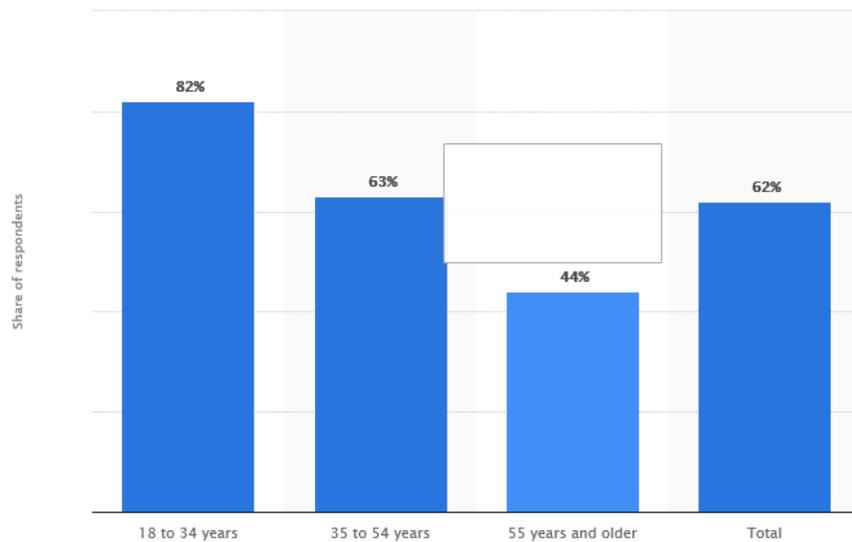


Abbildung 4: Anteil der Erwachsenen in den USA, die je nach Altersgruppe ein Selfie gemacht haben (Stand August 2018)

(statista 2018, o. S.).

Doch wie genau muss ein Selfie nun aussehen, um als „perfekt“ zu gelten? Dieser Frage ging ein Informatik Doktorand der Stanford University namens Andrej Karpathy auf die Spur. Er sammelte für sein Experiment insgesamt zwei Millionen Selfies, verglich sie miteinander und veröffentlichte schließlich folgende Faktoren, welche alle Selfies mit den meisten Likes gemeinsam haben und das angeblich „perfekte Selfie“ ausmachen:

- Sei weiblich: Frauen werden in der Regel höher eingestuft als Männer. Dies ist auch der Grund, warum sich in den Top 100 kein einziger Mann befindet.
- Das Gesicht sollte ein Drittel des Bildes einnehmen, dabei soll der Kopf leicht geneigt sein und sich in der Mitte oder oben befinden.
- Schneide die Stirn ab, sodass der oberste Teil des Kopfes nicht sichtbar ist.
- Zeige deine (im besten Fall langen) Haare.
- Übersättigung des Lichts: durch übersättigtes Licht wirkt das Gesicht oft gleichmäßiger.
- Benutze einen Filter.
- Füge einen Rahmen hinzu (vgl. Andrej Karpathy blog 2015, o. S.).

Wie vor allem durch die letzten drei Punkte deutlich wird, sind häufig Apps und Filter auf Instagram wichtig, um sich bestmöglich darzustellen. Natürlich gibt es mittlerweile tausende von Foto-Filtern und Selfie-Apps, um einen Überblick zu behalten wird anschließend jedoch nur ein kleiner Einblick in die Instagram-Filter gegeben, sowie eine ausgewählte Fotobearbeitungs-Apps vorgestellt.

6.4.2 Foto-Filter

Mittlerweile gibt es auf Instagram mehr als 40 verschiedene Filter zur Bearbeitung von Fotos und Videos (vgl. Kobilke 2016, S. 37). Kaum jemand verzichtet auf die Nutzung von Filtern, wenn sie oder er ein neues Foto veröffentlicht. Schließlich sind solche Filter in erster Hinsicht dazu da, den ausgewählten Inhalt des Bildes zu verschönern und somit zu schummeln, um das bestmögliche Foto der Welt zu präsentieren. Mittlerweile wurde sogar bewiesen, dass die Anwendung bestimmter Filter für mehr Likes auf Instagram sorgen. Ein Forschungsteam, das sich wissenschaftlich mit der Auswirkung von Filtern auf andere beschäftigt hat kam auf das Ergebnis, dass jene geposteten Inhalte, über welche ein Filter gelegt wurde, eine 21 prozentige Wahrscheinlichkeit haben, gesehen zu werden. Die Wahrscheinlichkeit, einen Kommentar zu erhalten liegt sogar bei stolzen 45 Prozent. Die Wahl des passenden Filters kann also wissenschaftlich bewiesen entscheidend für die anschließende Beliebtheit des veröffentlichten Inhalts sein (vgl. Cosmopolitan 2015, o. S.). Besonders gut kommen jene Filter an, die für einen stärkeren Kontrast sorgen, die Belichtung anpassen und schließlich für mehr Wärme sorgen. Diese Kriterien erfüllen die Instagram-Filter namens Rise, Valencia und Sierra, welche gleichzeitig die beliebtesten und am häufigsten genutzten Filter der Plattform sind (vgl. Flemming 2017, S. 32).

6.4.3 Selfie-Apps

Beinahe jedes auf Instagram zu bestaunende Foto ist mittlerweile bearbeitet. Selbst bei Stars und Models werden vermeintliche Makel retuschiert, um positives Feedback zu erhalten. Auch hier handelt es sich um eine Art der verfremdeten Selbstdarstellung.

Ein Beispiel dieser Selfie-Apps, welche für Fotos, die anschließend auf Instagram veröffentlicht werden, benutzt wird, ist die beliebte und häufig genutzte App „YouCam Perfect“. Im Google Play Store wird mit Hilfe folgender Beschreibung für die App geworben: „YouCam Perfect , die perfekte Kamera für perfekte Selfies – makellose Selfies wie die Reality Queen Kim Kardashian. In Handumdrehen können Sie mit zahlreichen Beauty-Tools das perfekte Porträt und Gruppenfoto zaubern. Einfach und schnell können Sie ihre Fotos kostenlos und ohne viel Aufwand bearbeiten, retuschieren und verschönern. YouCam Perfect ist eine Kamera App, mit der Fotobearbeitung zum Kinderspiel wird. Lassen Sie Hautunreinheiten, Akne und Flecken verschwinden! Sie werden von den bearbeiteten Fotos begeistert sein. Experimentieren Sie mit den verschiedenen Looks und Verschönerungsfunktionen für das gesamte Gesicht oder für einzelne Bereiche wie Mund, Nase,

Augen & Haare. Sie können sogar bestimmte Objekte ausschneiden und diese auf andere Fotos legen. YouCam Makeup bietet zahlreiche Effekte, Szenen und Vorlagen für tolle Selfies“ (Google Play 2018, o. S.).

Ein Beispiel für ein solches, durch eine Selfie-App bearbeitetes Foto wird in der unten zu sehenden Abbildung gezeigt. Die Funktionen und Auswirkungen der App sind deutlich zu sehen: die abgebildete Frau hat eine reinere und gleichmäßigere Haut, die Nase und das ganze Gesicht wurde verschmälert, die Zähne aufgehellt, die Tränensäcke weg retuschiert etc.

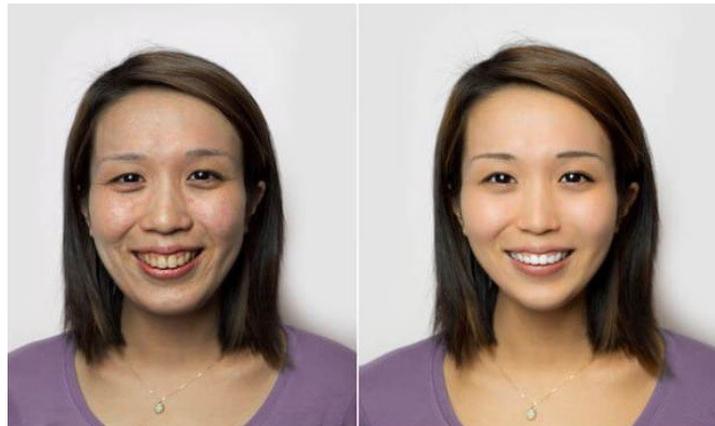


Abbildung 5: Selfie-App vorher-nachher
(RosemaryMacCabe 2017, o. S.)

Filter, Selfie-Apps und Ähnliches können natürlich dazu beitragen, dass man viele Likes, Kommentare und neue Follower bekommt, allerdings birgt diese extreme Art der Selbstdarstellung auch enorme Gefahren, welche oft nicht auf den ersten Blick erkennbar sind. Im folgenden Kapitel soll nun auf die Konsequenzen und Herausforderungen einer zunehmenden (teil-) öffentlichen Selbstvisualisierung für die Medienpädagogik eingegangen werden.

7. Konsequenzen und Herausforderungen einer zunehmenden (teil-) öffentlichen Selbstvisualisierung für die Medienpädagogik

Im folgenden Kapitel werden vier potenzielle Herausforderungen und Konsequenzen für die Medienpädagogik aufgezeigt. All diese Herausforderungen und Konsequenzen können aus dem zuvor beschriebenen Handeln und der Kommunikation über Selfies und den dementsprechenden Social Media Plattformen resultieren.

An erster Stelle steht die Ausrichtung an der Logik einer Ökonomie der Aufmerksamkeit. Darunter versteht man, dass jene Inhalte gepostet werden, welche Aufmerksamkeit in Form von Likes und

Kommentaren erzeugen, in der Hoffnung, so viel positive Rückmeldung wie möglich zu erhalten. Hierbei gehen viele ein hohes Risiko ein, um genügend Anerkennung zu erhalten. Allerdings ist die Enttäuschung umso größer, wenn die vielen und positiven Reaktionen, welche man sich erhofft hat, ausbleiben oder anders ausfallen, als erwartet. In diesem Fall erfolgt eine Kopplung der persönlichen Selbstwertschätzung an die Reaktionen von anderen Personen, was wiederum als kaum erstrebenswert gelten kann (vgl. Authenrieth 2014, S. 56).

Die zweite Herausforderung und Konsequenz für die Medienpädagogik ist die Normierung des Selbst. Wenn man Selfies auf Instagram, Facebook, etc. betrachtet, fällt einem auf, dass die selben Posen und Gestaltungsstrategien immer wiederkehren. „Lev Manovich warf bereits die Frage auf, inwieweit die Tatsache, dass ein erheblicher Anteil von User-generierten Inhalten den Vorlagen und Konventionen der professionellen Unterhaltungsindustrie folgt, bedeutet, dass die Identität und Vorstellungskraft der Menschen heute zunehmend verstärkt von kommerziellen Medien dominiert werden“ (Authenrieth 2014, S. 56). Dieses Phänomen taucht vor allem bei Jugendlichen immer wieder auf, wobei Inszenierungsstrategien und Posen von berühmten Vorbildern am häufigsten zu beobachten sind. Besonders auffällig sind auch die enorm marktformigen und heteronormativen Selbstinszenierungen von Jugendlichen. Junge Mädchen nehmen meist typisch weibliche Posen und Gesten ein, während Burschen sich auf ihren Selfies möglichst männlich präsentieren. Diese geschlechtsspezifischen Posen gelten als sichere und ungefährliche Orientierungsfolien und werden innerhalb der Peer Group akzeptiert und anerkannt. Dadurch werden Ideale geschaffen und es entstehen Vorstellungen und Erwartungen darüber, was als schön und erstrebenswert gilt, und was nicht. Diejenigen, die diesen Idealen nicht entsprechen, werden von den Mitmenschen abgelehnt und mit negativen Reaktionen konfrontiert. Die Toleranz gegenüber anderen und somit auch die Einzigartigkeit sinkt, Abweichungen von der vorgegebenen Norm werden vermieden (vgl. Authenrieth 2014, S. 56).

Der dritte Punkt behandelt die fortschreitende Normalisierung der Selbstobjektivierung. Als Beispiel wird hier das mittlerweile weltbekannte Selfie von Kim Kardashian angeführt, auf welchem sie sich äußerst freizügig und in einer stark aufreizenden Pose in einem knappen Badeanzug und von hinten zeigt. Das Selfie des It-Girls wirkt auf den ersten Blick als besonders starke sexualisierte Form der Selbstobjektivierung, dennoch muss man sich hier die Frage stellen, wie viel und welchen normalisierenden Einfluss Bilder dieser Art haben und inwiefern sie damit definieren, was als zeigbare Wertschätzung und Anerkennung bringende Selbstdarstellung gilt.

Der vierte und letzte Punkt möglicher Herausforderungen und Konsequenzen ist die nicht intendierte Objektivierung durch andere, insbesondere fremde Personen. Eine gewisse Objektivierung in Form von positiven Reaktionen wie Likes und Kommentaren und somit eine wünschenswerte posi-

tive Bewertung des Selbst wird akzeptiert und sogar erhofft. Doch gerade auf den vielen öffentlichen Accounts auf Instagram, die von unzähligen Fremden eingesehen werden können, muss mit negativen Reaktionen, teilweise sogar mit Hasspostings, welche fließend auf die verschiedensten Formen von Cybermobbing übergehen, gerechnet werden. Diese Art von negativen Kommentaren und Reaktionen auf das eigene Erscheinungsbild sind vor allem für Jugendliche mit einem fragilen Selbstwertgefühl schwer zu akzeptieren (vgl. Authenrieth 2014, S. 57).

„Gleichwohl ist abschließend noch einmal zu betonen, dass Selfies nichts grundsätzlich Negatives sind. Entgegen einiger pessimistischer Stimmen sind diese weder ein Zeichen für den bevorstehenden Kollaps gesellschaftlicher Werte noch für das Ende aller kulturellen Errungenschaften“ (Authenrieth 2014, S. 57). Darüber hinaus ist Authenrieth (2014) der Meinung, dass Selfies einige Möglichkeiten der konstruktiven Nutzung eröffnen und meint: „Selfies können sehr wohl einen positiven Prozess zur Auseinandersetzung mit gängigen Schönheitsidealen und dem Umgang damit auslösen. In der Notwendigkeit, mögliche negative Konsequenzen des eigenen Medienhandelns aufzuzeigen und gleichzeitig die vorhandenen Potenziale zu erschließen, liegt sicher eine der großen Herausforderungen für die Arbeit der Medienpädagogik“ (Authenrieth 2014, S. 57).

8. Gefahren von Instagram

Bei der Erstanmeldung sind sich nur die wenigsten Menschen bewusst, welche Gefahren die Fotosharingplattform Instagram birgt, da sie im ersten Moment völlig harmlos wirkt. Eine Studie der Royal Society for Public Health und der Organisation Young Health Movement bestätigt diesen negativen Einfluss auf die psychische Gesundheit von Instagrammerinnen und Instagrammern. Insgesamt wurden im Laufe der Untersuchung fast 1500 britische Jungen und Mädchen im Alter zwischen 14 und 24 hinsichtlich ihres Nutzungsverhaltens befragt. Außerdem sollten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Studie Näheres über den Zusammenhang von Instagram und Depressionen, Angstzustände, Schlafstörungen, Einsamkeit und die Angst etwas zu verpassen berichten. Die Forscherinnen und Forscher kamen durch die Auswertung der Befragung schließlich zu dem Ergebnis, dass Instagram jene Plattform ist, die den schlechtesten Einfluss auf die Psyche der Probandinnen und Probanden aufwies (vgl. Kurier 2017, o. S.). In diesem Kapitel soll nun geklärt werden, warum das sogenannte ungesündeste soziale Netzwerk so gefährlich ist und welche negativen Aspekte am häufigsten in der virtuellen Welt vorkommen.

8.1 Körperbild

Instagram gilt als jene Plattform, bei der der Fokus auf dem Aussehen, gängigen Attraktivitätsstandards sowie optimierten Körperbildern liegt (vgl. Stadt Wien 2017, S. 14). Nun gaben neun von zehn der befragten Mädchen und jungen Frauen der oben genannten Untersuchung an, nicht glücklich mit ihrem Körper oder generell mit ihrem Äußeren zu sein. Ganze 70 Prozent könnten sich sogar einen chirurgischen Eingriff vorstellen (vgl. Kurier 2017, o. S.). Was hier zu erkennen ist, ist, dass soziale Netzwerke wie Instagram einen enormen Einfluss auf Jugendliche, insbesondere auf Mädchen und junge Frauen, haben. Entsprachen vor wenigen Jahrzehnten noch vollere, rundlichere und natürliche Frauen dem gängigen Schönheitsideal, so sind es heutzutage extrem dünne Mädchen mit buschigen Augenbrauen und dicken Lippen, die in unserer Gesellschaft und auf Instagram als Vorbilder wirken. Das Körperbild spielt in den verschiedensten Lebensbereichen eine wichtige Rolle. Jugendliche nehmen schon sehr früh wahr, dass man häufig an seiner Attraktivität gemessen wird, weshalb der Drang zur körperbezogenen Selbstopтимierung zunimmt. Ein gutes Aussehen ist quasi der Schlüssel zum Erfolg. Deshalb orientieren sich Jugendliche an erfolgreichen Menschen und kursierenden Schönheitsidealen in sozialen Netzwerken und versuchen sich diesen anzupassen, um der dargestellten Körpernorm gerecht zu werden, mehr Anerkennung in der Gruppe, Wertschätzung und Aufmerksamkeit zu gewinnen und schließlich um das eigene Körperkapital zu erhöhen (vgl. Stadt Wien 2017, S. 14). „Das heißt, digitale Medien greifen nicht nur in technischer Hinsicht in den Alltag junger Menschen ein, sondern verändern über Inhalte und Ästhetiken vielmehr auch das Welt und das Selbstbild der Jugendlichen. An populären Social Media-Trends lässt sich dies gut ablesen. Aus der Jugendkultur- und Jugendtrendforschung wissen wir, dass derzeit Instagram eine der Hauptbühnen für fragwürdige Schönheitsideale und problematische Körpertrends ist“ (Stadt Wien 2017, S. 14). Beispiel für solch fragwürdige Schönheitsideale sind die Instagram Trends namens „Bikini Bridge“, „Thigh Gap“ oder die „Collarbone Challenge“, welche den Schlangheitswahn unterstützen. Unter dem Trend „Thigh Gap“ versteht man eine gewisse Lücke zwischen den Oberschenkeln, so dass sich die Oberschenkel selbst bei geschlossenen Beinen nicht berühren dürfen. Dies ist natürlich nur bei extremst schlanken Menschen möglich und selbst hier bedarf es der dafür notwendigen anatomischen Voraussetzungen (vgl. Hajok/Zerbin 2015, S. 66). Von „Bikini Bridge“ spricht man hingegen dann, „wenn sich das Bikinihöschen schlanker Mädchen von Hüftknochen zu Hüftknochen spannt“ (Hajok/Zerbin 2015, S. 66). Die „Collarbone Challenge“ beschreibt zu guter Letzt einen Trend, bei dem die Schlüsselbeinknochen extrem hervorstehen sollen und eine tiefe Schlüsselbeingrube als besonders attraktiv gilt, sodass ohne Probleme Gegenstände wie in den meisten Fällen Münzen auf den

Schlüsselbeinknochen platziert werden können.

Die Collarbone Challenge kann ebenso wie die Thigh Gap und die Bikini Bridge nur von besonders dünnen Personen erreicht werden und gilt als Merkmal für Magersucht (vgl. Stadt Wien 2017, S. 14ff.).



Abbildung 6: Collarbone-Challenge

(YourTango o. J., o. S.).

Auch der momentan angesagte Fitness-Trend auf Instagram beeinflusst unser Körperbild. Es werden millionenfach Fotos von perfekt durchtrainierten Körpern, Sport treibenden Menschen und ihren Erfolgen sowie von gesundem Essen auf der Plattform veröffentlicht. Dadurch wird man ständig daran erinnert, ein möglichst gesundes Leben zu führen. Viele werden durch die immer mehr werdenden Fitnessbilder von einem schlechten Gewissen geplagt, wenn sie sich ein Stück Pizza gönnen. Daraus resultiert, dass Jungen und Mädchen sich oft in eine Art Wettbewerb mit Freunden begeben und danach streben, die oder der Schönste und Fitteste zu sein (vgl. RankSider o. J., o. S.).

Jeder Mensch, der regelmäßig auf Plattformen wie Instagram unterwegs ist, ist Trends wie diesen ausgesetzt und wird dadurch zwangsweise beeinflusst und manipuliert. „User, wie du und ich, vermitteln uns ‚Schönheit ist gut, sie steht für machbares Glück‘, jedoch ist diese Schönheit leider nicht echt, sondern nur eine optische Manipulation durch retuschieren der Wahrheit. Somit wird dem Menschen ein Maßstab vorgesetzt an dem er sich dann leider misst. Durch diesen Druck verändert sich der positive Gedanke des gesund Lebens zu einer Gefahr. Natürlich ist es jedem selbst überlassen, was man mit dem eigenen Körper anstellt. Aber wenn man einem unrealistischen Schönheitsideal hinterher läuft, wird man nie zufrieden sein. Schnell kann das Streben nach diesem Schönheitsideal außer Kontrolle geraten. Junge Mädchen fangen an zu hungern, bis es zu einer Sucht wird“ (#mediawandel 2016, o. S.).

Was nun bestätigt wurde ist, dass soziale Netzwerke und insbesondere die Plattform Instagram das Körperbild maßgeblich beeinflussen. Jugendliche, insbesondere Mädchen, verfallen diesem Schönheitswahn. Sie geben alles, um so auszusehen wie ihre Vorbilder im Netz, rutschen dadurch oft in die Magersucht oder nehmen sogar Schönheitsoperationen auf sich. Sie stehen ständig unter Druck, schön zu sein, um Aufmerksamkeit zu erlangen und den aktuellen Schönheits-Trends gerecht zu werden. Geht man nun zurück zur Forschung und Datenerhebung der Royal Society for Public Health und der Organisation Young Health Movement, so sind die Forscherinnen und Forscher der Untersuchung folgender Meinung: „Körperkult im Internet wirkt, wie Gift für das fragile, jugendliche Selbstbewusstsein“ (watson 2017, o. S.). Doch gerade solch ungeeignete Inhalte, welche auf Grund des Wunsches nach Selbstdarstellung und vielen Likes gepostet werden, führen häufig zu Ablehnung und schließlich sogar zu Cybermobbing.

8.2 Cybermobbing

„Unter Cybermobbing versteht man das gegen eine Person gerichtete, schädliche Verhalten, deren Diffamierung, Beleidigung, Belästigung, Hänselei, Bedrängung, Nötigung oder seelische Verletzung – und das im Internet bzw. mit digitalen Hilfsmitteln, z.B. dem Smartphone“ (Mutschler 2016, S. 17f.). Die Auswertung der Studie der Royal Society for Public Health und der Organisation Young Health Movement, bei der fast 1500 Mädchen und Jungen in Großbritannien befragt wurden, ergab, dass sieben von zehn der Befragten schon einmal von Cybermobbing betroffen waren. Ganze 37 Prozent der Probandinnen und Probanden empfanden dies als hohe Belastung und gaben an, dass das digitale Mobbing die Schulleistungen negativ beeinflusste und in extremen Fällen sogar zu Depressionen, Selbstverletzung, Angstzuständen und Einsamkeit führte (vgl. watson 2017, o. S.). Eine weitere Statistik veröffentlicht die JIM-Studie 2017: hier gibt jeder fünfte Jugendliche an, dass sie oder er schon einmal im Netz beleidigt wurde oder falsche Inhalte verbreitet wurden. Es besteht hier zwar kein wesentlicher Unterschied zwischen Jungen und Mädchen (21% der Jungen und 19% der Mädchen sind betroffen), allerdings kann man eine Abweichung betrachten, was das Alter betrifft. So sind ältere Mädchen und Jungen, besonders jene zwischen 16 und 17 Jahren, häufiger von Falschmeldungen und beleidigenden Inhalten betroffen als jüngere. Jeder vierte Jugendliche ist oder war hier bereits ein Opfer von Cybermobbing-Attacken (vgl. JIM-Studie 2017, S. 59).

8.2.1 Cybermobbing und Sexting – Ein Medienpädagogischer Ansatz

Schon immer hatte die Kommunikation über Liebschaften, Gruppenzugehörigkeiten, Identitäten und Konflikten einen wichtigen Stellenwert im Leben von Jungen und Mädchen. Neu ist allerdings, dass Liebesgeflüster, Selfies und Beschimpfungen jeglicher Art im Netz aufgezeichnet werden. Solche medialen Dokumentationen stellen eine große Herausforderung in der Persönlichkeitsentwicklung von Jugendlichen in der heutigen Zeit dar. Es gilt, negative Konsequenzen zu vermeiden und Grenzen zu setzen. Negative Konsequenzen beziehungsweise Schädigungen sind dann möglich, wenn beispielsweise intime und private Bilder einer Person veröffentlicht werden, ohne die Zustimmung der abgebildeten Person. Dies geschieht häufig aus Gründen wie Rache oder Eifersucht. Allerdings ist es wenig hilfreich, Jugendlichen zu befehlen, das Aufnehmen und Versenden solcher intimer Fotos zu unterlassen, da viele Jungen und Mädchen positive Erfahrungen mit dem sogenannten Sexting innerhalb einer Beziehung machen. Wenn nun Fotos dieser Art in sozialen Netzwerken veröffentlicht werden, spricht man von einer Form der digitalen Gewalt, welche bei den Opfern schwere seelische Folgen haben und nicht selten zu einer chronischen psychosozialen Belastung führen. Aus diesem Grund ist es wichtig, Jugendliche darüber aufzuklären, wie unüberlegt und zerstörerisch ihre Handlungen über das Internet sein können, selbst wenn man seinem Gegenüber vermeintlich gar nichts Schlimmes will. Außerdem soll geklärt werden, welche spielerischen pädagogischen Methoden es gibt, um Jugendliche auf dieses Thema aufmerksam zu machen. In weiterer Folge werden deshalb nun zwei spezielle Methoden vorgestellt, welche sich dazu eignen, Jugendlichen in ihrer medialen Gestaltung von Beziehungen und Identität zu fördern (vgl. Förster 2014, S. 75).

Das Cybermobbingbarometer:

Das Cybermobbingbarometer wird auch Gewaltbarometer genannt und kann gut innerhalb einer Klasse eingesetzt werden. Es gibt verschiedene Moderationskarten, die mit einem Barometer von 0,5 bis 10 beschriftet sind und auf dem Boden platziert werden. Nun werden die unterschiedlichsten Aussagen vorgelesen, woraufhin sich die Jugendlichen auf eine Zahl zwischen 0 und 10 stellen müssen, je nachdem wie sie über das Vorgelesene denken und was sie empfinden. Die Zahl 10 bedeutet in diesem Fall, dass die Aussage als extrem schlimm empfunden wurde, die Zahl 0 wiederum das Gegenteil. Beispiele für solche Aussagen sind: „Stell dir vor, dein/e Freund/-in veröffentlicht ein Oben-ohne-Foto von dir vom letzten Strandurlaub auf Facebook, weil sie neidisch auf deine guten Noten ist“ oder „Stell dir vor, deine Freund/-innen posten auf Instagram ein Nacktfoto von dir,

das nach dem Training unter der Dusche aufgenommen wurde“ (Förster 2014, S. 76). Nachdem sich die Jugendlichen für eine Zahl auf der Skala entschieden haben, wird besprochen, warum sie so darüber denken und was sie empfinden. Oft sind die Jungen und Mädchen komplett unterschiedlich auf dem Barometer verteilt, was wiederum verdeutlicht, dass jede und jeder andere Empfindungen und Wahrnehmungen gegenüber der vorgelesenen Aussage hat und diese unterschiedlich bewertet. Freundinnen und Freunde stellen sich oft an dieselbe Position, um den Schutz der Gruppe zu genießen und somit nicht allein für eine Aussage zu stehen (vgl. Förster 2014, S. 76). „Bei dieser Übung wird den Jugendlichen deutlich, dass es nicht immer leicht ist, eine Position offen einzunehmen, vor allem dann nicht, wenn sie von einer größeren Gruppe abgelehnt wird. In diesem Zuge lässt sich mit den Jugendlichen gut über Gruppendruck, Vorurteile, Geschlechterklischees, Gewalt, Mut, Schwäche, Verletzbarkeit reden“ (Förster 2014, S. 76). Abschließend haben die Jugendlichen eine zweite Chance, sich auf der Skala zu positionieren und es wird beobachtet, ob jemand einen anderen Skalenwert gewählt hat und falls ja, warum.

Talkshow zum Thema Cybermobbing:

Bei der Methode Talkshow wird ein Kurzfilm namens „Let's fight it together“ gezeigt, welcher online angesehen werden kann. Dieser Film wurde in Großbritannien vom Ministerium für Kinder, Schulen und Familien erstellt und handelt von den Folgen von Cybermobbing. Es wird die Geschichte eines Jungen namens Joe erzählt, welcher in der Schule ein Opfer von Cybermobbing wurde. Nachdem der Kurzfilm angesehen wurde, werden mögliche aufgekommene Fragen geklärt und das Gesehene wird kurz wiedergegeben. Anschließend werden die Jungen und Mädchen in 5 Gruppen unterteilt, um sich mit den Figuren der Geschichte (Joe, das Opfer/ Rob, Joes Freund/ Kim, eine der (Cyber-)Mobberinnen/ Joes Mutter/ Joes Lehrerin) auseinanderzusetzen. Jede dieser Kleingruppen macht sich nun Gedanken über das Verhalten der jeweiligen Figur und die Ursachen und Gründe für dieses Verhalten. Daraufhin wird eine Person aus der Gruppe ausgewählt, welche die Figur in einer Art Talkshow schauspielerisch verkörpern soll. Die Gäste dieser Talkshow, welche wiederum alle Figuren aus dem Kurzfilm sind, sind mit den zuvor in der Gruppe erarbeiteten Gründen und Aussagen gewappnet. Die Talkshow wird in möglichst mitreißender Form von der Pädagogin beziehungsweise dem Pädagogen moderiert. Die Moderation versucht nun, Antworten und Gründe für das jeweilige Verhalten zu bekommen (vgl. Förster 2014, S. 77). Mögliche Leitfragen sind hier beispielsweise „Wie hat Joe sich gefühlt? Was war das Schlimmste? Warum hat Joe sich nicht seiner Mutter anvertraut?“ oder „Welche Rolle hatte die Lehrerin? Hätte sie intervenieren können?“

Was hätte die Schule tun können?“ (Förster 2014, S. 77). Nachdem jeder Gast eine Frage beantwortet hat, wird auch das Publikum nach seiner Meinung gefragt. Nach Beendigung der Talkshow können gemeinsam Lösungsstrategien für einen möglichen Cybermobbing-Fall und Gruppenregeln für das Verhalten im Netz erarbeitet werden. „Während des ganzen Rollenspiels und danach ist es wichtig, nicht nur schwarz-weiß auf Täter/-innen und Opfer zu schauen, sondern die kritische Masse der Mitläufer/-innen (in der Rolle des Rob und ggf. weiteren Publikumsgästen) im Auge zu haben und Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, wie z.B. Opfer ansprechen, Solidarität bekunden, Hilfe anbieten, Hilfe holen. Das Thema Zivilcourage fließt in die Diskussion ein“ (Förster 2014, S. 78).

Die unterschiedlichste (medienpädagogische) Art und Weise, wie die Themen Cybermobbing und Sexting bearbeitet wurden, bietet Jungen und Mädchen die Möglichkeit, sich mit diesen sensiblen Themen auf vielfältigste Art zu beschäftigen. Die gemeinsame Erarbeitung und Umsetzung solcher Medienprojekte stärkt die Zusammenarbeit der Jugendlichen und bewirkt, dass sie sich mit dem menschlichen Umgang miteinander auseinandersetzen. Natürlich soll Jugendlichen die Nutzung von Internet, Handy, etc. nicht verboten werden. Ziel ist es, Wissen zu vermitteln, damit die Adoleszenten selbstbewusst und verantwortungsvoll mit dem Thema umgehen und bereit sind, Hilfe anzunehmen beziehungsweise anderen zu helfen. Ein (Medien-)Projekt dieser Art stellt natürlich nicht automatisch einen Schutz vor negativen Erlebnissen mit der Online-Welt dar, allerdings besteht die Hoffnung, dass Jugendliche durch das Projekt ihre Medienkompetenz gestärkt haben und somit in Zukunft bewusster und sensibler mit dem Thema umgehen (vgl. Förster 2014, S. 78). „Die Möglichkeit, Medienkompetenz weiter zu entwickeln, muss dauerhaft an Schulen und in der Jugendarbeit gegeben sein, denn die Medienwelten entwickeln sich ständig weiter und damit auch die Themen der Jugendlichen. Den kontinuierlich hieraus entstehenden Herausforderungen sollte sich eine Gesellschaft stellen, insbesondere wenn sie Chancengleichheit für Benachteiligte fordert“ (Förster 2014, S. 78).

8.3 Schlafstörungen

Besonders im Jugendalter ist es wichtig für die Entwicklung, dass Jungen und Mädchen ausreichend Schlaf abbekommen. Dieser wird vor allem für die psychische Gesundheit, aber auch die Hormonumstellung und das Wachstum in den Jugendjahren benötigt. Tatsächlich brauchen junge Burschen und Mädchen, welche sich gerade im Wachstum befinden, sogar ein bis zwei Stunden mehr Schlaf als Erwachsene (vgl. watson 2017, o. S.). Die Realität sieht allerdings anders aus. Immer häufiger

kommt es auch schon bei jungen Menschen zu Schlafstörungen. Seit einigen Jahren kommen zu den alltäglichen Stressfaktoren wie beispielsweise Ausbildung, Hausaufgaben und Freizeit auch noch die sogenannten virtuellen Verpflichtungen hinzu. Durch das ständige Onlinesein kommt so der Schlaf oftmals viel zu kurz (vgl. Holzinger/Klösch 2018, S. 103). Dabei wurde es wissenschaftlich erwiesen, dass junge Männer und Frauen, welche ausreichend schlafen, im Alltag leistungsfähiger sind als jene, deren Schlaf zu kurz kommt. Durchschnittlich schlafen Jugendliche sieben Stunden und 27 Minuten, was laut der folgenden Untersuchung allerdings viel zu wenig ist. Verdeutlicht wird dies durch eine Studie der Universität Pittsburgh in Pennsylvania, bei der das Nutzungsverhalten von sozialen Netzwerken sowie das Schlafverhalten bei 1788 jungen Erwachsenen in den USA untersucht wurde. Man stellte fest, dass bereits 30 Prozent der Männer und Frauen starke Schlafstörungen aufwiesen. Besonders häufig waren jene Personen davon betroffen, welche besonders oft und vor allem in regelmäßigen kurzen Abständen auf ihre Accounts zugriffen. Die Studie ergab, dass jene besonders eifrigen Nutzerinnen und Nutzer sogar dreimal so anfällig für Schlafstörungen sind, wie jene, die eher selten auf ihre Social Media Accounts Zugriff haben (vgl. Welt 2016, o. S.). Hauptgrund für die ständige Nutzung der Jungen und Mädchen ist vor allem die Angst, etwas zu verpassen, welche in einem späteren Kapitel noch genauer vorgestellt wird.

8.3.1 Maßnahmen zur Verbesserung von Schlafstörungen

Das hell leuchtende Licht von Smartphones, Tablets, etc. sorgt dafür, dass das für einen erholsamen Schlaf notwendige Hormon Melatonin, unterdrückt wird. Vor allem wenn kurz vor dem Schlafengehen soziale Medien konsumiert werden, wird der Schlaf durch die blauen Wellenlängen maßgeblich gestört. Eine Möglichkeit für besseren Schlaf bietet die sogenannte Methode des Digital Detox. Dies funktioniert wie folgt:

- Man sucht sich einen Tag in der Woche aus, an dem man auf soziale Medien vollkommen verzichtet.
- Zuvor plant man, welche Aktivitäten man in diesen 24 Stunden, in denen man offline ist, unternimmt.
- Anschließend werden Freunde und Familie benachrichtigt, dass man einen Tag lang nicht erreichbar ist.
- Wichtig ist auch eine gewisse Digital-Detox-Grundausrüstung in Form von Wecker, Kamera und Uhr.

- Um das Experiment erfolgreich durchführen zu können ist es hilfreich, das Smartphone und alle weiteren digitalen Mittel außer Sichtweite zu legen (vgl. Otto 2016, S. 135f.).

Daniela Otto (2016) gibt darüber hinaus auch Tipps für einen dauerhaft bewussten Umgang mit sozialen Medien, in dem kleine Offline-Rituale in den Alltag integriert werden. Diese Tipps können sowohl von Jugendlichen, als auch von Erwachsenen umgesetzt werden.

- „Schalten Sie Ihr Handy erst nach dem Frühstück an. Wenn Sie nicht frühstücken, dann nach der Morgentoilette. Beginnen Sie Ihren Tag somit nicht mit dem Griff zum Smartphone, sondern nehmen Sie sich Zeit für sich bzw. Ihren Partner oder Ihre Familie. Unter der Woche schalten Sie Ihr Handy am besten erst dann ein, wenn Sie aus dem Haus gehen.
- Sie wollen nicht auf Nachrichten beim Frühstück verzichten? Sie haben Glück: Noch gibt es die Tageszeitung aus Papier. Lesen Sie diese, anstatt Ihr Handy oder Tablet anzuschalten, um die News zu checken.
- Wenn Sie mit Genuss einen Film anschauen wollen, streamen Sie diesen nicht, sondern kaufen Sie sich die DVD und schalten Sie Ihren Rechner und Ihr Telefon aus. Wer nicht streamt, bekommt keine Mails. Und ja: Man kann auch fernsehen, ohne nebenbei ins Handy zu tippen.
- Schalten Sie Ihr Handy während der Mahlzeiten aus.
- Schalten Sie Ihr Handy bereits eine Stunde vor dem Schlafengehen aus.
- Schalten Sie Ihr Handy nachts prinzipiell immer aus.
- Wählen Sie sich täglich Ihre persönliche Offline-Zeit und halten Sie diese konsequent ein. Schalten Sie zum Beispiel Ihr Handy für eine Stunde ab, wenn Sie aus dem Büro gehen und kommen Sie in Ruhe im Feierabend an.
- Wenn Sie im Theater, Kino oder in der Opfer waren, also irgendwo, wo Sie ohnehin Ihr Handy aus- oder in den Flugmodus schalten mussten, lassen Sie dieses auch noch auf dem Nachhauseweg ruhen. Lassen Sie den Film, die Aufführung, die Musik nachwirken.
- Nochmals, schaffen Sie sich die Grundausstattung für Digital Detoxer an: Tragen Sie eine Armbanduhr. Wer keine hat, schaut automatisch aufs Handy, um die Uhrzeit zu checken. Stellen Sie sich stets einen analogen Wecker, nur so können Sie ohne Handy in den Tag starten, und investieren Sie in eine normale Kamera, damit Sie schöne Momente auch ohne Ihr Smartphone knipsen können“ (Otto 2016, S. 136f.).

8.4 Angst etwas zu verpassen

Ein Ausdruck, der immer häufiger in der Social Media Welt vorkommt ist FOMO. Die Abkürzung FOMO steht für „Fear of Missing Out“ und bedeutet übersetzt die Angst, etwas zu verpassen. „Fomotiker (ein neues Wort für diejenigen, die an FOMO leiden, analog zu „Neurotiker“) fürchten ständig, falsche Lebensentscheidungen zu fällen, und verpassen vor lauter Überlegen, was sie tun sollten, die besten Erfahrungen. Beständige innere Unruhe, Hetzen von Ereignis zu Ereignis, der ständige Blick auf die Uhr und die Sorge, man könnte woanders etwas verpassen, sowie die Einbuße der Fähigkeit, Dinge zu genießen, gehören zu den charakteristischen Symptomen“ (Spitzer 2015, S. 223).

In der virtuellen Welt befürchten vor allem Jugendliche, etwas zu verpassen. Man könnte verpassen, dass jemand das Foto liked, welches ich gerade online gepostet habe oder etwa die neue Story der besten Freundin. Eine in Großbritannien durchgeführte Studie zeigt, dass vor allem junge Männer diejenigen sind, die fürchten etwas zu verpassen. Ältere Menschen, welche wenig Zeit online verbringen, sind hingegen zufriedener bezüglich der Befriedigung ihrer Bedürfnisse wie auch mit dem eigenem Leben insgesamt. Zusätzlich verdeutlicht die Studie, dass die Angst, etwas zu verpassen, in erster Linie mit einer verstärkten Nutzung sozialer Medien einher geht, jedoch spielen auch die Faktoren Stimmung und Lebenszufriedenheit eine wichtige Rolle (vgl. Spitzer 2015, S. 224). Eine weitere Studie, welche deutlich macht, dass die Angst etwas zu verpassen heutzutage allgegenwärtig ist, wurde in Österreich durchgeführt. Teilgenommen haben hierbei 64 Studentinnen und Studenten im Alter von 19 bis 28 Jahren. Ziel der Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollte es sein, für insgesamt 15 Tage, was wiederum 360 Stunden entspricht, auf die Nutzung von Fernseher, Internet und des Handys zu verzichten. Nur einer Person gelang es, dieses Ziel zu erreichen. Die folgende Grafik zeigt, wie viele Stunden die Studentinnen und Studenten tatsächlich mit Handy, Internet und TV verbrachten, obwohl sie für 15 Tage (360 Stunden) auf die Nutzung verzichten sollten. Hier kann man auch deutlich erkennen, dass ihnen der Verzicht auf das Mobiltelefon am schwersten gefallen ist (vgl. Spitzer 2014, S. 224). Auch wenn man unter FOMO leidet, empfiehlt sich, ebenso wie im Fall von Schlafstörungen, die Methode des Digital Detox.

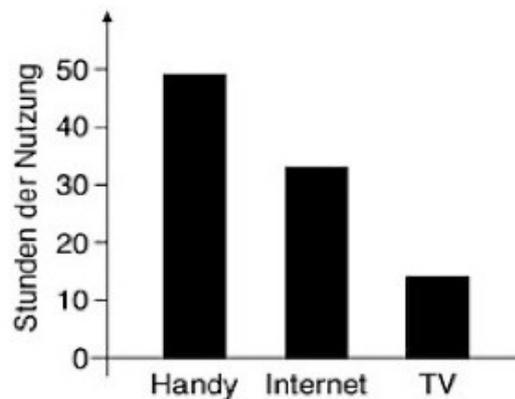


Abbildung 7: Anzahl der verbrachten Stunden mit dem jeweiligen Medium

(Spitzer 2014, S. 225).

8.5 Datenschutz und Privatsphäre im Netz

Eine weitere Gefahr, die Instagram, aber auch allgemein soziale Netzwerke mit sich bringen, ist jene des Datenschutzes. Auch im Jahr 2018 hat es bereits einige Skandale gegeben, da wichtige und persönliche Daten von Privatpersonen oder Firmen geklaut oder veröffentlicht wurden. Viele dieser gehackten Konten wurden als Werbung für gewisse Fake-Shops benutzt, wie die unzähligen Accounts gehackt werden konnten ist jedoch bis heute unklar. Deshalb ist es ratsam, sich den Datenschutz und die jeweiligen Datenschutzrichtlinien genau anzusehen, bevor man sich bei einem Netzwerk anmeldet und seine Daten preis gibt. Bei Instagram ist es beispielsweise so geregelt, dass das Profil der Nutzerin oder des Nutzers nach der Anmeldung automatisch auf öffentlich eingestellt ist, so dass jeder auf das Profil zugreifen kann. Eine weitere Gefahr ist die Aufforderung zur Verbindung von Instagram zu Facebook und WhatsApp. Da Instagram seit mittlerweile 6 Jahren zu Facebook gehört (genauso wie WhatsApp), besteht die Gefahr, dass alle Accounts ausspioniert werden und Daten von fremden Personen gesammelt werden, wenn auch nur einer dieser Accounts gehackt wurde (vgl. watson 2017, o. S.).

Viele Nutzerinnen und Nutzer des Netzwerkes Instagram sind oft naiv und glauben, es werden ausschließlich Name, Profilbild und E-Mail Adresse gespeichert. Dies ist allerdings ein großer Irrtum, da die Liste an den von Instagram gesammelten persönlichen Daten enorm lang ist. Gespeichert werden von Instagram:

- „Standortdaten (via GPS, Bluetooth, WLAN-Verbindungen, Funkzellen, Handy-Sensoren, Geotags in Fotos)
- Nutzernamen
- Passwörter
- E-Mail-Adressen
- Vor- und Nachnamen
- Profilbilder
- Wohnorte
- Telefonnummern
- deine Kontakte im Adressbuch (sofern man dies der App erlaubt)
- alle Fotos und Kommentare, die du auf Instagram veröffentlichst
- Geotags deiner Fotos (damit Instagram weiss, wo du das Foto aufgenommen hast)
- wie, wann und von wem du ein Foto, Video oder Kommentar erstellst und welche Hashtags du genutzt hast (auch Metadaten genannt)
- Likes und Dislikes
- mit wem du befreundet bist
- wann, wie und wie oft du Instagram nutzt
- deine Geräte-ID, um dich bzw. dein Mobilgerät eindeutig zu identifizieren
- welche Werbung dich interessiert
- IP-Adresse
- Browser
- Betriebssystem
- auf welche Links du klickst
- deine besuchten Webseiten
- die Kommunikation zwischen dir und Instagram
- welche Webseiten du sonst noch besuchst (Instagram erhält diese Information z.B. von Partnerfirmen)
- etc.“ (watson 2017, o. S.).

Diese schockierend lange Liste verdeutlicht, dass der Datenschutz auf Instagram eine enorme Gefahr darstellt und man seine Daten nicht einfach waghalsig und unüberlegt preisgeben sollte.

Die fünf Gefahren, auf jene Jugendliche in sozialen Netzwerken, besonders aber auf Instagram, täglich antreffen sind somit das dort vermittelte Körperbild beziehungsweise die Selbstwahrnehmung des eigenen Körpers, Cybermobbing und Sexting, durch Social Media hervorgerufene Schlafstörungen, FOMO (also die Angst, etwas zu verpassen), und wie eben erwähnt die Gefahr des Datenschutzes. Anschließend werden präventive Möglichkeiten in der Kinder- und Jugendmedienarbeit präsentiert.

8.5.1 Präventive Möglichkeiten in der Kinder- und Jugendmedienarbeit

Der Schutz von Persönlichkeitsrechten von Jungen und Mädchen kann im Netz durch hoheitliche Maßnahmen nur sehr begrenzt gewährleistet werden. Es gilt, Kinder und Jugendliche durch Aufklärung und präventive Ansätze zu schützen.

Zunächst ist es wichtig, die Adoleszenten auf die Gefahren bezüglich des Schutzes ihrer Persönlichkeitsrechte im Netz aufmerksam zu machen. Folgende Gefahrenlagen sollten sich junge Nutzerinnen und Nutzer bekannt sein:

- Wenn Jugendliche ihre persönlichen Daten vorschnell und unüberlegt auf Social Media Plattformen preisgeben, können sie schnell in den Besitz von unerwünschten, wenn nicht gar gefährlichen Personen geraten.
- Auch wenn es sich um strafbare Inhalte handelt, ist es schwierig und in einigen Fällen gar unmöglich, sie komplett aus dem Netz zu beseitigen.
- Selbst ein Foto beziehungsweise Video, das auf den ersten Blick uninteressant wirkt, kann große Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Dies kann dann sowohl eine Einschränkung der Privatsphäre mit sich ziehen, als auch eine herablassende oder verletzende Wirkung haben, wogegen die oder der Betroffene wenig bis gar nichts ausrichten kann.
- Oft werden selbst gefährdende Inhalte wie beispielsweise unüberlegte Äußerungen und Aufnahmen ins Netz gestellt, mit denen man nach einiger Zeit nicht mehr in Verbindung gebracht werden will. Auch hier ist es quasi unmöglich, solche Äußerungen oder Aufnahmen zu beseitigen, denn das Netz vergisst nichts (vgl. Gutknecht 2014, S. 84).

Zusätzlich zu den möglichen Gefahren sollten Kinder und Jugendliche auch über die strafrechtlichen Verbote und auf keinen Fall tolerables Verhalten aufgeklärt werden. Denn das Internet ist kein rechtsfreier Raum, es bestehen bezüglich des Schutzes der eigenen Persönlichkeit die selben Regeln wie außerhalb des Netzes. Jungen und Mädchen sollten hinsichtlich dieses Themas also bekannt

sein, dass

- „Beleidigungen, ehrverletzende Tatsachenbehauptungen und Verleumdungen absolut unzulässig sind,
- das Einfordern eines bestimmten Verhaltens gegen den Willen eines Opfers mit der Androhung, ansonsten herabwürdigende Informationen oder Abbildungen zu seinem Nachteil ins Netz zu stellen, eine strafbare Nötigung darstellen kann, bereits das Aufnehmen von Personen ohne deren Einverständnis in intimen Orten wie der Schultoilette oder einer Umkleekabine eine Straftat ist und
- das Verbreiten nicht nur solcher Aufnahmen, sondern jeder Abbildung einer Person im Netz grundsätzlich nur mit ihrer Einwilligung bzw. der Einwilligung der Eltern zulässig ist. Von dieser Regel gibt es Ausnahmen, in der Realität scheint allerdings die Einhaltung der Regel die Ausnahme. Auch nicht immer bekannt ist die Tatsache, dass man mit vierzehn Jahren strafmündig ist und (nach den Regelungen des Jugendgerichtsgesetzes) für das Begehen von Straftaten bestraft werden kann“ (Gutknecht 2014, S. 84f.).

Es ist wichtig, dass die Intention dieser Regelungen den jungen Nutzerinnen und Nutzern verdeutlicht wird. Hierbei ist es von Bedeutung, den Jugendlichen beizubringen, dass die oben genannten Verbote und Regelungen nicht nur zum Nutzen der Allgemeinheit dient, sondern vor allem für die eigene Sicherheit im Internet wichtig ist. Vor allem in der Kinder- und Jugendmedienarbeit bietet es sich an, Adoleszenten das Persönlichkeitsrecht zu vermitteln, welches in der Rechtsordnung unseres Landes den höchsten Schutz genießt (vgl. Gutknecht 2014, S. 84). „Zudem verbessert sich die Situation in dem Maße, wie immer mehr aufgeklärte und verantwortungsvolle Nutzer auf die Einhaltung der Persönlichkeitsrechte im Sinne einer wirklichen sinnvollen „Netzkultur“ achten“ (Gutknecht 2014, S. 84). Die richtigen Verhaltensweisen im Internet werden besonders dann glaubhaft vermittelt, wenn die erwachsenen Bezugspersonen eine Vorbildfunktion einnehmen und diese gesellschaftlich anerkannten Regeln und Umgangsformen vorleben. Hier besteht jedoch die Problematik, dass viele Erwachsene die Angebote selbst nicht nutzen und sich nur mangelhaft in der virtuellen Welt auskennen. Allerdings könnte dieses Problem mit den immer mehr und immer erfahreneren Nutzerinnen und Nutzern von Jahr zu Jahr weniger Gewicht haben. Aber nicht nur Erwachsene, sondern auch Kinder und Jugendliche untereinander können sich auf richtige und falsche Verhaltensweisen in den sozialen Netzwerken hinweisen (vgl. Gutknecht 2014, S. 85). „Soweit hierdurch die tatsächlichen Gefahren und die zu beachtenden Verbote hinreichend vermittelt werden, ist dies ein wirkungsvoller Ansatz. Idealerweise aktiviert, unterstützt und – wo nötig – korrigiert die Medienziehung durch Erwachsene diese Peer-toPeer-Education“ (Gutknecht 2014, S. 86).

Die richtige Mediennutzung und das Vermitteln und Vorleben von Verhaltensweisen soll darüber hinaus auch das Erfordernis eines hilfsbereiten und sozialen Miteinanders verdeutlichen. Man muss Jugendlichen bewusst machen, dass hinter jeder anonymen Nutzerin und hinter jedem anonymen Nutzer, egal ob sie oder er authentisch wirkt oder nur eine Rolle einnimmt, ein ganz normaler Mensch steckt, welcher schützenswerte Persönlichkeitsrechte hat. Kein Mensch hat das Recht dazu, zu entscheiden, wer beleidigt werden darf und wessen Rechte zu beachten sind (vgl. Gutknecht 2014, S. 86).

„Relevante rechtliche Vorgaben zum Schutz des allgemeinen Persönlichkeitsrechts (auch) von Kindern und Jugendlichen im Rahmen der Nutzung von Kommunikationsangeboten im Internet ergeben sich aus den strafrechtlichen Regelungen zum Ehrschutz (§§ 185 ff. StGB), aus den Aufnahme- und Verbreitungsverboten der §§ 201 und 201a StGB sowie §§ 22 und 23 Kunsturhebergesetz. Eine große Bedeutung für den Schutz der Persönlichkeitsrechte von Kindern und Jugendlichen haben präventive Maßnahmen, die junge Internetnutzer nicht nur über bestehende Gefahren und Regeln aufklären, sondern sie zu einem verantwortungsvollen und sozialen Verhalten bei der Kommunikation im Internet befähigen. Die Kinder- und Jugendmedienarbeit eignet sich hierfür in besonderer Weise“ (Gutknecht 2014, S. 86).

9. Anregungen und Praxis-Tipps für die medienpädagogische Arbeit

Die Herausforderung der Medienpädagogik besteht in der heutigen Zeit, welche durch den immer stärkeren Einfluss der Medien geprägt ist, Lösungen auf dem schmalen Grad zwischen den Chancen und Risiken hinsichtlich digitaler Medien zu finden. Ziel soll es sein, die Heranwachsenden in einer risikoarmen, zugleich aber auch an Chancen orientierten Mediennutzung zu bestärken. Die Jugendlichen wiederum sind auf die Hilfe und Unterstützung durch erwachsene Autoritätspersonen angewiesen, welche nicht vorschnell über die Kommunikationskultur urteilen und dieser ablehnend gegenüber stehen. Die Aufgabe der Erwachsenen ist es, Jugendliche offen und unvoreingenommen zu begleiten (vgl. Otto 2014, S. 71). Deshalb sind gewisse präventive Maßnahmen wichtig, die zur Förderung der Medienerziehungskompetenz dienen. Diese sollen sich sowohl an die Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen richten, als auch an die Kinder und Jugendlichen selbst.

9.1 Angebote für Eltern und pädagogische Fachkräfte

Elternteile, Lehr- und pädagogische Fachkräfte stehen vor den verschiedensten erzieherischen Herausforderungen. Beispielsweise müssen sie entscheiden, ab welchem Alter sie ihrem Kind den Besitz eines eigenen Mobiltelefons oder gar Smartphones erlauben. Welche Regeln gelten hinsichtlich des Umgang mit dem Handy in der Familie, Freizeit oder Schule? Wie viel Kontrolle von Seiten der Eltern ist überhaupt angemessen? Auch dies sind Fragen, die sich Eltern im Laufe der Entwicklung ihres Kindes stellen müssen (vgl. Otto 2014, S. 71). „Vor allem im Hinblick auf die kindliche Medienkompetenzförderung stellen Angebote für Eltern eine wichtige Maßnahme dar. Hier sollte Wert darauf gelegt werden, nicht ausschließlich die Risiken der Handynutzung zu thematisieren und somit die Sorgen und Ängste der Mütter und Väter möglicherweise noch zu verstärken, sondern Eltern vor allem die Motive und Nutzungsweisen ihrer Kinder und die damit verbundenen Chancen näherzubringen, auf medienpädagogische Projekte aufmerksam zu machen und den Austausch zu wichtigen Themen der Mediennutzung in der Familie anzuregen. Die Bereitstellung von Informationsplattformen, Handreichungen und Arbeitsmaterialien sowie medienpädagogische Schulungen und Weiterbildungen unterstützen darüber hinaus die Vermittlung und Ausdifferenzierung der Medienziehungskompetenz von pädagogischen Fachkräften“ (Otto 2014, S. 71).

Anzusprechen ist auch, dass Smartphones einen großen Vorteil für selbstgesteuerte Lernprozesse bieten können, allerdings werden sie hierzulande in den meisten Fällen als störend wahrgenommen, am Schulgelände verboten und generell sehr selten im Unterricht eingesetzt. Auch dies ist ein Thema, bei dem noch großer medienpädagogischer Handlungsbedarf besteht.

9.2 Angebote für Kinder und Jugendliche

Durch die gezielte Anwendung medienpädagogischer Maßnahmen können Kinder und Jugendliche in der Nutzung digitaler Medien bestärkt werden. Dabei wird darauf hin gearbeitet, dass die Adoleszenten die Nachteile des digitalen Zeitalters kritisch betrachten und die negativen Aspekte selbstreflexiv auf das eigene Medienhandeln übertragen. Eltern, Lehr- und pädagogische Fachkräfte stehen dem Thema Medien und Kommunikationskultur immer noch häufig kritisch und ablehnend gegenüber, was bei den Jugendlichen jedoch häufig dazu führt, dass sie sich schnell verschließen. Darum gibt es die Möglichkeit, ein Lernsetting zu erstellen, bei dem sich die erwachsenen Autoritätspersonen dem Thema öffnen, sich nahe an der Medienwelt der Heranwachsenden orientieren und sich nicht als überkluge Wissensvermittler darstellen. Ziel ist es vielmehr, dass sie innerhalb des Lernset-

tings eine begleitende und moderierende Funktion einnehmen (vgl. Otto 2014, S. 71). Juliane Otto (2014) gibt dabei ein Beispiel für den Ablauf eines solchen Lernsettings durch eine Gruppenarbeit, bei der die teilnehmenden Personen selbstständig zu den verschiedensten Risiken der Handynutzung recherchieren sollen. Erlaubt ist dabei der Einbezug von Printmaterial und wenn nötig auch die Nutzung des eigenen Smartphones, bevor sich die Ergebnisse der Arbeit in Form von Plakaten, Präsentationen, Wikis oder audiovisuellen Formaten gegenseitig präsentiert werden. Möglichkeiten der audiovisuellen Präsentation ist die Produktion von Hörspielen, Videoclips oder Podcasts. Diese können mit dem eigenen Smartphone erstellt werden, wobei Jugendliche sich hier spielerisch mit Themen wie beispielsweise Cybermobbing, Datenschutz oder Privatsphäre auseinandersetzen und so die Technologie innovativ nutzen können. Falls das Ziel eine Veröffentlichung der Beiträge auf einer Social Media Plattform ist, so bietet es sich an, auch die Themen Persönlichkeitsrechte und Urheberrechte im Netz zu diskutieren (vgl. Otto 2014, S. 72).

„Während Kinder und Jugendliche meist über deutlich mehr technische Fertigkeiten im Umgang mit Smartphone und Co. verfügen als Erwachsene, können diese wiederum ihr fundiertes Wissen zum Beispiel über gesellschaftliche Normen, soziale Verhaltensweisen und Bewertungen von Inhalten in den Lernprozess einbringen. Erst wenn die Bereitschaft beider Seiten vorhanden ist, gemeinsam voneinander zu lernen, sind gute Voraussetzungen geschaffen, um mit Heranwachsenden zu Chancen und Risiken mobiler Kommunikationskultur ins Gespräch zu kommen. Neben medienpädagogischen Angeboten für altershomogene Teilnehmergruppen werden vor diesem Hintergrund insbesondere auch Angebote, die ein gemeinsames Lernen von Heranwachsenden und Erwachsenen ermöglichen, immer wichtiger“ (Otto 2014, S. 73).

Medienpädagogische Projekte, welche sich direkt an die Heranwachsenden richten, sollten im besten Fall möglichst flächendeckend angeboten werden, damit so auch Kinder und Jugendliche mit besonderem Förderbedarf erreicht werden. Außerdem sollten präventive Maßnahmen zur Förderung einer angemessenen Medienkompetenz und Mediennutzung schon sehr früh ansetzen, da auch jüngeren Kindern ohne Lesekompetenz der Zugriff auf verschiedenste digitale Geräte und Webangebote erleichtert wird (vgl. Otto 2014, S. 73).

10. Resümee

Die digitale Medienwelt wird angesichts der bereits in der Einleitung aufgezeigten Herausforderungen, die aus der Veränderung der Gesellschaft resultieren, für die Menschen immer wichtiger. Zusammenfassend kann man sagen, dass Social Media einen enormen Einfluss auf das Verhalten der

heranwachsenden Generation hat und dieser Einfluss von Jahr zu Jahr steigen wird, da die Nutzerinnen und Nutzer immer jünger werden. Es konnten im Zuge dieser Bachelorarbeit einige äußerst interessante Fragen bezüglich des Nutzungsverhaltens der Jugendlichen und der Identitätsarbeit und Selbstdarstellung im Netz geklärt werden. Soziale Netzwerke sind für die sogenannte Generation Social Media von großer Bedeutung, da viele Jugendliche sich durch die Darstellung ihrer Selbst eine Identität mit Hilfe des Netzes aufbauen. Doch der Medienumgang birgt auch häufig Gefahren, denen sich viele Jungen, Mädchen und Erwachsene nicht bewusst sind. Deshalb war es mir ein großes Anliegen, über einige der häufig auftretenden Gefahren aufzuklären und die Situation gleichzeitig kritisch zu betrachten, denn soziale Netzwerke sind, wenn man richtig handelt, nicht automatisch gefährlich und können durchaus auch einige Vorteile aufweisen. Fakt ist jedoch, dass es viele Faktoren gibt, die zu einem unangebrachten Medienumgang führen. Deshalb ist es wichtig, dass Kinder, Jugendliche, Eltern und pädagogische Fachkräfte die Situation ernst nehmen, dem Thema offen gegenüber stehen und sich weiterbilden.

Abschließen möchte ich diese Bachelorarbeit mit einem Zitat, welches meiner Meinung nach passend zu diesem Thema ist und gleichzeitig zum Nachdenken anregen soll: „Just as we teach our children how to ride a bike, we need to teach them how to navigate social media and make the right moves that will help them. The physical world is similar to the virtual world in many cases. It's about being aware. We can prevent many debacles if we're educated“ (Martin o. J., o. S.).

11. Literaturverzeichnis

Albers-Heinemann, Tobias/Friedrich, Björn (2014): Das Elternbuch zu WhatsApp, Facebook, YouTube & Co.. Köln: O'Reilly Verlag.

Andrej Karpathy blog (2015): What a Deep Neural Network thinks about your #selfie. In: <http://karpathy.github.io/2015/10/25/selfie/> [25.09.2018].

Authenrieth, Ulla (2014): Das Phänomen Selfie. Handlungsorientierungen und Herausforderungen der fotografischen Selbstinszenierung von Jugendlichen im Social Web. In: Lauffer, Jürgen/Röllecke, Renate (2014): Lieben, Liken, Spielen. Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute. München: kopaed. S. 52-59.

Bächle, Michael (2006): Social Software. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.

BDVW (2010): Glossar Social Media. In: https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/publikationen/social_media/Glossar_Social_Media_2016.pdf [07.09.2018].

Bierhoff, Hans-Werner/Frey, Dieter (2016): Selbst und soziale Kognition. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Boyd, Danah (2014): Es ist kompliziert. Das Leben der Teenager in sozialen Netzwerken. München: Redline Verlag.

Brandwatch (2018): 41 interessante Instagram-Statistiken. In: <https://www.brandwatch.com/de/blog/instagram-statistiken/> [25.09.2018].

Cosmopolitan (2015): Mit diesem Instagram-Filter kriegst du die meisten Likes. In: <https://www.cosmopolitan.de/instagram-tipp-mit-diesem-instagram-filter-kriegst-du-die-meisten-likes-66597.html> [25.09.2018].

Flemming, Marvin (2017): Instagram für Anfänger. Wie du in 60 Minuten zum Instagram-Experten wirst. Norderstedt: Books on Demand.

Förster, Olivia (2014): Cybermobbing und Sexting. Kreativ-kritische Medienarbeit mit Jugendlichen. In: Lauffer, Jürgen/Röllecke, Renate (2014): Lieben, Liken, Spielen. Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute. München: kopaed. S.75-81.

Futurebiz (2018): Instagram Statistiken für 2018. Nutzerzahlen, Instagram Stories, Instagram Videos & tägliche Verweildauer. In: <http://www.futurebiz.de/artikel/instagram-statistiken-nutzerzahlen/> [23.09.2018].

Gabler Wirtschaftslexikon (o. J.): Soziales Netzwerk. In: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/soziales-netzwerk-53177#definition> [05.09.2018].

Google Play (2018): YouCam Perfect - Foto Editor & Selfie Camera App. In: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cyberlink.youperfect&hl=de_AT [25.09.2018].

Graziano, William G./Jensen-Campbell, Lauri A./Finch, John F. (1997): The self as a mediator between personality and adjustment. In: Journal of Personality and Social Psychology. 73. Jahrgang, Heft 2, S. 392-404.

Gutknecht, Sebastian (2014): Jugendschutz in der Jugendmedienarbeit. Persönlichkeitsrechte schützen – Grundlagen und Empfehlungen für die Praxis. In: Lauffer, Jürgen/Röllecke, Renate (2014): Lieben, Liken, Spielen. Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute. München: kopaed. S. 82-86.

Hajok, Daniel/Zerbin, Franziska (2015): Identitätsbildung im Netz. Selbstdarstellung weiblicher Heranwachsender auf Foto- und Videoplattformen. In: https://arbeitsblogfortbildung.files.wordpress.com/2015/05/hajok_zerbin_identitaetsbildung_064_tvd72.pdf [25.09.2018].

Holzinger, Brigitte/Klösch, Gerhard (2018): Schlafstörungen. Psychologische Beratung und Schlafcoaching. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.

Hugger, Kai-Uwe (2014): Digitale Jugendkulturen. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

JIM-Studie (2017): Jugend, Information, (Multi-) Media. In: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf [05.09.2018].

Karstädter, Markus (2013): Zwischen Facebook und den Topmodels. Jugendliche Identitätssuche und die Medien. In: Newsletter der Initiative für wertorientierte Jugendforschung. 21. Jahrgang, Heft 9, S. 3-11.

Keupp, Heiner u. a. (2006): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Kobilke, Kristina (2016): Erfolgreich mit Instagram. Mehr Aufmerksamkeit mit Fotos & Videos. 2. Auflage. Frechen: mitp Verlag.

Kurier (2017): Dieses soziale Netzwerk schadet der Psyche. In: <https://kurier.at/wellness/instagram-dieses-soziale-netzwerk-schadet-der-psyche/264.895.511> [25.09.2018].

Lauffer, Jürgen/Röllecke, Renate (2014): Lieben, Liken, Spielen. Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute. München: kopaed.

Leary, Mark R. (1996): Self-presentation. Impression Management And Interpersonal Behaviour. Colorado: Westview Press.

Lexikon Stangl (o. J.): Identität. In: <http://lexikon.stangl.eu/522/identitaet/> [22.09.2018].

LinkedIn (o. J.): Unterschied zwischen Social Media und Social Netzwerk. In: <https://de.linkedin.com/pulse/ist-der-unterschied-zwischen-social-media-und-liv-bianchet> [07.09.2018].

Martin, Amy Jo (o. J.): Social Media Quotes. In: https://www.brainyquote.com/topics/social_media [11.11.2018].

#mediawandel (2016): Schönheitsideal Instagram. In: <https://mediawandel.wordpress.com/2016/11/26/schoenheitsideal-instagram/> [26.09.2018].

Mikos, Lothar/Winter, Rainer/Hoffmann, Dagmar (2009): Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. 2. Auflage. Weinheim und München: Juventa Verlag.

Monigl, Eszter/Amerein, Bärbel/Stahl-Wagner, Christiana/Behr, Michael (2011): Selbstkompetenzen bei Jugendlichen fördern. Das SMS-Trainingshandbuch zur Verbesserung der beruflichen Integration von Haupt- und Realschülern. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Mummendey, Hans Dieter (1995): Psychologie der Selbstdarstellung. 2. Auflage. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Mutschler, Bela (2016): Elternratgeber Neue Medien. Machen Sie sich und Ihre Kinder fit für den Umgang mit WhatsApp, Snapchat, YouTube, Instagram und Facebook. Norderstedt: Books on Demand.

Otto, Daniela (2016): Digital Detox. Wie Sie entspannt mit Handy & Co. leben. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.

Otto, Juliane (2014): Mit dem Handy always on. Mobile Kommunikationskultur bei Kindern und Jugendlichen. In: Lauffer, Jürgen/Röllecke, Renate (2014): Lieben, Liken, Spielen. Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute. München: kopaed. S. 67-74.

Ranksider (o. J.): Starker Aufwind für die Fitnessbranche durch Instagram. In: <https://www.ranksider.at/talk/starker-aufwind-fur-die-fitnessbranche-durch-instagram> [26.09.2018].

SCHAU HIN (o. J.): Instagram. Was Eltern über die Foto-App wissen sollten. In: <https://www.schau-hin.info/informieren/medien/chatten/wissenswertes/instagram.html> [23.09.2018].

Scholtz, Wolfgang (2016): Der ultimative Instagram-Report für Eltern und Beginner. Was Sie schon immer über Instagram wissen wollten: Ein Einblick in die Welt von Selfies, Fotografiefilter & Co.. Norderstedt: Books on Demand.

Schorb, Bernd (2009): Mediale Identitätsarbeit. Zwischen Realität, Experiment und Provokation. In: Theunert, Helga (Hrsg.): Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. München: kopaed. S. 81-93.

Spitzer, Manfred (2015): Cyberkrank! Wie das digitalisierte Leben unsere Gesundheit ruiniert. München: Droemer Verlag.

Stadt Wien (2017): Bodyshaming und Social Media. Fokusgruppen mit 15- bis 19-jährigen Mädchen/jungen Frauen aus Wien. In: <https://www.wien.gv.at/gesundheit/beratung-vorsorge/frauen/frauengesundheit/pdf/bodyshaming-fokusgruppen.pdf> [26.09.2018].

Statista (2018): Statistiken zur Nutzung sozialer Medien in Österreich. In: <https://de.statista.com/themen/2841/social-media-in-oesterreich/> [05.09.2018].

Theunert, Helga (2009): Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. München: kopaed.

Tillmann, Angela (2014): Selfies. Selbst- und Körpererkundungen Jugendlicher in einer entgrenzten Gesellschaft. In: Lauffer, Jürgen/Röllecke, Renate (2014): Lieben, Liken, Spielen. Digitale Kommunikation und Selbstdarstellung Jugendlicher heute. München: kopaed. S. 42-51.

Universität Oldenburg (2012): Persönlichkeit 2.0. Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken. In: <http://www.informatik.uni-oldenburg.de/~iug11/pe/selbst.html> [15.09.2018].

Wampfler, Philippe (2014): Generation »Social Media«. Wie digitale Kommunikation Leben, Beziehungen und Lernen Jugendlicher verändert. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG.

Watson (2017): Welches das ungesündeste soziale Netzwerk ist und welches uns sogar guttut. In: <https://www.watson.ch/leben/social%20media/693841638-welches-das-ungesuendeste-soziale-netzwerk-ist-und-welches-uns-sogar-guttut> [26.09.2018].

Welt (2016): Facebook & Co. rauben eifrigen Nutzern den Schlaf. In: <https://www.welt.de/gesundheit/article151548697/Facebook-Co-rauben-eifrigen-Nutzern-den-Schlaf.html> [27.09.2018].

Werner, Christian/Kainz, Florian Karl/Haupt, Tobias (2014): Social Media Marketing und Kapitalisierungsmöglichkeiten im Spitzensport: Eine empirische Erfolgsfaktorenanalyse im Rahmen der 1. Fußball-Bundesliga. München: Herbert Utz Verlag.