



Schriftenreihe

Medienkompetenz



Zehn Jahre Web 2.0

**Bilanz, Ausblick
und pädagogische
Herausforderungen**

ajs

AKTION JUGENDSCHUTZ

Landesarbeitsstelle
Baden-Württemberg



Inhalt

Vorwort	Seite 4
Zehn Jahre Web 2.0	Seite 6
Bilanz, Ausblick und pädagogische Herausforderungen <i>Kathrin Demmler</i> mit Literaturempfehlungen	Seite 17
Smartphones und jugendliche Kommunikationskultur	Seite 20
Von Selfies, Sexting, Sport-Apps & Co. <i>Prof. Dr. Nicola Döring</i> mit Literaturempfehlungen	Seite 32
„One big room, full of bad bitches“ – Internet und Musikclips	Seite 35
Zwischen Geschlechterklischees und subversiven Umdeutungen <i>Sonja Eismann</i>	
YouTube ist besser als Fernsehen?!	Seite 49
YouTube als Teil der Jugendkultur <i>Daniel Seitz</i>	
Klein, Spaßig und ein bisschen gemein – Spiele-Apps	Seite 54
<i>Torben Kohring und Markus Sindermann</i> mit weiterführenden Links	Seite 62
Chaos macht Schule	Seite 63
<i>Boris Kraut</i>	
„Blick zurück aus der Zukunft“ –	Seite 69
Von einer überwachten Gesellschaft <i>Daniel Seitz</i>	
Wer ist hier der Souverän? – Kritische Anmerkungen zur	Seite 72
Medienkompetenzförderung in der digitalen Gesellschaft <i>Niels Brüggem</i> mit Literaturempfehlungen	Seite 82
Autorinnen und Autoren	Seite 83

Smartphones und jugendliche Kommunikationskultur

Von Selfies, Sexting, Sport-Apps & Co.

Nicola Döring

Die große Mehrzahl der Jugendlichen besitzt heute ein eigenes Smartphone und nutzt das Gerät vom Aufstehen bis zum Schlafengehen dutzende Male im Tagesverlauf. Auf kein anderes Kommunikations- und Informationsmedium wird so häufig und in so vielen verschiedenen Situationen zurückgegriffen. Der Beitrag kennzeichnet zunächst das Smartphone als einen multifunktionalen Alltagsbegleiter von Jugendlichen. Er konzentriert sich dann auf einen bestimmten Aspekt der Handy- und Smartphonennutzung, nämlich die Contentproduktion, v. a. das ständige Produzieren und Verbreiten digitaler Fotos, bei denen es sich oft um Selbstporträts (sogenannte Selfies) handelt. Ist der Selfie-Boom Ausdruck einer „Narzissmusepidemie“ in der jungen Generation?

Ein Teil der Selfies setzt den eigenen Körper oder einzelne Körperteile erotisch in Szene. Solche Bilder werden u. a. beim Flirt und in romantischen Beziehungen per Handy ausgetauscht, man spricht vom Sexting. Das Sexting wird bislang im pädagogischen Kontext meist als sexualisiertes Fehlverhalten von Jugendlichen (v. a. von Mädchen) diskutiert, die viel zu leichtfertig mit dem Medium umgehen und sich dadurch Probleme wie Belästigung oder Mobbing selbst einhandeln. Sexting-Abstinenz wird als „Medienkompetenz“ propagiert. Der vorliegende Beitrag schlägt auf der Basis des aktuellen Forschungsstandes einen anderen Blick auf das Phänomen vor.

Anschließend wird im Zusammenhang mit dem Boom von Handyselbstporträts und der damit verbundenen Auseinandersetzung mit dem Selbst und dem eigenen Körper noch ein Blick auf die aktuelle Sport- und Fitnessszene geworfen, an der ein Teil der Jugendlichen partizipiert. Fitness-Selfies sind populär, Online-Fitnessstudios auf YouTube boomen und Sport-Apps auf dem Handy sind ein neuer Trend.

Der Beitrag endet mit einem kurzen Fazit zur Einordnung jugendlicher Kommunikationskultur rund um das Smartphone und den damit verbundenen Herausforderungen für die Pädagogik.

Das Smartphone als multifunktionaler Alltagsbegleiter

Die Jugendlichen in Deutschland sind heute fast ausnahmslos online. Die meisten (über 80%) gehen regelmäßig mit dem Desktop Computer oder Laptop ins Internet, ein Großteil (über 70%) inzwischen zusätzlich mit dem eigenen Smartphone (mpfs, 2013, S.30). Mit dem Smartphone und einem entsprechenden Mobilfunkvertrag ist Internetnutzung überall und jederzeit möglich – diskret im eigenen Zimmer ebenso wie ganz spontan unterwegs an öffentlichen Orten. Mit dem Smartphone verfügen Kinder und Jugendliche über ihr ganz persönliches Tor zur digitalen Welt. Der Handyeinstieg erfolgt typischerweise im Alter von neun oder zehn Jahren, oft noch mit einem einfachen Featuretelefon. Mit 12 Jahren haben mehr als die Hälfte der Mädchen und Jungen in Deutschland aber bereits ein eigenes Smartphone (mpfs, 2013, S.51).

Ein wichtiger Grund, warum viele Eltern ihren Kindern schon in der dritten oder vierten Klasse ein Handy schenken, liegt in der Erreichbarkeit des Nachwuchses. Zudem wird der Wunsch nach einem eigenen Handy bzw. Smartphone auch von den Kindern im entsprechenden Alter immer vehementer geäußert.

Das Smartphone als multifunktionaler Alltagsbegleiter hält eine kaum überschaubare Fülle von Funktionen und Apps bereit. Sie lassen sich grob in fünf Bereiche unterteilen:

- 1.** In der Online- und Mobilkommunikation von Jugendlichen geht es an erster Stelle um Kommunikation, vor allem um den Kontakt zu den Peers, der u. a. über Messenger-Dienste wie „WhatsApp“ oder Social-Networking-Sites wie „Facebook“ gepflegt wird. Mit der Facebook-App auf dem Smartphone hat man den Freundeskreis in der Hosentasche immer dabei.
- 2.** An zweiter Stelle rangiert die Unterhaltung: Musik, Bilder, Videos und Games werden auf den digitalen Endgeräten genutzt, um sich allein und/oder mit anderen angenehm die Zeit zu vertreiben. Das Smartphone fungiert hier u. a. als Radio und MP3-Player. Auch der mobile Zugriff auf die Videoplattform YouTube ist für Jugendliche sehr wichtig. Denn sie kehren dem herkömmlichen linearen Fernsehen zunehmend den Rücken – zugunsten von „Webvideo“ bzw. „Internetfernsehen“ (wie YouTube auch genannt wird). Besonders beliebt sind YouTube-Clips aus den Bereichen Musik, Comedy, Videospiele und Lifestyle.

- 3.** Information steht an dritter Stelle: Mit dem internetfähigen Smartphone lassen sich mit einer Suchmaschine wie „Google“ schulische und private Interessensgebiete erschließen, Wissensfragen aller Art rasch beantworten. Manchmal wird mit Handy-Apps auch in der Freizeit gelernt (z. B. für die Führerscheinprüfung). Die Integration schülereigener mobiler Endgeräte (Netbooks, Tablets, Smartphones etc.) als Informations- und Lernmedien in den regulären Schulunterricht wird aktuell unter den Schlagworten BYOT (bring your own technology) sowie BYOD (bring your own device) national und international diskutiert und erprobt (z. B. Schiefner-Rohs, Heinen/Kerres, 2013). Teilweise wird das Handy in der Schule allerdings auch als purer Störfaktor begriffen und der Handygebrauch verboten.
- 4.** Das Smartphone hat dem aus der stationären Internetnutzung bereits bekannten Dreiklang „Kommunikation – Unterhaltung – Information“ (mpfs, 2013, S.31) zusätzlich zwei populäre Funktionsgruppen hinzugefügt. Da ist zum einen die Organisation des Alltags: Das Handy bzw. Smartphone leistet buchstäblich in jeder Lebenslage als Uhr, Wecker, Kalender, Taschenrechner, Taschenlampe, Navigationsgerät oder Notizblock gute Dienste.
- 5.** Des Weiteren fördern mobile Endgeräte spezielle Formen der Contentproduktion: Das Handy ist eine mobile Foto- und Videokamera, jederzeit griffbereit – auch in Situationen, in denen man früher keinen Fotoapparat zur Hand hatte. Smartphone-Apps ermöglichen eine ganz einfache Bearbeitung, Weitergabe und Veröffentlichung des selbst produzierten Bildmaterials. So hat das Handy – das ursprünglich einmal als tragbares, drahtloses Telefon seinen Siegeszug antrat – einen ungeahnten Boom nutzergenerierter Fotos und Videos erzeugt. Etwa die Hälfte der Jugendlichen (54% der Mädchen und 40% der Jungen zwischen 12 und 19 Jahren) macht täglich oder mehrmals pro Woche digitale Fotos mit dem Handy (mpfs, 2013, S.55). Beliebtestes Motiv: die eigene Person.

Ist die „Generation Selfie“ besonders selbstverliebt?

Selbstporträts, die mit dem Handy oder Smartphone aufgenommen werden, heißen im Volksmund Selfie. Von den Oxford Dictionaries wurde „Selfie“ zum Wort des Jahres 2013 gekürt (Oxford Dictionaries, 2013). Der Selfie-Boom lässt sich offline und online beobachten: Wo immer Jugendliche an privaten oder öffentlichen Orten zusammenkommen, werden die Smartphones gezückt, gemeinsam Videoclips aufgenommen und Fotos geschossen. Sei es beim Eislaufen oder Eisessen, Turnen, Tanzen oder gemeinsamen „Abhängen“.

Meist werden die Bilder gleich auf dem Endgerät gemeinsam angeschaut und kommentiert, bevor das Fotografieren weitergeht. Neben Gruppen- und Pärchenbildern werden Selfies auch häufig als Selbstporträts gestaltet, auf denen nur die eigene Person in Szene gesetzt wird.

Die Ergebnisse der Shootings lassen sich mit Smartphone-Apps wie WhatsApp und Snapchat unter Freunden und Bekannten teilen sowie auf Facebook und Instagram einstellen. Ein Teil der Bilder ist internetöffentlich zu bewundern: Allein die mobile Fotoplattform Instagram liefert mehrere Hundert Millionen Fotos, die den Hashtag #selfie oder Variationen davon tragen (z. B. #selfiemonday, #selfieolympics, #selfieoftheday, #me) und oft Jugendliche zeigen.

Selfies werden aus Armeslänge direkt aufgenommen, sodass v. a. das Gesicht und der Hintergrund im Bildausschnitt zu sehen sind. Diese Selfies werden v. a. unterwegs, bei bestimmten Anlässen und in Gruppen gemacht. Verbreitet sind zudem die vor dem Spiegel (oft im Badezimmer) erstellten Selfies, die den ganzen Körper zeigen. Hier ist ein gewisses Posieren üblich, um das Outfit und/oder den Körper bzw. einzelne Körperteile effektiv in Szene zu setzen. Gegenüber dem von Jugendlichen traditionell zelebrierten Posieren vor dem Badezimmerspiegel inklusive ausgiebigem Styling und Umstyling (z. B. der Haare) erlaubt die fotografische Selbstinszenierung zusätzlich neue Blickwinkel und Perspektiven auf den eigenen Körper sowie das Festhalten, digitale Optimieren und Teilen der Selbstbildnisse. Diese durch die Handykamera hinzugewonnene Kontrolle über die Selbstdarstellung geben Jugendliche ungern aus der Hand: So eifrig sie sich selbst fotografieren, so ungern werden sie oft von anderen geknipst. Denn von den selbst gemachten Selbstporträts lassen sich die besten Bilder auswählen und zudem mit digitaler Bildbearbeitung verschönern, bevor man sie weitergibt.

Die Debatte um eine neue „Narzissmusepidemie“ unter Jugendlichen

Jugendliche werden in der öffentlichen Diskussion – etwa in der Presse – inzwischen teilweise als „Generation Selfie“ titulierte. Ihre Obsession mit dem ständigen Produzieren und Verbreiten von digitalen Selbstporträts wird als symptomatisch für den wachsenden Narzissmus der jungen Generation betrachtet: Allzu selbstverliebt und oberflächlich kreisen die jugendlichen Selfie-Produzenten in den Augen der Kritiker um die täglich neue Selbstinszenierung und das ständige Aufpolieren ihres digitalen Images. Die Psychologin Jean Twenge diagnostiziert eine regelrechte Narzissmusepidemie und erklärt, dass die

Verhättschelung des Einzelkinds in der westlichen Welt und der Starkult der Medienwelt dazu führen, dass die heutigen Jugendlichen zunehmend übersteigerte Selbstwahrnehmungen haben, sich alle für etwas „ganz Besonderes“ halten und auf dieser Basis auch Sonderbehandlung für sich beanspruchen (Twenge, 2006; Twenge/Campbell, 2009). Fragt man Jugendliche in der westlichen Welt nach ihren Lebensträumen, so steht heute so oft wie nie zuvor das „Berühmtwerden“ an erster Stelle (Uhls/Greenfield, 2012).

Doch der angeblich neue Trend stark zunehmender narzisstischer Selbstverliebtheit der heutigen Jugend wird auch hinterfragt. Die Datenlage ist bislang zu einseitig auf die USA bezogen und zudem widersprüchlich (z. B. Trzesniewski/Donnellan, 2010). Aus entwicklungspsychologischer Sicht ist zudem zu beachten, dass eine gewisse Egozentrik und intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Identität inklusive ausgeprägtem Selbstdarstellungsverhalten Bestandteile der Jugendphase sind, die in unserem Kulturkreis alle Generationen durchleben (Roberts/Edmonds/Grijalva, 2010). Wer die heutigen Jugendlichen als besonders narzisstisch anprangert, hat vielleicht nur die eigene jugendliche Egozentrik vergessen und/oder fremdelt mit den zeitgenössischen – eben stark durch Online- und Mobilkommunikation geprägten – Ausdrucksformen jugendlicher Identitätsarbeit.

Die Beliebtheit von Selfies unter Erwachsenen

Dabei sind Jugendliche gar nicht unbedingt als Selfie-Pioniere einzustufen. Vielmehr ist das ständige Fotografieren fester Bestandteil unserer Alltagskultur sowie unserer Populärkultur geworden: Erwachsene und v. a. auch Prominente produzieren heute ständig Selfies. Wir leben in einer Welt, in der stolze Eltern ihren Nachwuchs bereits pränatal im Ultraschallbild auf Facebook verewigen und jeden Entwicklungsschritt ihrer Babys online dokumentieren – lange bevor die Kinder in vermeintlich jugendlichem Übermut selbst ein erstes Selfie schießen könnten.

Und wir leben in einer Welt, in der Prominente jeglicher Couleur inzwischen ganz selbstverständlich ihre Fans per Instagram und Twitter mit Selfies versorgen. Das Spektrum reicht von den täglichen Schnappschüssen, mit denen Popstars wie Justin Bieber ihre Fans via Twitter beglücken¹, über die „Space Selfies“ von Astronauten, die bereits in Wikipedia dokumentiert sind², bis hin zu Selfies des US-Präsidenten Obama. Das von Barack Obama auf der Beerdigung von Nelson Mandela 2013 aufgenommene Selfie mit

¹ <https://twitter.com/justinbieber/>

² http://en.wikipedia.org/wiki/Space_selfie

der dänischen Premierministerin und dem britischen Premierminister wurde in der Presse international diskutiert (z. B. in den Onlineausgaben des „Spiegels“: Kämper, 2013, und der „Washington Times“: Chumley/Boyer, 2013): Darf man auf Trauerfeiern überhaupt Selfies schießen – und warum schaut Michele Obama im Hintergrund so grimmig?

Einen Selfie-Rekord erzielte die 56-jährige US-amerikanische Schauspielerin und TV-Moderatorin Ellen DeGeneres mit einem Handyselbstporträt, das sie zusammen mit diversen Weltstars in der Nacht vom 2. zum 3. März 2014 auf der Oscarverleihung schoss und noch während der Veranstaltung per Twitter veröffentlichte³. Das Oscar-Selfie wurde sofort massenhaft geteilt (inzwischen mehr als 3,4 Millionen Mal), was zeitweise den Twitter-Server lahmlegte.

Die vielfältigen Funktionen von Selfies

Selfies dienen nicht nur der Selbstdarstellung von Laien und der Selbstvermarktung von Medienstars, sondern haben – wie Fotos generell – oft auch einen Erinnerungswert für die Beteiligten. Und sie erlauben es als visuelle interpersonale Kommunikation, andere Menschen am eigenen Erleben teilhaben zu lassen. Die fotografischen Einblicke in das tägliche Leben oder in außeralltägliche Situationen dienen der Beziehungspflege, stellen über geografische Distanzen hinweg Nähe her, sowohl zwischen Stars und ihren Fans als auch unter Bekannten, Freunden und Familienangehörigen. So sehen es beispielsweise Großeltern durchaus als nette Geste, wenn sie Selfies ihrer heranwachsenden Enkel erhalten.

Selfies nur auf eitle Selbstbespiegelung zu reduzieren, ist also zu einseitig. Man muss mitbetrachten, wie mit den Selfies im sozialen Umfeld umgegangen wird. Und dabei sind eben Aspekte der Beziehungspflege und Gemeinschaftsbildung durchaus relevant. Gemeinschaftsbildung z. B. dadurch, dass Körperschmuckbegeisterte sich auf Selfies stolz ihre Tattoos und Piercings zeigen und in den Fotokomentaren über ihr gemeinsames Hobby fachsimpeln. Beziehungspflege z. B. auch dadurch, dass und wie sich Pärchen gemeinsam auf Selfies ihrer Umwelt präsentieren. Das Beziehungs-Selfie wurde im Englischen bereits als Relfie (relationship selfie) getauft. Eine erste wissenschaftliche Studie deutet darauf hin, dass Paare mit stabilerer Bindung auch stärker zum Publizieren von Relfies neigen und dass Außenstehende ihre Beziehung als glücklicher einschätzen (Emery/Muise/Alpert/Le, in press; siehe Abbildung 1).

³ <https://twitter.com/TheEllenShow/status/44032224407314432>

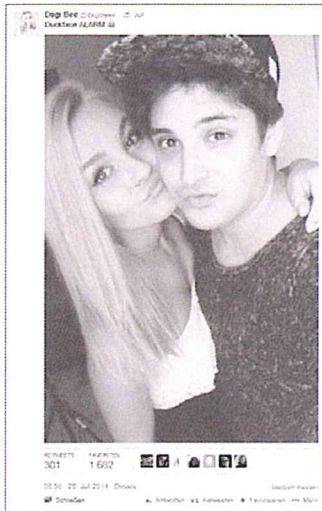


Abbildung 1 DagiBee und LionTV sind junge YouTube-Stars und ein Paar. Auf Twitter veröffentlichte DagiBee am 25. Juli 2014 unter dem Titel „Duckface ALARM“ ein Paar-Selfie (Relie), das von den jugendlichen Fans vielfach favorisiert und geteilt wurde. Es handelt sich um ein aus Armeslänge aufgenommenes Selbstporträt. URL: <https://twitter.com/dagi-bee/status/492669948187838464/photo/1> (13. Oktober 2014)

Nicht zu vergessen ist auch die produktive und kreative Dimension von Selfies, durch die Varianten des Fotografierens, des Posierens und der Bildbearbeitung erprobt und mehr oder minder stark reflektiert werden. Jugendliche beobachten Medientrends und Medienvorbilder, ahmen sie nach, variieren und parodieren sie. Ein Beispiel sind die z. B. in der Werbung allgegenwärtigen Mediendarstellungen, die Frauen mit lasziv geschürzten Lippen zeigen. Diese Schmollmundpose wird von Mädchen in ihren Selfies teilweise ernsthaft imitiert, zunehmend unter Jugendlichen aber auch als lächerliches „Duck Face“ parodiert und verspottet (siehe Abbildung 1).

Das Erstellen von Selfies erfolgt immer im Spannungsfeld einer Reproduktion und Bestätigung etablierter sozialer Normen, Geschlechterrollen und Körperbilder einerseits und einer Erweiterung und Unterwandung überkommener Normen andererseits. Angesichts einseitiger massenmedialer Schönheitsideale kann es beispielsweise durchaus als emanzipatorisch gelten, dass mittlerweile Handyselbstporträts von Personen veröffentlicht werden, die nicht den gängigen Idealbildern entsprechen oder als Minderheiten in den Massenmedien oft kaum sichtbar sind. Beispiele auf Instagram finden sich unter Hashtags wie #curvy; #nomakeupselfie, #bodypositivity oder #queerselfie. Eigene Schönheitsideale für sich zu definieren

und mit Gleichgesinnten zu teilen, ist ein Aspekt von Empowerment im Bereich von Geschlechterrollen und Körperbildern. In Zeiten des Ganzkörperzwangs haben beispielsweise Selfies von Frauen und Mädchen mit Achselhaaren bereits Provokationswert⁴.

Online-Empowerment durch die Möglichkeit, jenseits massenmedialer Filterung die eigene Stimme zu erheben und eigene Bilder zu verbreiten, geht nicht selten wiederum mit Disempowerment einher: Wo alternative Körper- und Selbstbilder online sichtbar werden, dienen sie regelmäßig auch als Zielscheibe für Angriffe: Die sogenannten „Hater“ und „Trolle“ geben im Schutz digitaler Anonymität bzw. Pseudonymität bewusst besonders beleidigende und verletzende Kommentare ab. Und auch sonstige Kommentare sind

⁴ z. B. Fotogalerie auf Tumblr: <http://www.tumblr.com/tagged/girls-with-armspit-hair>

nicht selten gnadenlos in der Beurteilung kleinster Details der Bilder. Das Onlinepublikum wiederum findet die Angriffe und Sticheleien teilweise amüsant, gibt Haterinnen und Hatern aber teilweise auch deutlich Kontra. So zeigt sich der virtuelle Raum mit seiner Fülle an Selfies, unterstützenden wie beleidigenden Selfie-Kommentaren sowie Selfie-Parodien als Austragungsort für Kontroversen und Normierungen rund um Körper- und Geschlechterbilder. Die Besonderheit sozialer Medien besteht darin, dass sich Jugendliche an diesen kulturellen Aushandlungsprozessen unmittelbar beteiligen können. Ob und wie sie das tun, hängt dabei von der Medienkompetenz ab, aber auch von den Spielregeln der jeweiligen Peer-Groups. Denn Internet und Social Media sind keine virtuelle Gegenwelt, sondern Bestandteil der alltäglichen Lebenswelt und spiegeln die dort üblichen Umgangsformen.

Ist Sexting leichtsinnige Mediennutzung unreifer Jugendlicher?

Ein Teil der Selfies setzt den Körper oder einzelne Körperteile erotisch in Szene. Wenn diese „sexy Selfies“ per Handy untereinander ausgetauscht werden (z.B. mit Smartphone-Apps wie WhatsApp oder Snapchat), dann spricht man vom Sexting (als Zusammensetzung von „Sex“ und „Texting“). Die Kritik an der jugendlichen Selfie-Begeisterung setzt sich in der Sexting-Debatte fort. Nur dass die sexualisierten Handyselbstporträts der Jugendlichen als ein noch größeres Problem angesehen werden. Seit 2009 sind in Presse und Fachliteratur zahlreiche Artikel zum Sexting unter Jugendlichen zu finden (für eine Zusammenfassung siehe Döring, 2014a). Diese stufen Sexting überwiegend als gefährliches mediales Fehlverhalten ein.

Die Ideologie der Anti-Sexting-Kampagnen für Jugendliche

Pädagogische Anti-Sexting-Kampagnen versuchen bislang hauptsächlich, Jugendlichen (v.a. Mädchen) zu vermitteln, dass es leichtsinnig und geradezu dumm ist, einem Schwarm oder dem eigenen Freund ein Oben-ohne-Bild zu senden. Denn dass dieser es allen seinen Kumpeln zeigt, um anzugeben, und es gar eines Tages als Racheaktion ins Internet stellen wird, sei doch klar. Und wenn das Bild dann erst einmal zirkuliert, sei es nie wieder rückholbar, würde natürlich zu schlimmstem Mobbing, sogar zu Belästigung durch Pädophile und später auch zu Karriereproblemen führen, wenn der Arbeitgeber es findet (für eine Analyse von Anti-Sexting-Kampagnen siehe Döring, 2014a). Unterlegt werden diese apokalyptischen Drohszenarien durch einige international beachtete Fälle von Suiziden bei Mädchen, die wegen ihrer in Umlauf geratenen Sexting-Bilder gemobbt worden

waren (vgl. Döring, 2012). Dass private freizügige Bilder eines Mädchens herumgereicht werden, dass dabei ausgiebig über die „Schlampe“ gelästert wird, die so ein Bild aufgenommen hat, haben heute schon viele Jugendliche in der Schule mitbekommen.

Anti-Sexting-Kampagnen ignorieren, dass Sexting unter Jugendlichen als Bestandteil von hetero- wie homosexuellen Flirt- und Liebesbeziehungen im Normalfall wechselseitig und einvernehmlich stattfindet. Ebenso wie das auch bei Sex der Fall ist. Trotzdem kommt es immer wieder zu Übergriffen, zu unethischem und illegalem Verhalten. Genau darum handelt es sich bei der Weitergabe intimer Fotos und damit verbundenem Mobbing. Es ist also nicht sinnvoll, einvernehmliches Sexting als Problem zu definieren und dem (meist weiblichen) Mobbingopfer die Schuld zuzuschreiben. Stattdessen muss sexistisches Mobbing problematisiert werden. Schulen und Jugendeinrichtungen müssen noch besser vorbereitet sein, Fotomissbrauch, der sich meist gegen Mädchen richtet, vorzubeugen, frühzeitig zu erkennen und wirkungsvoll einzugreifen. Jugendliche müssen besser für medienethische und medienrechtliche Fragen der digitalen Privatsphäre sensibilisiert werden. Aber auch Fragen der sexuellen Doppelmoral und Verunglimpfung sexuell aktiver Mädchen als „Schlampen“ sind pädagogisch im 21. Jahrhundert noch eine Herausforderung. Bei körperlichem Missbrauch hat sich inzwischen die Sichtweise etabliert, nicht den Opfern die Schuld zuzuschreiben. Bei Fotomissbrauch sind wir noch nicht so weit (Döring, 2014c).

Die Beliebtheit von Sexting unter Erwachsenen

Ist der Austausch freizügiger Handyfotos ein Ausdruck jugendtypischer Unreife? Keineswegs. Das erkennt man schon daran, dass diese Form des intimen Austauschs unter Erwachsenen sehr viel stärker verbreitet ist als unter Jugendlichen: In manchen Studien liegt die Verbreitung des Sexting bei Erwachsenen über 50%, bei Jugendlichen im Durchschnitt unter 15% (Döring, 2014a). Das heißt, die Mehrheit der Jugendlichen (rund 85%) beteiligt sich nach aktuellem Kenntnisstand überhaupt nicht. Die hetero- wie homosexuell ausgerichteten Datingportale der Erwachsenen dagegen sind voll von erotischen Selbstporträts. In ihren Ehen, Partnerschaften und Affären nutzen Erwachsene seit jeher diverse mediale Ausdrucksmittel des Begehrens vom erotischen Brief über selbst gedrehte Videos bis zum zeitgenössischen Sexting. Und dass auch Prominente intime Bildkommunikation praktizieren, zeigt sich immer dann, wenn geheime Sexbilder oder Sexvideos an die Öffentlichkeit gelangen – teils ungewollt, bei Popstars aber vermutlich zuweilen auch absichtlich als PR-Maßnahme.

Die vielfältigen Funktionen des Sexting

Der Austausch von erotischen Fotos lässt sich als visuelle Variante der Flirt- und Intimkommunikation auffassen. Sexting ist Ausdruck von Begehren, Lust, Vertrauen und Nähe. Der indirekte mediale Austausch erleichtert es, sich sexuell ungehemmter zu zeigen. Und er überbrückt Phasen der räumlichen Trennung. Erotische Bilder selbst zu produzieren, kann für Erwachsene und Jugendliche nicht zuletzt auch Widerstand gegen stromlinienförmige massenmediale Schönheitsnormen bedeuten – Selbstakzeptanz und Freude an Körperlichkeit anstelle von Selbstzweifeln (Tiidenberg, 2014).

Ebenso wie einvernehmlicher Sex ist einvernehmliches Sexting als Bestandteil des Erwachsenwerdens zu verstehen. Dass es beim Sexting wie beim Sex auch zu Problemen mit Übergriffen und mangelnder Einvernehmlichkeit kommt, sollte aber nicht mit Forderungen nach Enthaltsamkeit beantwortet werden. Stattdessen müssen die Ursachen dieser Probleme bearbeitet werden. Eine Erziehung zu verantwortungsvollem sexuellen Handeln muss neben den Prinzipien des „Safer Sex“ auch die Grundlagen für „Safer Sexting“ vermitteln (siehe Döring, 2014c).

Werden Sport-Apps zum Trend unter körperbewussten Jugendlichen?

Jugendliche setzen sich in ihrer digitalen Fotoproduktion mit Körperbildern auseinander, operieren mit den visuellen Codes der jeweiligen Jugendszenen, erproben Gesten der Sexiness sowie der Sportlichkeit, wobei sie Anregungen aus den Massenmedien und dem Internet aufgreifen. In den sozialen Medien gewinnt aktuell die Fitnessszene stark an Sichtbarkeit. Der Journalist Mark Simpson, der 1994 den „metrosexuellen Mann“ getauft hatte, spricht seit Sommer 2014 vom neuen Leitbild des „spornosexuellen Mannes“ (kreiert aus den Einflüssen von „Sport“ und „Porno“). Dessen besonderes Kennzeichen ist der perfekt trainierte Körper, sodass er am liebsten „shirtless“ gesehen wird, um seinen „Sixpack“ zu zeigen (Simpson, 2014). Styling und Modebewusstsein des metrosexuellen Mannes werden beim spornosexuellen Mann also von hartem Muskeltraining abgelöst.

Schnittstellen zwischen Sport, Smartphone und Social Media

Die bei Jugendlichen beliebte und zunehmend per Smartphone genutzte Videoplattform YouTube wartet inzwischen mit zahllosen Fitnesskanälen auf, die Tipps zum Muskeltraining zu Hause und im Studio geben und sich großer Beliebtheit v. a. bei den männlichen

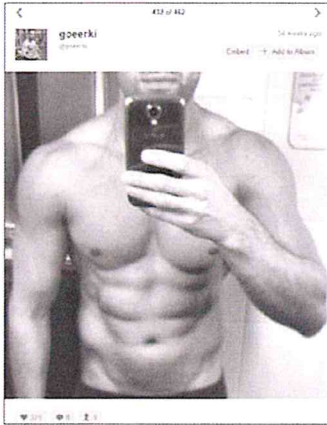


Abbildung 2 Goeerki ist ein Fitness-YouTuber, der mit seinen Fans auf diversen Social-Media-Kanälen kommuniziert (Facebook, Twitter, Instagram etc.). Es handelt sich um ein vor dem Spiegel aufgenommenes Selbstporträt. URL: http://ink361.com/app/users/ig-215334807/goerki/photos#/photo/ig-600713373206388954_215334807 (13. Oktober 2014)

Jugendlichen erfreuen (Döring, 2014b). Es ist beispielsweise kein Zufall, dass der erfolgreiche deutsche Rapper „Kollegah“, der mit seinem YouTube-Kanal „Bosshhaft TV“ den Deutschen Webvideopreis im Jahr 2014 gleich in drei Kategorien gewann (www.webvideopreis.de), seinen Fans seit Neuestem auch kostenpflichtiges Onlinefitnessstraining anbietet, die sogenannte Bosstransformation⁵.

Smartphone-Apps für Lauf- oder Muskeltraining wie Run-tastic boomen. Die Selbstoptimierung des Körpers wird durch sogenannte Fitness- und Life-Tracker unterstützt: smarte Armbänder mit Sensoren, die rund um die Uhr Bewegung, Ernährung, Schlaf usw. minutiös messen und statistisch auswerten. Die Erfolge werden in Fitness-Selfies eifrig auf Social-Media-Plattformen wie Instagram und Facebook dokumentiert, untereinander verglichen und kommentiert (siehe Abbildung 2).

Zielgruppen und Funktionen von Sportinhalten in Social Media

Wie schon im Zusammenhang mit Selfies im Allgemeinen und Sexting im Besonderen hervorgehoben wurde, ist auch die Onlinefitnessbegeisterung von Jugendlichen nicht als Jugendphänomen abzutun. Hauptzielgruppe sind auch hier wieder die Älteren, wenn auch bei ihnen mehr die Gesundheit im Vordergrund steht, bei den Jüngeren klar das Aussehen. Und ebenso wie die Auseinandersetzung der Mädchen mit Attraktivitätsnormen der Sexiness ist auch die Auseinandersetzung der Jungen mit Attraktivitätsnormen der Sportlichkeit und Muskularität vielschichtig und ambivalent. Teilweise eifern sie Vorbildern wie Kollegah nach, der eine betont machohafte Inszenierung von Männlichkeit zur Schau trägt, gemäß derer man mit „dicken Muskeln“ und „schnellen Autos“ am besten „Weiber klarmacht“, wenn man selbst „keine Pussy ist“. Auf der anderen Seite finden sich aber auch diverse Fitness-YouTuber, die andere Männlichkeitsbilder vorleben, etwa vegan leben, Bescheidenheit propagieren, sich als verantwortungsbewusste

⁵ <http://deine.bosstransformation.com>

Partner und Väter zeigen oder auch ausdrückliche Botschaften dazu vermitteln, dass man nicht nur etwas für den Körper, sondern auch für den Geist tun sollte, und dementsprechend Lesetipps geben (Döring, 2014b).

Fazit

Das Smartphone als multifunktionaler Alltagsbegleiter der Jugendlichen erfüllt viele Funktionen. Wie hier gezeigt wurde, spielen die mit Smartphones selbst erstellten Fotos und der Umgang mit ihnen eine wichtige Rolle im medialen Alltag von Mädchen und Jungen. Sie dienen der Identitätsarbeit, der Beziehungspflege, der Erprobung und Aushandlung von Körper- und Geschlechterbildern, dem Ausdruck sexueller Intimität, der Erkundung von Eigenschaften neuer Mediendienste. Diese Prozesse sind komplex und weder durchgängig positiv noch grundlegend negativ, sondern in der Regel ambivalent. Sie gehen mit Risiken, aber auch mit Chancen einher, zeigen Tendenzen der Verfestigung tradierter Normen und Machtverhältnisse ebenso wie Möglichkeiten des Widerstandes und der kreativen Veränderung.

Eine lebensweltlich ausgerichtete Medienpädagogik sollte sich diesen Nuancierungen und offenen Fragen stellen. Dabei kann es hilfreich sein, den Blick auch einmal von den Jugendlichen abzuwenden und zu hinterfragen, wie Erwachsene Neue Medien nutzen und wie sie mit den damit verbundenen Chancen und Risiken umgehen. Auch eine größere Gendersensibilität wäre wünschenswert. Dass in der Sexting-Debatte die Schuldzuweisung an weibliche Mobbingopfer so beliebt ist, dass übergriffiges Verhalten von Jungen als üblich und verbreitet, einvernehmlicher sexueller Ausdruck von Mädchen dagegen als selbstgefährdendes Fehlverhalten dargestellt wird – all dies zeigt, dass Medienphänomene wie Sexting nicht nur die *Medienpädagogik*, sondern auch die Geschlechter- und Sexualpädagogik sowie die Ethik betreffen.

Nicht zuletzt ist zu beachten, dass der Umgang mit digitalen Fotos (wie mit digitalen Daten allgemein) eines der wichtigen Probleme der heutigen Gesellschaft darstellt. Durch die Verbreitung von Datenbrillen mit integrierter Kamera wird sich die Problematik bald noch weiter verschärfen. Dass wir uns auf einen ethischen Umgang mit privatem Bildmaterial verständigen und die dazu notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten medienpädagogisch fördern, ist und bleibt von großer Wichtigkeit. Pädagogische Bemühungen können indessen ausstehende medienpolitische und medienrechtliche Regelungen zum digitalen Datenschutz der Bürgerinnen und Bürger nicht ersetzen.

Literaturempfehlungen

Chumley, Cheryl / Boyer, Dave (2013): Obama takes 'selfie' at Mandela's funeral with U.K.'s Cameron and Denmark's PM. The Washington Times, December 10, 2013.

URL: <http://www.washingtontimes.com/news/2013/dec/10/obama-takes-selfie-mandelas-funeral-service/>

Döring, Nicola (2012): Erotischer Fotoaustausch unter Jugendlichen: Verbreitung, Funktionen und Folgen des Sexting. Zeitschrift für Sexualforschung, 25 (1), 4–25.

Döring, Nicola (2014a): Consensual sexting among adolescents: Risk prevention through abstinence education or safer sexting? Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 8 (1).

URL: <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2014031401&article=9>

Döring, Nicola (2014b): Peer-to-Peer-Gesundheitskommunikation mittels Social Media. In: K. Hurrelmann / E. Baumann (Hrsg.): Handbuch Gesundheitskommunikation. Bern: Hans Huber.

Döring, Nicola (2014c): Warum Sexting unter Jugendlichen (k)ein Problem ist. Gastbeitrag auf medienbewusst.de.

URL: <http://medienbewusst.de/handy/20140729/warum-sexting-unter-jugendlichen-kein-problem-ist.html>

Emery, Lydia / Muise, Amy / Alpert, Elizabeth / Le, Benjamin (in press): Do we look happy? Perceptions of romantic relationship quality on Facebook. Personal Relationships.

Kämper, Vera (2013): Mandela-Trauerfeier: Twitter-Spott über Obamas Selfie. Spiegel Online, 11.12.2013.

URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/spott-im-netz-nach-obamas-selfie-bei-mandela-trauerfeier-a-938430.html>

mpfs (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (2013):
JIM 2013. Jugendliche, Information, (Multi-)Media: Basisstudie
zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.
URL: <http://www.mpfs.de/index.php?id=613>

Oxford Dictionaries (2013): Oxford Dictionaries Word of the
Year 2013: SELFIE.
URL: [http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/
oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/](http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/)

Roberts, Brent / Edmonds, Grant / Grijalva, Emily (2010):
It Is Developmental Me, Not Generation Me: Developmental Changes
Are More Important Than Generational Changes in Narcissism –
Commentary on Trzesniewski & Donnellan (2010). *Perspectives on
Psychological Science* January 2010 5: 97-102.
doi:10.1177/1745691609357019

Schiefner-Rohs, Mandy / Heinen, Richard / Kerres, Michael (2013):
Private Computer in der Schule: Zwischen schulischer Infrastruktur
und Schulentwicklung. *MedienPädagogik – Zeitschrift für Theorie und
Praxis der Medienbildung*, 30. April 2013.
URL: [http://www.medienpaed.com/Documents/medienpaed/2013/
schiefner-rohs1304.pdf](http://www.medienpaed.com/Documents/medienpaed/2013/schiefner-rohs1304.pdf)

Simpson, Mark (2014): The metrosexual is dead. Long live the
'spornosexual'. *The Telegraph*, June 10, 2014.
URL: [http://www.telegraph.co.uk/men/fashion-and-style/10881682/
The-metrosexual-is-dead-Long-live-the-spornosexual.html](http://www.telegraph.co.uk/men/fashion-and-style/10881682/The-metrosexual-is-dead-Long-live-the-spornosexual.html)

Tiidenberg, Katrin (2014): Bringing sexy back: Reclaiming the body
aesthetic via self-shooting. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial
Research on Cyberspace*, 8 (1).
URL: [http://www.cyberpsychology.eu/
view.php?cisloclanku=2014021701&article=3](http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2014021701&article=3)

Autorinnen und Autoren

Niels Brüggem

Studium der Kommunikations- und Medienwissenschaft (Schwerpunkt Medienpädagogik), Informatik und Erziehungswissenschaft an der Universität Leipzig und der Dublin City University. Seit Januar 2007 wissenschaftlicher Mitarbeiter am JFF.

Schwerpunkte: Medienpädagogische Evaluationsforschung, Medienaneignungsforschung (insbesondere in Bezug auf digitale Medien), Mediatisierung von Jugendarbeit und Partizipation mit Medien, Ästhetische Bildung und medienpädagogische Ansätze, Lernen mit digitalen Medien. Mitglied der merzWissenschaft-Redaktion.

www.jff.de

Kathrin Demmler

Studium des Lehramtes an Grundschulen an der Universität Augsburg, seit 1999 medienpädagogische Referentin mit dem Schwerpunkt Multimedia am JFF, seit 2009 Leitung des Arbeitsbereichs Praxis, seit November 2010 gemeinsam mit Dr. Ulrike Wagner Direktorin des JFF.

Schwerpunkte: Medienarbeit mit Kindern, Neue Medien und Internet, Vernetzung.

www.jff.de

Prof. Dr. Nicola Döring

Leiterin des Fachgebiets für Medienpsychologie und Medienkonzeption an der Technischen Universität Ilmenau. Zu ihren Arbeitsschwerpunkten gehören soziale und psychologische Aspekte der Online-, Mobil- und Mensch-Roboter-Kommunikation, Lehren und Lernen mit Neuen Medien, Gender- und Sexualforschung sowie sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden und Evaluation.

www.nicola-doering.de

Sonja Eismann

lebt als freie Autorin und Kulturwissenschaftlerin in Berlin. Sie ist Mitbegründerin und Co-Chefredakteurin des Missy Magazine und lehrt zu den Themen Repräsentation von Geschlecht in der Popkultur, gendersensibles journalistisches Schreiben und Modetheorie.

www.missy-magazine.de