

Aktuelle Trends

Digitale Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener, kritische soziale und jugendkulturelle Phänomene im Internet

Ein Beitrag von Dr. Ilona Cwielong*

Schriftfassung des auf der Fachtagung für Beisitzerinnen und Beisitzer der BPJM am 26. und 27.10.2016 gehaltenen Vortrags.

„Kann ich das Video teilen? Ist es fame genug? Was ist, wenn's keinen interessiert? So wie neulich, als ich über 20 Selfies von mir gemacht habe, das beste Foto ausgewählt habe, um mich mit meiner neuen Haarfrisur perfekt zu präsentieren. Ich habe kein einziges Like bekommen. Ich weiß nicht, was unangenehmer war: das Gefühl, dass es niemanden interessiert hat oder dass alle dies auch noch sehen konnten.

Dabei versuche ich doch alle Postings von ‚Freunden‘ bei Facebook auch zu liken. Oder liegt es vielleicht gar nicht daran die anderen zu wenig geliket zu haben? Mögen sie mich einfach nicht? Wie schaffe ich es fame zu werden?“

Diese Gedankengänge verweisen nicht nur auf die alltägliche Mediennutzung und das soziale Handeln Jugendlicher und junger Erwachsener im digitalen Raum, sondern verdeutlichen auch ihren täglichen „Kampf um Anerkennung“ (Honneth 1994).

Aktuelle Daten der digitalen Mediennutzung Jugendlicher und junger Erwachsener

Es besteht heute eine Vollversorgung bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen bezüglich des Internetzugangs und Smartphones (vgl. u.a. JIM 2015, 8f.). Jugendliche setzen ihre Mediennutzung gleich mit der Internetnutzung (Sinus-Jugendstudie u18 2016, 174) und verwenden hauptsächlich ihr Smartphone multifunktional um zu jeder Zeit und überall online zu sein. Daher ist das Smartphone auch das wichtigste technische Gerät für Jugendliche (vgl. JIM 2015, 12; Sinus-Jugendstudie u18 2016, 175). „Always on“ zu sein ist für Heranwachsende Normalität. Off- und Online-Zeiten werden nicht voneinander getrennt betrachtet (Sinus-Jugendstudie u18 2016, 184), welches in der Konsequenz bedeutet, dass Jugendliche Off- und Online-Räume nicht mehr isoliert voneinander betrachten. Stattdessen sehen sie die Grenzen zwischen diesen Räumen als fließend an. Schließlich zeigt sich schon in den letzten Jahren die Tendenz, dass das Medienhandeln Jugendlicher stark kommunikationsorientiert (40%) und unterhaltungsorientiert (26%) (vgl. JIM 2015, 31) ist. Dies spiegelt sich auch in der Präferenz von den Online-Communities Facebook, Instagram und Youtube sowie den Instant Messenger WhatsApp und Snapchat (vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2016; JIM 2015, 32) wider. Diese Internetangebote bieten den Jugendlichen eine Alternative zu einer verbalen und lingualen Kommunikation. Mithilfe visueller und audio-visueller Artikulationsoptionen und Funktionen können Jugendliche sich mit genuinen oder digital überarbeiteten Bildern und Videos, Icons, Emoticons und (animierten) Emoji sowie Avatare artikulieren, sich präsentieren und austauschen.

* **Dr. Ilona Cwielong** ist zurzeit als Dozentin beim Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben tätig. Ihre Arbeits- und Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden, Jugend(medien)forschung, digitale Medienkulturen, Medienaneignung und Medienkompetenz.

Anerkennung als Anlass und Motivation sozialen Handelns und Kommunikation in digitalen Sozialräumen

Obschon die Anerkennungsproblematik so alt ist wie die Menschheitsgeschichte selbst, durch die Prozesse der Individualisierung, der zeitgleichen Generalisierung und Pluralisierung¹, aber auch Differenzierung² erscheint heute der Prozess der Anerkennung komplexer und differenzierter denn je. Hinzu kommt die Mediatisierung mit ihrer Vielfalt an technischen neuen Möglichkeiten a) der Selbstpräsentation auf der persönlichen Ebene und b) des räumlich und zeitlich unbegrenzten Zusammenschlusses und der Gemeinschaftsbildung mit Gleichgesinnten auf der sozialen Ebene. Trotz der vielen simultan laufenden gesellschaftlichen Prozesse ist und bleibt Anerkennung ein Grundbedürfnis, welches heute im sozialen Handeln nicht mehr nur offline, sondern auch online zum Tragen kommt (siehe oben). Die Suche nach Anerkennung bzw. ein Anerkennungsmangel kann daher heute sowohl als Anlass, als auch als Motivation für das soziale Handeln und Kommunikation in Online-Communities und Instant-Messenger betrachtet werden.

Insbesondere für die Identifikation als Hauptmerkmal von Subjektivität, der Bildung von Identität, dem Abgrenzen oder der Entwicklung einer individuellen Persönlichkeit im Jugend- und frühen Erwachsenenalter ist das Vertrauen können, das Gefühl wahrgenommen und anerkannt zu sein, welches schließlich das Selbstbewusstsein und Selbstseins bildet und das Selbstwertgefühl erhöht und stärkt, relevant (vgl. u.a. Erikson 1973, Düsing 2000, Junge 2004, Cwielong 2015, Altmeyer 2016).

Ihr Bedürfnis nach Anerkennung stillen Jugendliche nicht mehr nur offline im Freundeskreis und unter Gleichgesinnten und in ihrer Peergroup. Durch die räumliche und zeitliche Unabhängigkeit, der Vielfalt der Selbstpräsentations- und Artikulationsmöglichkeiten sowie den Vergemeinschaftungsformen und Gemeinschaftsbildungen bietet es sich für Jugendliche gewissermaßen aus ökonomischen Gründen schon an ihr Anerkennungsbedürfnis (auch?) online, in einem digitalen Sozialraum (Löw 2001) zu befriedigen. Es muss bezüglich des Medienhandelns Jugendlicher davon ausgegangen werden, dass „hier Subjekte unterwegs [sind], die in den Netzwerken der Mediengesellschaft ihre eigenen Ziele verfolgen“ (Altmeyer 2016, 72). Der Prozess der Anerkennung birgt dabei widersprüchliche Gefühle in sich und kann emotionalen Druck auslösen, wenn beispielsweise die Selbstpräsentation scheitert, d.h. das Fremdbild dem Selbstbild des Jugendlichen und jungen Erwachsenen widerspricht. Es wird daher in diesem Prozess nicht nur definiert, „wer wir sind und sein können, sondern gegebenenfalls auch der Rahmen dessen abgesteckt wird, wer wir nicht (mehr) sein und werden können“ (Balzer 2014, 406). Es zeigt sich die Macht der „signifikanten Anderen“ (Mead 1934) User, was für Jugendliche und junge Erwachsene den Prozess der Anerkennung erschwert, der letztlich für Jugendliche und junge Erwachsene ganz im Sinne von „ich werde wahrgenommen und anerkannt – also bin ich“ steht.

Jugendliche befinden sich an für sich in einem Dilemma: Auf der einen Seite ist es für sie eine Notwendigkeit, Online-Communities und Instant Messenger zu nutzen, sich selbst zu präsentieren und positionieren um nicht sozial abgehängt zu werden und schließlich Anerkennung und Aufmerksamkeit zu erhalten. Auf der anderen Seite hinterlassen sie dabei simultan Daten und gehen das Risiko des Scheiterns, der Entlarvung und der Missachtung im öffentlichen und oftmals ihnen unkontrollierbaren Raum ein (vgl. Cwielong 2015, Sinus-Jugendstudie u18 2016). Die Sinus-Jugendstudie u18 fasst bezüglich ihres Dilemmas folgendes Postulat der Jugend zusammen: „Wenn es um den Schutz der eigenen Daten und die Privatsphäre geht, wünschen sie, dass der Staat die Unternehmen stärker kontrolliert und helfend eingreift, wenn Schaden entsteht.“ (Sinus-Jugendstudie u18 2016, 215).

Soziale (jugendkulturelle) Phänomene im Internet

Jugendliche und junge Erwachsene bilden in ihrer Suche nach Anerkennung unterschiedliche Strategien mit unterschiedlichen Aktivitäten und Stilen (Jugendkulturen) um Anerkennung zu erhalten. Gegenwärtig sind dabei unter anderem folgende soziale jugendkulturelle Phänomene prägnant:

1 z.B. von Werten, Normen und Orientierungen zu unterschiedlichen Gemeinschaften und Vergemeinschaftungsformen

2 Zwischen Vergemeinschaftungsformen und Gemeinschaften, unterschiedlichen Lebensstilen und Milieus

a) Anerkennung durch Selbstpräsentation mittels Selfies

Die Selbstpräsentation erfolgt durch die Präferenz visueller und audio-visueller Angebote dementsprechend mithilfe von Selfies. „How to make“- und „Do it yourself (DIY)“-Tutorials boomen und zeigen wie Jugendliche sich am besten in Szene setzen und posen, um sich am besten digital zu präsentieren. In den Tutorials wird beispielsweise gezeigt aus welchem Winkel man sich am besten fotografieren sollte, wie man welche Körperteile betont, was bei Gestik und Mimik zu beachten ist, usw. bis hin sogar zu den „No-Go“-s bzw. welche Posen wie zum Beispiel „Duckface“³, die Betonung von austrainierten Oberkörpern bei Männern oder das Vorzutäuschen man würde schlafen oder von jemanden überrascht werden, passé sind. Es steht beim Selfie-Erstellen nicht mehr nur das Posen allein im Vordergrund. Medienkonvergent nutzen Jugendliche die Filter- bzw. Videobearbeitungs- und Bildbearbeitungsangebote von Snapchat und WhatsApp, um ihre Selbstpräsentation zu perfektionieren. Vor dem Teilen oder Posten wird eine Vielzahl an Selfies gemacht, um schließlich das für sie „beste Bild“ auszuwählen, zu überarbeiten und in der Hoffnung auf Aufmerksamkeit und Anerkennung online zu stellen. Jugendliche selbst betrachten ihre Selfies als Präsentation und weniger als Selbstinszenierung, ihr Fokus bei den Selfies liegt auf Authentizität. Außenstehende Erwachsene sehen jedoch in Anbetracht des zeitlichen Aufwands die Selbstpräsentation Jugendlicher vielmehr als Selbstinszenierung an.

Bei dem Online-Stellen von Selfies sind sich Jugendliche darüber hinaus bewusst, dass sie persönliche Daten von sich preisgeben. „Es herrscht Einigkeit, dass man nicht alles wahllos postet – vor allem nicht, wenn man unsicher ist, wer der Empfänger ist“ (Sinus-Jugendstudie u18 2016, 195). Während bei WhatsApp und Snapchat die Kommunikation und somit der Austausch von persönlichen Daten personalisiert ist, kann die Tragweite bei der Verbreitung von persönlichen Daten in den Online-Communities wie Facebook, Instagram und Youtube schwer eingeschätzt werden. „Mit der Veröffentlichung privater Daten ist man laut eigenem Bekunden daher vorsichtig, auch wenn sich dies zumeist ausschließlich auf Fotos und persönliche Informationen (z.B. Beziehungsstatus) bezieht. Die Angst vor der Veröffentlichung peinlicher Details ist groß, daher schätzen Jugendliche Informationen über ihr Privatleben (wann, wo, was und – vor allem – mit wem) wertvoller ein als soziodemographische Daten“ (Sinus-Jugendstudie u18 2016, 195). Rekapitulierend sind sich Jugendliche über die Preisgabe und Folgen der Veröffentlichung persönlicher Daten zwar bewusst, jedoch zeigt sich, dass sie ihr Wissen nicht im Handeln umsetzen.

Ob schließlich die Selbstpräsentation gelungen ist, zeigt sich unter anderem durch die Anzahl an Likes und Followern, die auch ein Indikator dafür sind, wie „berühmt“ bzw. „fame“ man ist. Jugendliche wissen bezüglich dieses Prozesses, dass je größer das persönliche Netzwerk, desto höher ist aber die Chance, selbst mehr Aufmerksamkeit und Anerkennung zu erhalten. Gleichzeitig schenken Jugendliche und junge Erwachsene anderen Usern ihres Netzwerkes auch Anerkennung. Jugendliche betrachten das Schenken von Anerkennung als Gabentausch und gehen allzu oft affektiv in den Vertrauensvorschuss (Cwielong 2015), d.h. ohne sich im Klaren darüber zu sein, wen oder was sie konkret gerade liken oder mit einem Like unterstützen.

Eine Entlarvung, d.h. wenn Personen offensichtlich sich selbst inszenieren und nur darauf achten möglichst viele Likes und Follower zu haben, wird von Jugendlichen mit Missachtung bestraft (Cwielong 2015).

b) Anerkennung durch Austausch von allem, was „Fame“ ist

Eine etwas andere Strategie um Anerkennung zu erhalten ist das „Anpreisen“ von „berühmten“ bzw. „famen“ Artefakten und Produkten durch Dritte. Jugendliche erhalten Anerkennung in der Peergroup, in Communities und über Instant Messenger über das Teilen von besonderen Accounts und Artefakten ihrer Lieblings-Online-Communities Youtube- oder Instagram-Stars. Was ist gerade „fame“? Hierzu lassen sich zwei Trends aufzeigen:

1.) „Sei schlau, stell Dich dumm“ – was ist eigentlich gespielt und was real?

Videos und Bilder, auf denen sich Akteure als dumm und ungebildet zeigen, werden gegenwärtig von Jugendlichen und jungen Erwachsenen als „lustig“ erklärt. Die Darstellungen basieren im Grunde genommen auf das durch Verona Feldbusch⁴ (heute Pooth) bekannte und von Daniela Katzenberger wieder aufgegriffene Motto „Sei schlau, stell Dich dumm“. Darüber hinaus deklarieren Jugendliche Videos und Bilder als Parodie und Satire, oftmals

3 Kombination aus geschürzten Lippen und weit aufgerissenen Augen

ein ausschweifender, Lebensstil mit Geld, Luxusgütern und vielen leicht bekleideten Frauen präsentiert. Nicht allzu selten werden dabei Drogen (auch „Legal Highs“) und Waffen verherrlicht und für den Besitz propagiert, Frauen werden durch pornographische Darstellungen auf das Sexuelle reduziert, es wird angedeutet oder direkt verbal verkündet sexuelle Tabus zu brechen, usw. –ähnlich dem Stil des Gangsta-Raps.

Während Stars wie Daniela Katzenberger und etablierte Gangsta-Rapper traditionelle Massenmedien nutzen und nutzen, die es Jugendlichen ermöglicht die Artefakte und Produkte analysierend in fiktional versus non-fiktional unterteilen zu können, scheint sich dieser Analyseprozess durch den user-generated content (nutzergenerierte Inhalte) ihrer Lieblings-Communities erschwert zu haben. Mit der Möglichkeit eines user-generated content sprechen Jugendliche Artefakte eine höhere Authentizität zu. Diese Authentizität steht dann in Frage, wenn bei diesen nutzergenerierten Medienprodukten die mediale technische Gestaltung zwar authentisch und real wirkt, aber der Inhalt bezüglich seiner Non-Fiktionalität unseriös, suspekt und zweifelbar ist. Ist das Artefakt/Produkt dann gespielt oder real?

2.) Schwarzer Humor? – Aber wo fängt er an und wo hört er auf?

„Schwarzer Humor“ ist bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen von großer Beliebtheit, insbesondere, wenn es um den Nationalismus, Diskriminierung, usw. Rassenhass des 2. Weltkriegs geht. In den letzten beiden Jahren sorgte beispielsweise insbesondere Julien Sewering⁴ für besonderes Aufsehen in der Youtube-Community in Deutschland. Sewering, der für eine Produktionsfirma arbeitete und anfangs nur Kritiken zu Rap-Liedern veröffentlichte, übt in seinem Kanal „Juliensblog“ seit Mai 2011 erfolgreich mit mittlerweile über 1,3 Millionen Abonnenten und 118 Millionen Aufrufen [Stand: 28.10.2016] provokant negative Kritik gegenüber gesellschaftlicher Phänomene und Ereignisse sowie zum aktuellen politischen Geschehen. Die dabei dargestellte Haltung Sewerings wird von Befürwortern als „lustig“, „zynisch“ und „schwarzer Humor“ betitelt. Kritiker sehen die Videos als diskriminierend, chauvinistisch, sexistisch, hetzend, hassverbreitend und desinformierend. Sewering selbst beruft sich auf Satire, Zynismus und „Schwarzen Humor“ und beruft sich schließlich auf die Kunstfreiheit.

Aber wo fängt „Schwarzer Humor“ an und wo hört er auf?

Grundsätzlich sollte festgehalten werden, dass die heutige Jugend sich einig ist, „dass man aus den negativen Ereignissen der Vergangenheit lernen sollte, damit sie sich nicht wiederholen“ (Sinus-Jugendstudie u18 2016, 471)

Der generationale Aspekt gibt einen Hinweis für den Umgang, der Interpretation und Analyse Jugendlicher bezüglich solcher Medieninhalte: Obwohl Jugendliche⁵ sich für die Geschichte und den zweiten Weltkrieg interessieren (Sinus-Jugendstudie u18 2016, 471), fehlt ihnen oft die emotionale Bindung. Die gegenwärtige Jugend kann nur selten einen direkten Kontakt mit Zeitzeugen wie Jugendgenerationen zuvor haben, wenngleich Jugendliche Berichte von Zeitzeugen aber eine hohe Authentizität zusprechen, welche „Geschichte spannend und erlebbar“ (ebd., 471) macht. Stattdessen basiert ihr geschichtliches Wissen (insbesondere der deutschen Geschichte über den 2. Weltkrieg) vielmehr auf den Schulunterricht, Medienberichten, Besuche in Gedenkstätten und Museen, etc. nicht aber mehr über lebende Zeitzeugen in der Familie, Verwandtschaft und Bekanntenkreis.

Durch das Teilen von Videos und Bildern, die ihrer Meinung nach „schwarzer Humor“ sind, wollen Jugendliche ihrer Peergroup ihre Gesellschaftskritik und ihr historisches Wissen auf eine andere Weise zeigen als über einen Stil, der wie eine Besserwisserei wirkt. Sie erhalten auf diese Weise ihre Anerkennung ohne als ‚Klugscheißer‘ stigmatisiert zu werden.

4 Auf den größten Widerhall stieß Sewering mit dem Video JuliensBlog #21 – GDL (Bahnstreik), das zwar nur wenige Tage nach seiner Veröffentlichung vom Urheber entfernt wurde, jedoch immer wieder von anderen Youtube-Community-Mitgliedern gepostet wird. In dem Video forderte Sewering den Massenmord der im letzten Jahr streikenden GDL-Lokführer durch Vergasung im Konzentrationslager Auschwitz. Er bot in diesem Video an, den Zug unentgeltlich zu steuern. Dabei wird das Video mit Bildern des Deportationsbahnsteigs und der Gaskammer in Auschwitz-Birkenau visuell untermalt. Gegen Sewering wurde daraufhin Anzeige erstattet. Nach zwei Gerichtsverfahren wurde Sewering rechtskräftig zu acht Monaten Haft, ausgesetzt über eine Bewährungszeit von drei Jahren, sowie 15.000 € verurteilt. Ihm wurden ferner die Kosten des Verfahrens auferlegt.

5 „Junge Menschen aus bildungsfernen Lebenswelten sind wenig über geschichtliche Themen informiert und sehen historisches Wissen meist nicht als besonders wichtig an. Lediglich Sozialökologische und Expeditiv schreiben der Geschichte einen Stellenwert zu, um aktuelle Ereignisse besser verstehen zu können“ (Sinus-Jugendstudie u18 2016, 471)

c) Gesellschaftliche Anerkennung durch Vergemeinschaftung und Gemeinschaftsbildung – Der Übergang vom „Ich zum Wir“

Rechtsorientierte, radikalisierte und religiös-extremistische Gruppierungen nutzen gegenwärtig das Internet mit seinen Online-Communities aufgrund der Schnelligkeit und Breitenwirkung als Propagandamedium Nr. 1 (siehe hier insbesondere Monitoringbericht 2015/16. Rechtsextreme und menschenverachtende Phänomene im Social Web der Amadeu Antonio Stiftung). Bei Facebook und anderen Online-Communities gibt es bisher unzählige Gruppierungen, deren Gruppenname oft mit populären Themen verknüpft ist. Rechtsorientierte, radikalisierte und religiös-extremistische Gruppierungen verstecken sich hinter diesen Gruppierungen mit vermeintlichen Schwerpunktsetzungen auf Inhalte wie beispielsweise Kindesmissbrauch, sexuelle Gewalt oder sogar veganen Lifestyle, so dass sie mitunter nur schwer ihrem genuinen Hintergrund, Ziel und Intention zuzuordnen sind. Jugendliche und junge Erwachsene treten oftmals affektiv diesen Gruppen bei und liken ihre Postings in der Hoffnung an gesellschaftlichen Problemen zu partizipieren und sich engagiert zu haben. Sie erhoffen sich dadurch nicht eine persönliche Anerkennung, sondern die gesellschaftliche Anerkennung bzw. Solidarität derjenigen Gruppe, die ihre Meinung und Einstellung vertritt. Oftmals erscheint es so, als dass es Jugendlichen egal ist, wer ihre Meinung und Aussage vertritt und welche Konsequenzen die Einstellung in sich birgt. Wichtiger ist ihnen, dass ihre Meinung vertreten, wahrgenommen und anerkannt wird. Es erfolgt bezüglich der Anerkennung ein Übergang vom „Ich zum Wir“ bedingt durch den Eintritt und die Unterstützung dieser Gruppe „imaginärer“ Gleichgesinnter.

Durch unzureichende Medienkritik (insbesondere Decodierungs- und Analysefähigkeit) und dem Nicht-Bewusstsein dieser Strategie radikalisierter und extremistischer Gruppierungen werden somit auch jugendkulturelle Räume und Online-Communities ein Ort rechter Mobilisierung.

d) Anerkennung für Engagement – Die Partizipation an Stammtischparolen, Hate-Speeches und Shitstorms

Insbesondere in Online-Communities wird „aktuelles Weltgeschehen“ in Form von Artikeln, Videos, Bildern und Verlinkungen zu Online-Artikeln gepostet. Darunter werden jedoch auch vermehrt Stammtisch-Parolen und personalisierte Beleidigungen in Form von Hate-Speeches publiziert und nicht allzu selten Shitstorms ausgelöst.

Erregungskampagnen entzünden sich häufig an kleinen Details. Anfangs identifizieren sich andere User mit der Kritik. Diese bestätigen die bis dahin oftmals gerechtfertigte und nachvollziehbare Kritik über ein „Gefällt mir“-Klick oder bekräftigen und exemplifizieren durch das Posten eines Beitrags, Videos oder Fotos die Kritik. Dabei erhalten die partizipierenden User das Gefühl des „etwas Gutes getan zu haben“, „dabei zu sein“, Anerkennung, ein Zugehörigkeitsgefühl, Wir-Gefühl ohne dem Bewusstsein über die Konsequenzen Teilhabe und Teilnahme. Die meist gerechtfertigte Kritik wird durch das Internet verbreitet. Insbesondere die Schnelligkeit der Reaktionen von Menschen, die hohe Verdichtung des Informationsaustausches und die räumlich- und zeitlich-unabhängige Tragweite führen dazu, dass sich sukzessiv die gerechtfertigte Kritik mit unsachlichen Beiträgen, in Form von Hate-Speeches, Stammtischparolen, Fotos und Videos vermengen. Die Partizipation über einen beleidigenden Kommentar oder einer Hate-Speech schreiben sich dabei User oft mit Stolz zu, so dass Missachtung im digitalen Raum schon beinahe „salonfähig“ wird. Letztlich schreitet der Comment Storm so weit voran, dass der Ausgangspunkt und die ursprüngliche Kritik nicht mehr deutlich ist (vgl. Bieber/ Härthe/ Thimm 2015, 8). Es folgt ein Kontrollverlust (vgl. Bieber/ Härthe/ Thimm 2015, 13) dahingehend, dass sich die Kommentare zur Kritik spiralförmig hochschaukeln wie bei einer Wendeltreppe. Jugendliche sind sich der Konsequenz ihres Zuspruches und der Unterstützung von Stammtischparolen, Hate-Speeches und Shitstorms nicht bewusst. Die Kritik bleibt nicht im digitalen Raum stehen, die Konsequenzen folgen im Offline-Kontext.

Zusammenfassung und Fazit

Jugendliche setzen ihre Mediennutzung mit Internetnutzung gleich und sind „always on“. Offline- und Online-Welt trennen sie nicht voneinander, sondern sprechen diesen Welten eine Wechselseitigkeit und gegenseitige Abhängigkeit zu. Ihre Internetnutzung ist kom-

munikations- und unterhaltungsorientiert, in der sie insbesondere ihre eigenen Ziele verfolgen. Eines ihrer Ziele ist das Grundbedürfnis nach Anerkennung zu stillen. In ihrem digitalen sozialen Handeln stehen daher oftmals der Erhalt und die Hoffnung auf Anerkennung im Vordergrund. Es zeigt sich, dass Jugendliche sich insbesondere Online-Communities und Instant-Messenger zu Nutzen machen, um Anerkennung entweder auf der persönlichen oder gesellschaftlichen (über die Zugehörigkeit zu einer Gruppe Gleichgesinnter) Ebene zu erhalten. Ihre Suche nach Anerkennung verfolgen sie mit unterschiedlichen Strategien, die sich in Jugendkulturen und gewissen sozialen Phänomenen widerspiegeln. Persönliche Anerkennung erhalten Jugendliche durch insbesondere visuellen Selbstpräsentationen, den Selfies, oder durch den Austausch von allem, was sie als „fame“ bezeichnen. Mit „Fame“ assoziieren Jugendliche oftmals Medieninhalte, die sie als schwarzen Humor bezeichnen und als lustig, parodisch und satirisch empfinden. Die Problematik besteht zum einen darin, dass nur schwer erkennbar ist, ob die Inhalte real versus fiktional sind. Zum anderen ist es eine Frage der Interpretation, ob und in wie fern die Medieninhalte jugendgefährdend sind, da die gegenwärtige Jugend einen anderen Bezug und Zugang zu historischen Ereignissen und Entwicklungen, wie beispielsweise den zweiten Weltkrieg, hat als Generationen zuvor und somit Medieninhalte und ihre Darstellungen anders interpretieren, analysieren und eine andere Bedeutung zusprechen. Neben dem Erhalt einer persönlichen Anerkennung, versuchen Jugendliche auch über Gruppenzugehörigkeiten sowie sozialen Engagement Anerkennung zu erhalten, so dass sich ihre Suche nach Anerkennung vom „Ich zum Wir“ verlagert. In ihren Communities treten sie im Affekt oftmals Gruppen bei oder stimmen Stammtischparolen zu, ohne sich darüber im Klaren zu sein, welche politische, radikalisierte und extremistische Einstellungen, Meinungen und Gruppierung sich dahinter verbergen und welche Konsequenzen aus einer Unterstützung im digitalen Raum für den analogen Raum bzw. der Offline-Welt sich daraus ergeben. Dabei nutzen insbesondere politisch und religiös radikalisierte und extremistische Gruppierungen das Internet, um ihre Einstellungen und Meinungen zu verbreiten, und akquirieren über die Online-Communities neue Mitglieder. Nicht nur ein Schutz über Kontrolle und Indizierung, sondern darüber hinaus fordern Jugendliche auch Aufklärung, die Förderung von Medienkompetenz (insbesondere Medienkritik).

Literatur

- Altmeyer, Martin** (2016): Auf der Suche nach Resonanz. Wie sich das Seelenleben in der digitalen Moderne verändert. Göttingen: Vandenhoeck & Rubrecht.
- Amadeu Antonio Stiftung** (2016): Monitoringbericht 2015/2016. Rechtsextreme und menschenverachtende Phänomene im Social Web. Online unter: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/monitoringbericht-2015.pdf> [Stand 31.10.2016]
- ARD/ZDF-Online-Studie** 2016. Online unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=567> [Stand: 31.10.2016]
- Balzer, Nicole** (2014): Spuren der Anerkennung. Studien zu einer sozial- und erziehungswissenschaftlichen Kategorie. Wiesbaden: VS.
- Bieber, Christoph/ Härthe, Constantin/ Thimm, Caja** (2015): Erregungskampagnen in Politik und Wirtschaft. Digitale Öffentlichkeit zwischen Candy- und Shitstorms.
- Calmbach, Marc/ Borgstedt, Silke/ Borchard, Inga/ Thomas, Peter Martin/ Flaig, Berthold Bodo** (2016): SINUS-Jugendstudie u18. Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Springer: VS.
- Cwielong, Ilona Andrea** (2015): Die Interdependenz und Reziprozität des Anerkennungs- und Aneignungsprozesses in der Mediatisierung. Eine qualitative empirische Untersuchung von Mitgliedern der japanisch popkulturellen Manga- und Animéfanszene. Bielefeld : Universitätsbibliothek Bielefeld. Online unter: <https://pub.uni-bielefeld.de/publication/2905788> [Stand: 31.10.2016]
- Düsing, Edith** (2000): Modelle der Anerkennung und Identität des Selbst (Fichte, Mead, Erikson). In: Schild, Wolfgang (Hrsg.): Anerkennung. Interdisziplinäre Dimensionen eines Begriffs. Ein Symposium. Würzburg: Königshausen & Neumann. S.99-128.
- Erikson, Erik Homburger** (1973): Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze. Übersetzt von Käte Hügel. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Honneth, Axel** (1992): Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Junge, Matthias** (2004): Sozialisierungstheorien vor dem Hintergrund von Modernisierung, Individualisierung und Postmodernisierung. In: Hoffmann, Dagmar; Merckens, Hand (Hrsg.): Jugendsoziologische Sozialisierungstheorie. Impulse für die Jugendforschung. Weinheim & München: Juventa. S. 35-55.
- Löw, Martina** (2001): Raumsoziologie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Mead, George Herbert** (1934): Mind, Self, and Society. Chicago: Edited by Charles W. Morris.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)** (2015): JIM 2015 - Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Online unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2015/JIM_Studie_2015.pdf [Stand: 31.10.2016]