

Julia Adam

Jugend, Identität und Internet



Bachelorarbeit

2011

Goethe- Universität Frankfurt am Main

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis.....	IV
1 Einleitung	1
2 Medien und Sozialisation.....	3
3 Grundlage der Analyse	13
3.1 Die Postmoderne - Lebenspraxis in einer Phase gesellschaftlichen Umbruchs....	14
3.2 Zum Konstrukt Identität.....	18
3.2.1 Das Konstrukt Identität und sein Begriffsumfeld.....	23
3.2.2 Kernidentität oder Multiple Identität?.....	29
3.2.3 Identität und Selbstdarstellung unter postmodernen Bedingungen.....	32
3.2.4 Identität als aktiver Herstellungsprozess.....	36
3.3 Die Bedeutung von Identität in der Jugendphase	40
3.3.1 Die Rolle von Peergroups	45
4 Analyse.....	48
4.1 Die Attraktivität des Webs 2.0 für Jugendliche.....	49
4.2 Identität und Selbstdarstellung im Web 2.0.....	54
4.2.1 Darstellungsstrukturen und- praktiken	56
4.2.2 Funktion der Peergroup	67
4.2.3 Zentrierte oder dezentrierte Identität?	72
5 Fazit	73
Literatur- und Quellenverzeichnis.....	V

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1 "WICHTIGKEIT DER MEDIEN" (ABBILDUNG: SELBST ERSTELLT; QUELLE: JIM- STUDIE 2010, S. 13)	7
ABBILDUNG 2 "INHALTLICHE VERTEILUNG DER INTERNETNUTZUNG JUGENDLICHER" (ABBILDUNG: SELBST ERSTELLT; QUELLE: JIM- STUDIE 2010, S. 29)	53
ABBILDUNG 3 "PROFILSEITE FACEBOOK" (ADAM, JULIA - EINGERICHTETES PROFIL ZUR VERANSCHAULICHUNG DER DARSTELLUNGSSTRUKTUR BEI HTTP://DE-DE.FACEBOOK.COM - STAND 29.05.2011)	57
ABBILDUNG 4 "PRIVATSPHÄRE- EINSTELLUNGEN FACEBOOK" (ADAM, JULIA - EINGERICHTETES PROFIL ZUR VERANSCHAULICHUNG DER PRIVATSPHÄRE- EINSTELLUNGEN BEI HTTP://DE-DE.FACEBOOK.COM - STAND 29.05.2011)	60
ABBILDUNG 5 "HOME- SEITE FACEBOOK" (QUELLE: HTTP://CREATIVE.AK.FBCDN.NET/ADS3/CREATIVE/PRESSROOM/JPG/N1265831219_HOME PAGE.JPG - STAND 10.06.2011)	64

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1 "GERÄTEAUSSTATTUNG IM HAUSHALT 1998 UND 2010" (TABELLE: IN ANLEHNUNG AN KLINGER 2008; QUELLEN: KLINGER 2008; JIM- STUDIE 1998; JIM- STUDIE 2010)	4
TABELLE 2 "GERÄTEBESITZ JUGENDLICHER 1998 UND 2010" (TABELLE: IN ANLEHNUNG AN KLINGER 2008; QUELLEN: KLINGER 2008; JIM- STUDIE 1998; JIM- STUDIE 2010)	5
TABELLE 3 "MEDIENNUTZUNG JUGENDLICHER 1998 UND 2010 (MIND. MEHRMALS PRO WOCHE)" (TABELLE: IN ANLEHNUNG AN KLINGER 2008; QUELLEN: KLINGER 2008; JIM- STUDIE 1998; JIM- STUDIE 2010)	6
TABELLE 4 "DAS BEGRIFFSUMFELD VON IDENTITÄT" (QUELLE: FRITZ 2003)	24
TABELLE 5 "DIE VIER IDENTITÄTSZUSTÄNDE NACH MARCIA 1994" (MÜLLER 2011, S. 161)	38
TABELLE 6 "KORRESPONDENZ VON ENTWICKLUNGSAUFGABEN UND SOCIAL- WEB- PRAKTIKEN" (QUELLE: SCHMIDT 2010B, S. 164)	52

Abkürzungsverzeichnis

ICD- 10	„International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems" in der zehnten Fassung
JIM	Jugend, Information, (Multi-) Media
KIM	Kinder + Medien, Computer + Internet
MPD	Multiple Personality Disorder
MPFS	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
RL	Real Life
SEO	Search- Engine- Optimization
VR	Virtuelle Realität
WWW	World Wide Web

1 Einleitung

Im Folgenden verfasse ich meine Bachelorarbeit zur Thematik „Jugend, Identität und Internet“.

Kinder und Jugendliche wollen bzw. müssen erwachsen werden (vgl. Fasco 2010, S. 7). Auf dem Weg zum Erwachsenwerden gilt es für sie, altersspezifische Entwicklungsaufgaben zu bewältigen (vgl. Mienert 2008, S. 31). Im Jugendalter umfasst das Meistern der „ontogenetischen Krisen“ wichtige und erstmalige „Prozesse der Selbstsuche und –findung“. Die Beschäftigung mit der eigenen Person und Identität nimmt in dieser Lebensphase ihre Zentralität ein (vgl. Keupp et al. 1992, S. 82). Sie tangiert stets die Frage:

Wer bin ich?

- ▶ Bin ich der¹, als der ich mich fühle? Ein Individuum mit Gewissheit über mein eigenes Selbst? Ein einzigartiges Wesen mit großer Stabilität seiner Individualität?
- ▶ Oder bin ich der, den die anderen in mir sehen? Und wandelt sich mein Gefühl für mich selbst mit den Begegnungen und mit den Erfahrungen, die ich mit anderen mache?
- ▶ Oder ist mein Gefühl, das zu sein, wofür ich mich halte, am Ende das Ergebnis von Verhandlungen mit anderen, eine Konstruktion in der sozialen Bezogenheit?

(Ermann 2010, S. 1)

Es ist nicht anzunehmen, dass Jugendliche sich grundsätzlich in dieser Komplexität mit der Frage nach der eigenen Identität auseinandersetzen. Den wissenschaftlichen „Diskurs über Wesen und Ziele unseres Lebens“ bestimmen diese Fragen jedoch seit der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts (vgl. Ermann 2010, S. 1). „Sie gehören zu den populären Fragen unserer Zeit, in der die Selbstfindung zu den bedeutenden Werten zählt“ (Ermann 2010, S. 1). Die zunehmende Relevanz der Beschäftigung mit dem Forschungsgegenstand Identität ergibt sich aus einem gesellschaftlichen Wandel. Dieser wird mit dem Schlagwort „Postmoderne“ beschrieben. Die heutige Gesellschaft befindet sich im Umbruch (vgl. Keupp 1990, S. 3). Stabile gesellschaftliche Rahmenbedingungen lösen sich auf und eine pluralistische Gesellschaft konfrontiert jedes Individuum mit einer Vielzahl an Wahl- und Entscheidungsmöglichkeiten

¹ Zur besseren Lesbarkeit der vorliegenden Arbeit wird sich stets der männlichen Form von Nomen/ Pronomen bedient. Diese schließt die weibliche mit ein.

im Hinblick auf seine eigene Identität (vgl. Bahl 1997, S. 21). Zurückführbar ist der Umbruch auf einen „technologischen Wandel“. Der technische Fortschritt hin zur Digitalisierung schlägt sich vor allem in einem massiven Wandel der Bereiche Kommunikation und Information nieder (vgl. Etzioni 1968, S. VII). Neben den gesamtgesellschaftlichen Veränderungen hat der Medien- und Kommunikationswandel vor allem die Medienwelt und das Nutzungsverhalten der Jugendlichen weitgehend verändert. Das Medium Internet nimmt hier einen hohen Stellenwert ein.² Diese Auswirkungen des technologischen Wandels machen es für die (Medien-) Pädagogik unabdingbar, sich mit dem Medienumgang Jugendlicher auseinanderzusetzen. Einfluss und Wirkung von Medien auf die Identitätsentwicklung Jugendlicher müssen untersucht werden. Für die potentiellen erzieherischen Konsequenzen sind pädagogische Programme zu entwickeln.

Medien stellen eine bedeutende Sozialisationsinstanz dar. Das Medium Internet erweist sich mit seinen „Web 2.0- Technologien“ also besonders attraktiv für Jugendliche. Das Web 2.0 ermöglicht ihnen selbst, Inhalte im Netz bereitzustellen. Aufgrund des erhöhten Interaktionsgrades eröffnet es diverse Möglichkeiten zur Selbstentfaltung und Selbstdarstellung (vgl. Guth 2010, S. 13). Dadurch ist das Web 2.0 für die Thematik der Arbeit sehr interessant. Das Nutzen Sozialer Netzwerke steht bei Jugendlichen dabei an erster Stelle (Leven/ Quenzel/ Hurrelmann 2010, S. 105). Hier zeichnet sich vor allem bei der Wahl des Netzwerks ein Trend ab. Die Kommunikationsplattform „Facebook“ erfährt enormen Zulauf (JIM- Studie 2010, S. 42).

Intention der Arbeit ist es nun, die Funktion und Bedeutung des Mediums Internet bei der Identitätsgenese Jugendlicher herauszuarbeiten. In welcher Weise hat das Internet sozialisierende Funktion? Wirkt es sich ausschließlich auf die Identitätsentwicklung einer „virtuellen Identität“ aus? Oder spiegeln sich die online gemachten Erfahrungen in der „reale Identität“ wider? Ist an dieser Stelle überhaupt solch eine Differenzierung notwendig?

Um diesen Fragen nachzugehen, beziehe ich mich auf empirisch fundierte Theorien. Die Thematik der Arbeit wird demnach nicht mit eigenen Forschungen sondern anhand von Literatur zur Materie erörtert.

Um nun in die Materie der Arbeit einzuführen, soll zuerst anhand von Statistiken, unter anderem zu der Mediennutzung Jugendlicher in Deutschland, die allgemeine Relevanz zur Auseinandersetzung mit den „neuen Medien“ in den Erziehungswissenschaften veranschaulicht werden. Schwerpunkt bildet das Internet. Zudem soll hier geklärt werden: Weshalb lassen sich Medien überhaupt als Sozialisationsinstanz definieren? Zur Analyse der oben genannten

²vgl. <http://www.mpfs.de/index.php?id=150> - Stand 25.05.2011.

Fragestellungen schaffe ich zuerst eine theoretische Grundlage. In dieser wird sich zunächst dem Begriff „Postmoderne“ zugewendet. Dann wird das breite Feld der Identitätsforschung in den Blick genommen. Hierbei werden das Konstrukt Identität und weitere (forschungsrelevante) Begriffe sowie postmoderne Theorielinien umrissen. Den Zusammenhang von Identität und Selbstdarstellung zeige ich daraufhin auf. Eine nähere Beschäftigung mit der Bedeutung von Identität in der Jugendphase folgt. Im weiteren Verlauf der Arbeit gehe ich zur Analyse der Fragestellungen über. Das Web 2.0 und seine Attraktivität für Jugendliche soll verdeutlicht werden. Ausgehend von der erarbeiteten Grundlage wird schließlich Identität und Selbstdarstellung im Web 2.0 thematisiert. Als Exempel zur Betrachtung der Funktion und Bedeutung des Internets für die Identitätsentwicklung Jugendlicher dient die Plattform „Facebook“. Dabei sollen Gefahren, aber auch Chancen des World Wide Webs aufgezeigt werden. Abschließend fasse ich die Ergebnisse der Arbeit in einem Fazit zusammen und reflektiere deren Relevanz für die pädagogische Praxis.

2 Medien und Sozialisation

„Sie sind überall. Das Girlie mit dem iPod in der U- Bahn, das mit dem Handy eine SMS nach der anderen verschickt. Der Ferienpraktikant im Büro, der gekonnte Abhilfe schafft, wenn das Mailprogramm mal wieder spinnt. Die Achtjährige, die Erwachsene bei jedem erdenklichen Computerspiel besiegt und obendrein um Längen schneller tippen kann. Oder auch das Neugeborene der weit entfernt wohnenden Nichte, das Sie noch nie gesehen haben, aber trotzdem schon gut kennen, weil jede Woche eine neue Ladung digitaler Babyfotos bei Ihnen ankommt. Sie alle sind das, was wir ‚Digital Natives‘ nennen – Menschen also, die nach 1980 direkt in das Digitale Zeitalter hineingeboren wurden“ (Palfrey/ Gasser 2008, S. 1). Das obig angeführte Zitat veranschaulicht anhand sämtlicher Exempels die Selbstverständlichkeit, mit welcher Kinder und Jugendliche „eine Fülle von [elektronischen] Medien und Medienprodukte“ (Kübler 2005) bedienen. Die Relevanz von Medien im Lebensalltag Kinder und Jugendlicher kann zunächst einmal anhand quantitativer Daten (Medienbesitz, Nutzungshäufigkeit- und Dauer) verdeutlicht werden (vgl. Kübler 2010, S. 26). Ein Vergleich zwischen der Mediennutzung im Kindes- und Jugendalter zeigt, dass diese mit zunehmendem Alter wächst (vgl. hierzu KIM- und JIM- Studien³). Diese Arbeit fokussiert das Jugendalter, ohne

³ Die Studienreihen KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) und JIM (Jugend, Information, (Mult-) Media) des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (MPFS) umfassen Basisstudien zum Medienumgang von Kindern und Jugendlichen. Kinder sind hier als 6- 13 Jährige und Jugendliche als 12- bis 19-Jährige definiert (vgl. KIM 2010/ JIM 2010).

damit aber die (zunehmende) Bedeutung für eine Auseinandersetzung mit „Medien und Kindheit“ abzusprechen.

„Die JIM- Studie bot im Jahre 1998 erstmals einen Blick in den gesamten Medienalltag von 12- bis 19-Jährigen. Seither fand ein massiver Medien- und Kommunikationswandel statt“⁴. Der Besitz elektronischer Medien in deutschen Haushalten, in denen Jugendliche leben (Tabelle 1), hat grundsätzlich - ausgenommen Fernseher (- 1%) und Videorekorder (-14 %) - in den letzten zwölf Jahren zugenommen. Trotz unterschiedlicher finanzieller Ressourcen, gehören vor allem Handy (100 %), Computer/ Laptop (100 %), Fernseher (99 %) und Internet (98 %) mittlerweile zur Grundausstattung (vgl. Klinger 2008; JIM- Studie 1998; JIM- Studie 2010).

Geräteausstattung im Haushalt	1998*	2010
Computer / Laptop	78	100
Handy	47	100
Fernseher	100	99
Internetzugang (2001)	65	98
Digitalkamera (2003)	83	95
MP3- Player / iPod (2000)	10	92
DVD- Player (2003)	59	85
feste Spielkonsole TV / PC	43	74
Videorekorder	89	68
TV / Flachbildschirm (2005)	12	68
Tragbare Spielkonsole (2006)	51	67

Angaben in %

*Geräte teilweise erst später erhoben (Jahreszahl in Klammern).

Tabelle 1 "Geräteausstattung im Haushalt 1998 und 2010" (Tabelle: In Anlehnung an Klinger 2008; Quellen: Klinger 2008; JIM- Studie 1998; JIM- Studie 2010)

„Entsprechend der hohen Haushaltsausstattung [im Jahr 2010] ist auch der Gerätebesitz der Jugendlichen (Tabelle 2) sehr hoch“ (JIM- Studie 2010, S. 7). Auch beim Gerätebesitz der Jugendlichen heben sich die Medien Handy, Computer/ Laptop, Fernseher und Internet von den anderen, hier aufgezählten, ab.

⁴ <http://www.mpfs.de/index.php?id=150> - Stand 25.05.2011.

Geräteausstattung: Persönlicher Besitz von Jugendlichen	1998*	2010
Handy	8	97
MP3-Player/iPod	-	84
Computer/Laptop	35	79
Radio	95	69
Fernseher	60	58
Internetzugang	-	52
DVD-Player (nicht PC)	-	35
DVD-Recorder	-	29
TV/Flachbildschirm	-	25
Videorekorder	26	13

*Fehlende Werte: 1998 noch nicht in dieser Form erhoben.

Tabelle 2 "Gerätebesitz Jugendlicher 1998 und 2010" (Tabelle: In Anlehnung an Klinger 2008; Quellen: Klinger 2008; JIM- Studie 1998; JIM- Studie 2010)

Ein eigenes Handy gehört mit 97 Prozent zum Besitztum fast jedes Jugendlichen. Im Jahr 1998 waren es gerade acht Prozent. 79 Prozent der Jugendlichen verfügen 2010 über einen eigenen Computer bzw. Laptop. Mehr als die Hälfte der Jugendliche besitzt einen eigenen Fernseher (58 %) und hat Internetzugang (52 %). Außerdem scheint der Besitz eines MP3-Players (84 %) eine bedeutende Rolle bei den 12- bis 19- Jährigen zu spielen (vgl. JIM- Studie 2010, S. 7). Anhand der Daten zur Medienausstattung wird bereits deutlich, dass Medien einen hohen Stellenwert bei Jugendlichen einnehmen (vgl. JIM- Studie 2010, S. 11). „Wie hoch die Alltagsrelevanz der einzelnen Medien und der damit verbundenen Tätigkeiten ist, zeigt die Medienbeschäftigung der 12- bis 19-Jährigen [in Tabelle 3]“ (JIM- Studie 2010, S. 11).

Mediennutzung	1998*	2010
Handy	-	91
Internet	5	90
Fernseher	95	88
MP3-Player/iPod	-	83
Radio	85	74
Zeitung	59	44
Bücher	38	38
Computer (offline)	-	30
Zeitschriften/Magazine	49	27
Musik-CDs/Kassetten	94	11

* Fehlende Werte: 1998 noch nicht in dieser Form erhoben.

Tabelle 3 "Mediennutzung Jugendlicher 1998 und 2010 (mind. mehrmals pro Woche)"

(Tabelle: In Anlehnung an Klinger 2008; Quellen: Klinger 2008; JIM- Studie 1998; JIM- Studie 2010)

Gemäß dem Gerätebesitz zeichnen sich auch hier im Jahr 2010 die Medien Handy, Internet, Fernseher und MP3- Player als für Jugendliche besonders bedeutend ab. Allein ihre Rangfolge unterscheidet sich von der Medienausstattung. So ist das Internet nach dem Handy das meist verwendete Medium in der Freizeit der 12- bis 19- Jährigen (vgl. JIM- Studie 2010, S. 11). Und dies obwohl mehr Jugendliche im Besitz der anderen soeben genannten Medien sind als über Internetzugänge verfügen (vgl. JIM- Studie 2010, S. 7). „Etwa neun von zehn Jugendlichen nutzen regelmäßig (zumindest mehrmals pro Woche) ein Handy (91 %), das Internet (90 %) und den Fernseher (88 %). Auch Musik hat [, genau wie bei der Geräteausstattung,] einen hohen Stellenwert: Vier Fünftel nutzen regelmäßig einen MP3-Player (83 %) [...]“ (JIM- Studie 2010, S. 11). Im Gegensatz zu den anderen Darstellungen beinhaltet die Tabelle 3 auch Medien des Printsektors. Es wird deutlich, dass die Nutzungsfrequenz der Printmedien wie Tageszeitungen und Zeitschriften nicht an die der neuen Technologien des Medienrepertoires heranreicht. Die Veränderungen in den klassischen Medien (Vervielfachung der Angebote, Digitalisierung), und hierzu gehört auch u. a. der Fernseher, sind in der Nutzungsfrequenz hinter den sogenannten „neuen Medien“, vor allem Handy und Internet, anzusiedeln.⁵ „[...] PC, Internet und Handy [haben] die Medienwelt und das Nutzungsverhalten der Jugendlichen in großem Umfang verändert [...]“.⁶ Die „Neuen Medien“ erweisen sich aufgrund der digitalen Entwicklungen als „flexibler, multifunktionaler und verfügbarer“ (vgl. Kübler 2005). „Sie verlieren ihren statischen, monopolartigen Charakter unter Aufsicht der Eltern, wie es noch der Fernsehapparat im Wohnzimmer an sich hat(te). Vielmehr lassen sich

⁵ vgl. <http://www.mpfs.de/index.php?id=150> - Stand 25.05.2011.

⁶ <http://www.mpfs.de/index.php?id=150> - Stand 25.05.2011.

die neuen digitalen Medien individuell und unkontrolliert nutzen, fügen sich in die Aktivitäten von Kindern und Jugendlichen reibungslos ein und kommen ihrem Drang, etwas selbst zu tun und zu entscheiden, entgegen [...]“ (Kübler 2005). Auf Tageszeitungen und Zeitschriften kann bspw. „online“, d. h. über das Internet, zugegriffen werden. Auch der Medienbeschäftigung „Fernsehen“ kann mittlerweile online nachgegangen werden. Für den Zugang zum Internet sind nicht mehr ausschließlich der Besitz von PC oder Laptop Voraussetzung. Handys beispielsweise sind auch Internet tauglich. Mobiles Internet und der Netzzugang über Spielkonsolen nehmen deutlich zu. Im Vergleich zu der Internetnutzung über Computer und Laptop bleiben sie jedoch bislang irrelevant (vgl. JIM- Studie 2010, S. 60- 61).

Neben der Nutzungsfrequenz kann Mediennutzung inzwischen vielschichtiger und umfangreicher eruiert werden. Die JIM- Studie 2010 erfragte deshalb auch neben der Nutzungsfrequenz die subjektive Bedeutsamkeit der jeweiligen Medien (Abbildung 1), um deren Stellenwert bei den Jugendlichen zu erfassen (vgl. JIM- Studie 2010, S. 13).

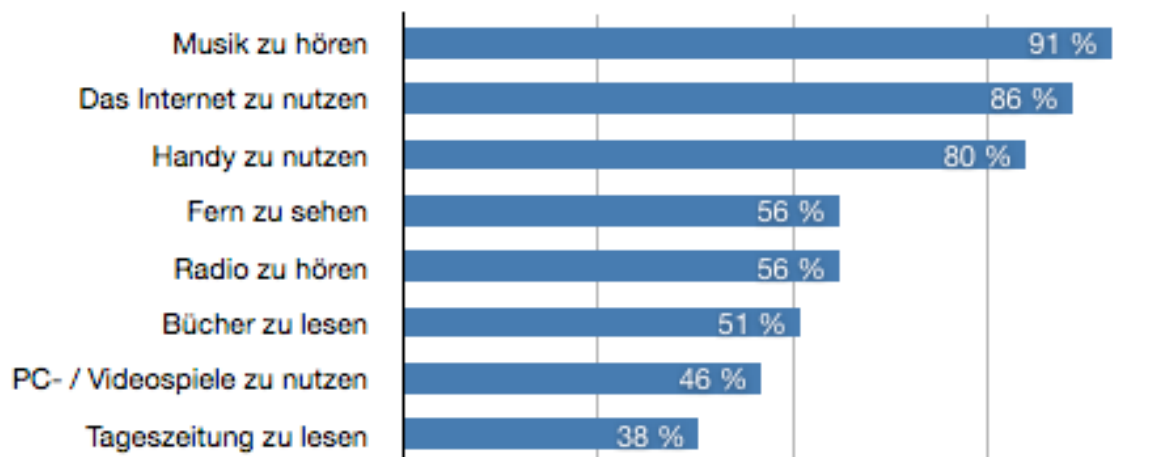


Abbildung 1 "Wichtigkeit der Medien" (Abbildung: selbst erstellt; Quelle: JIM- Studie 2010, S. 13)

Interessant dabei ist, dass „fernsehen“ zwar eine hohe Nutzungsfrequenz in der Freizeitbeschäftigung von Jugendlichen einnimmt (vgl. JIM- Studie 2010, S. 11), jedoch von ihnen nicht als sehr bedeutsam bewertet wird. Auch die Beschäftigung „Handy zu nutzen“ (80%) nimmt im Hinblick auf die subjektive Relevanz „nur“ Rang drei ein. Musikhören (91 %) stellt der Umfrage zufolge die wichtigste Medienbeschäftigung für Jugendliche dar. Und auch das Internet bzw. die Nutzung dieses (86 %) nimmt an zweiter Position einen sehr hohen Stellenwert in Lebensalltag der 12- 19- Jährigen ein (vgl. JIM- Studie 2010, S. 13).

Anhand der dargelegten Daten der JIM- Studie wird deutlich, dass Medien, vor allem Computer, MP3- Player und Internet, Bestandteil des Lebensalltags von Kindern und Jugendlichen

sind. Kinder kommen schon sehr früh mit Medien in Berührung. Der erste Kontakt mit diesen ist zumeist passiv, denn Kinder nehmen zwangsläufig Teil am Medienkonsum ihrer Eltern. Allmählich lernen sie dann, die Medien für ihre eigenen Zwecke zu nutzen (vgl. Mikos/ Wiedemann 2000, S. 8- 9). In Anbetracht dessen, dass die KIM- Studie bereits die Mediennutzung von 6- Jährigen erfasst, kann davon ausgegangen werden, dass bereits in diesem Alter Kinder Medien für ihre eigenen Zwecke nutzen (vgl. KIM- Studie 2010, S. 3). Kinder und Jugendliche wachsen also heutzutage in komplexen *Medienwelten* auf (vgl. Vollbrecht 2003, S. 13- 14). Der Terminus *Medienwelten* hat sich inzwischen zur Beschreibung von u. a. den eben genannten Phänomenen eingebürgert. Ihm kommt eine metaphorische Bedeutung zu. Er ist dem „historischen Begriff der ‚Lebenswelt‘“ nachgebildet und soll zum einen betonen, dass es sich bei den Umgangsweisen der Kinder und Jugendlichen mit Medien um „vorwissenschaftliche, alltägliche Erfahrungen“ handelt (vgl. Waldenfels zit. n. Kübler 2005). Zum anderen soll mit der Verwendung des Begriffs die „Vielfalt, Komplexität, Unabgrenzbarkeit und Unvorhersehbarkeit (Kontingenz)“ des Medienumgangs und deren Wirkungen zum Ausdruck gebracht werden (vgl. Kübler 2005).

Da Medien sich im Zuge der Digitalisierung zunehmend im Lebensalltag von Kindern und Jugendlichen etabliert haben, ist eine (medien-)pädagogische Auseinandersetzung mit diesem Themenbereich unabdingbar. Kurzgefasst verfolgt die Medienpädagogik dabei die Aufgabe und Zielsetzung, „Wirklichkeitsbereiche, die bzw. insofern sie durch Medien produziert oder durch sie beeinflusst werden, unter pädagogischen Gesichtspunkten: als Lern- und Bildungsgeschichten der Menschen, als Faktoren im Sozialisationsprozess, als Ermöglichung oder Verhinderung von Subjektwerdung“ (Hoffmann 2003, S. 22), zu untersuchen. Sie beschäftigt sich außerdem mit den daraus resultierenden erzieherischen Fragen und Problemen und entwirft Praxiskonzepte zum Umgang mit diesen (vgl. Hoffmann 2003, S. 22).

In dieser Arbeit liegt der Schwerpunkt nun weniger auf „Medienerziehung“ als auf „Mediensozialisation“. Dementsprechend stellen sich in diesem Kontext - aus der „Sozialisationsperspektive“, welche eine „erweiterte zugleich spezielle Form der Medienwirkung⁷“ darstellt - zwei Fragen: „entweder unter wirkungsanalytischem Aspekt, nämlich ob und wie sich Medienwirkungen als Sozialisationsfaktoren im generellen Prozess der Sozialisation identifizieren und bewerten lassen, oder unter dem sozialisationstheoretischen Blickwinkel, nämlich wie Medien die Entwicklung und Vergesellschaftung von Kindern und Jugendlichen beeinflussen“ (Kübler 2010, S. 20). Zunächst soll einmal geklärt werden, ob Medien sich als Sozialisa-

⁷ „Von Medienwirkungen spricht man, wenn Meinungen, Einstellungen, Realitätsvorstellungen, Emotionen oder Verhaltensweisen der Rezipienten von Medieninhalten direkt oder indirekt beeinflusst werden“ (Maurer/ Reinemann 2006, S. 22).

tionsinstanz beschreiben lassen. Sozialisation wird hier in Anlehnung an Hurrelmann als „der Prozess und Entstehung und Entwicklung der Persönlichkeit in wechselseitiger Abhängigkeit von der gesellschaftlich vermittelten sozialen und materiellen Umwelt“ (Hurrelmann 2006, S. 11) verstanden. Die eigene Persönlichkeit entwickelt sich demnach, indem sich ein Individuum produktiv mit seiner „inneren Realität“ (körperlichen und psychischen Grundmerkmalen) und der „äußeren Realität“, sprich der Umwelt, auseinandersetzt (vgl. Hurrelmann 2006, S. 7).

Um der Frage nachzugehen, ob Medien gemäß dieser Sozialisationsdefinition eine Sozialisationsinstanz darstellen, sollen nun als erster Schritt die Wesensmerkmale von Medien bestimmt werden. Medien, Einzahl Medium, fungieren als „Vermittler“ bzw. „vermittelndes Element“ (vgl. Wahrig/ Krämer/ Zimmermann 1982, S. 625). In diesem Sinne wird der Begriff seit dem 17. Jahrhundert in Deutschland verstanden. Aufgrund ihrer Vermittlungsleistungen sind Medien grundsätzlich durch die im Nachstehenden erläuterten Eigenschaften charakterisiert. Medien haben die Funktion, der zeitlichen und räumlichen zwischenmenschlichen Kommunikation zu dienen (vgl. Stöber 2003, S. 10). Sie stellen „Mittel, Instrument oder Werkzeug zur Darstellung und Verbreitung von [...] [Inhalten]“ (Hoffmann 2003, S. 16) dar. Die Inhalte werden „kontinuierlich bzw. seriell“ bereitgestellt. Medien sind „als Kommunikations- oder zumindest Technik- Systeme“ in einem gesellschaftlichen Kontext organisiert. Unabdingbar für deren Existenz ist von daher eine soziale Umwelt bzw. Gesellschaft, da Medien immer im Bezug zu dieser stehen. Bilder, Sprache, Wörter, Buchstaben oder Zahlen stellen die Medieninhalte symbolisch dar (vgl. Stöber 2003, S. 10). Sie sind die „Grundelemente menschlicher und technischer Kommunikation“ (Stöber 2003, S. 10). Kommunikation meint hier den „soziale[n] Umgang mit den Informationen“ (ebd.). „Im Kommunikationsprozess ist ein Medium [also immer] ein materieller Zeichenträger“ (Hoffmann 2003, S. 16).

Schon früh lernen Kinder und Jugendliche den Umgang mit Medien. Die Aneignungsprozesse verlaufen zumeist aktiv und selbstständig (vgl. Klinger 2008, S. 625). Das Faszinierende an Medien ist für Kinder und Jugendliche, dass diese aufgrund ihrer Multifunktionalität individuelle „Bedürfnisse befriedigen können [und] unterschiedlichen Zwecken dienen“ (Vollbrecht 2003, S. 14). Vollbrecht unterscheidet dabei „situative“, „soziale“ und „biographische und Ich- bezogene“ Funktionen (vgl. Vollbrecht 2003, S. 15). Diesen drei Kategorien können wiederum spezielle Funktionen von Medien untergeordnet werden. Sie werden im Folgenden aufgelistet und verdeutlichen die sozialisierende Funktion von Medien.

Situative Funktionen

- ▶ Information
- ▶ Unterhaltung
- ▶ Vertreiben von Langeweile (Zeitfüller)
- ▶ Stimmungsregulierung
- ▶ Escapismus (Flucht aus dem Alltag)
- ▶ Habitualisierungsfunktionen (Zeitstrukturierung)

Soziale Funktionen

- ▶ Gesprächsanlässe in Familien und Peergroups
- ▶ Meinungsbildung
- ▶ Gruppenidentität (z. B. in Jugendkulturen)

Biographische und Ich- bezogene Funktionen

- ▶ Identitätsentwicklung (Vorbilder, Normen, virtuelle Erprobung)
- ▶ Selbst- Vergewisserung
- ▶ Selbst- Reflexivität und Selbstdarstellung
- ▶ Modell- Lösungen für persönliche oder entwicklungsbezogene Themen

(Vollbrecht 2003, S. 15)

Medien vermitteln also Inhalte, die u. a. zur Unterhaltung oder Information dienen. Dabei treten die Funktionen aber selten unabhängig voneinander auf. So können auch beispielsweise unterhaltende Medieninhalte zugleich informieren (vgl. Vollbrecht 2003, S. 14). In Bezug auf die vorangestellte Sozialisationsdefinition kann nun verdeutlicht werden, dass Medien eine bedeutende Sozialisationsinstanz darstellen. Medien „repräsentieren und transportieren sämtliche Sozialisationsinhalte: sie sind universell, freilich nach ihren speziellen Logiken, so dass es für Kinder und Jugendliche keine erziehungsspezifischen Tabus mehr gibt“ (Kübler 2010, S. 24). Hier bezieht sich Kübler auf den Kulturkritiker und Medienwissenschaftler Neil Postman. Dieser beschreibt 1982 in seinem Buch „Das Verschwinden der Kindheit“ eine Veränderung der „Informationshierarchie“, die er am Aufkommen des Mediums Fernseher fest-

macht (vgl. Moser 2006, S. 76). In den Zeiten nach der Erfindung des Buchdrucks war die Anleitung von Erwachsenen zur Entschlüsselung von Informationsquellen (Printmedien) unabdingbar. Nur mit deren Anleitung konnte das ungebildete Kind die notwendigen Kompetenzen, Wissen und vor allem die Lesefähigkeit als Zugangsvoraussetzungen zu der „Symbolwelt der Erwachsenen“ erwerben (vgl. Moser 2006, S. 73). Die „Symbolwelt der Erwachsenen“ ist durch „Geheimnisse“ über u. a. Geld, sexuelle Beziehungen, Gewalt, Krankheit und Tod geprägt (vgl. Postman 1983, S. 63). Eigentlich gilt es Kinder und Jugendliche an diese Themenkomplexe altersentsprechend heranzuführen (vgl. Postman 1983, S. 19). Wie das einleitende Zitat dieses Kapitels zeigt, können Erwachsene in der heutigen Medienwelt jedoch häufig, ihren „Wissens- und Erfahrungsvorsprung“ nicht mehr behaupten. Den Umgang mit den elektronischen Medien erlernen Kinder und Jugendliche zumeist selbst (vgl. Fritz/ Sting/ Vollbrecht 2003, S. 7). Eine Anleitung der Erwachsenen ist damit überflüssig. Durch die technologische Weiterentwicklung hin zu den „neuen Medien“, allen voran dem Internet, sind die „Geheimnisse der Erwachsenenwelt“ nun frei zugänglich. Jegliche Informationen können über die visuelle Darstellung bspw. in Form von bewegten Bildern, die mit Ton unterlegt sind, aufgenommen werden (vgl. Moser 2006, S. 76). Besondere Qualifikationen sind hierfür nicht erforderlich (vgl. Postman 1983, S. 100). Dabei tendieren vor allem Jugendliche dazu, Medien die eigentlich als „jugendgefährdend“ gelten und demnach nicht für ihr Alter bestimmt sind, zu rezipieren (vgl. Kübler 2005).

Die durch Medien vermittelten Inhalte implizieren stets bestimmte Werte- und Normvorstellungen (vgl. Vollbrecht 2003, S. 15). Sie haben sozialisierende Funktionen. „[B]ewusst[e] Auswahl (selective exposure), selektive Aufmerksamkeit (selective attention) und Wahrnehmung (selective perception) gemäß [...] [eigener] Motivationen, Bedürfnissen und Nutzungserwartungen“ entscheiden über Nutzung und rezipierte Inhalte“ (Kübler 2010, S. 21). Es ist dabei jedoch anzunehmen, dass nicht alle Funktionen, wie z. B. die der Identitätskonstruktion, allen Kindern und Jugendlichen bei Verwenden von Medien bewusst ist. Medien sind nicht nur als eigene Sozialisationsinstanz bedeutend, sondern sie wirken außerdem in andere Sozialisationsinstanzen wie Familie und Peergroup (3.3.1) mit ein (vgl. Vollbrecht 2003, S. 15).

Grundsätzlich kann nicht von einer kausalistischen, einseitigen Medienwirkung ausgegangen werden (vgl. Tillmann 2008, S. 79). „[...] Medienhandeln [ist] ein aktives, sinnorientiertes und soziales Handeln [...], das in der Alltagswelt situiert ist und seine Bedeutung für das Subjekt in Auseinandersetzung mit dem Medienangebot, dem situativen und kulturellen Kontext, den individuellen Bedürfnissen und persönlichen Themen, gesellschaftlichen Handlungsaufgaben und der eigenen Identitätsentwicklung entfaltet“ (Tillmann 2008, S. 79). Medienhandeln um-

fasst, entsprechend Hurrelmanns Sozialisationsdefinition, damit eine Auseinandersetzung zwischen „äußerer“ und „innerer“ Realität, die sich auf die Identitätsentwicklung auswirkt (vgl. Hurrelmann 2006, S. 7). Des Weiteren bringt das Digitale Zeitalter selbst, so Case, neue, gesellschaftliche Erwartungen mit sich. Dies veranschaulicht sie an ausgewählten Diensten des Mediums Internet: „In der traditionellen Gesellschaft klopft jemand an die Tür und tritt ein, wenn er hereingebeten wird. Unangekündigte Besuche oder Anrufe spät abends gelten als verpönt. Doch Mails, SMS oder Twitter- Nachrichten erreichen mich zu jeder Tages- und Nachtzeit. Und ihre Absender erwarten, dass ich sofort antworte“ (Case zit. n. Schadwinkel 2011, S. 3).

Weitgehend setzten sich Kinder und Jugendliche aktiv mit dem Umgang und Inhalten der Medien auseinander. Sie sozialisieren sich somit „im symbolischen Feld der Medien“ selbst (vgl. Fritz/ Sting/ Vollbrecht 2003, S. 7- 8). Als aktive Rezipienten generieren sie damit Funktion und Bedeutung der Medien. Um dies zu betonen, hat sich in diesem Zusammenhang der Begriff „Selbstsozialisation“ etabliert. Die Mediennutzung erfolgt also „informell“ und ohne „direktive pädagogische Anleitung“, welche, wie aufgezeigt, auch nicht mehr notwendig ist. Ob dies negative oder positive Auswirkungen hat, beschreibt der Begriff an sich nicht (vgl. Tillmann 2008, S. 81- 82).

Zusammengefasst kann nun festgehalten werden, dass sich vor allem die „jugendliche Lebenswelt“ durch eine „zunehmende Medialisierung“ auszeichnet. Zur Beschreibung dieses Phänomens finden in diesem Diskurs häufig Begrifflichkeiten wie „Generation @“, „Multi-media- Generation“, „Gamer- Generation“ und „Cyberkids“ Verwendung (vgl. Fix; Wade zit. n. Süß/ Hipeli 2010, S. 144). Case geht sogar soweit und typisiert die Menschen der heutigen von Medien geprägten Gesellschaft als „Cyborgs“ (Case zit. n. Schadwinkel 2011, S. 1). Dies begründet sie mit der tagtäglichen Nutzung von elektronischen Medien, wodurch die Menschen, ihr zufolge, „eine Beziehung mit nicht menschlicher Technologie“ (ebd.) eingehen.

Unter der Vielzahl an Medien hat sich in den vergangenen Jahren, und so dokumentiert es auch der MPFS, vor allem das Internet etabliert. „Computer und Internet sind Realität und Alltag“ (JIM- Studie 2010, S. 60). Die Internetnutzung weist eine hohe subjektive Bedeutsamkeit bei den 12- 19- Jährigen auf (vgl. JIM- Studie 2010, S. 13) und nimmt in der Freizeitbeschäftigung einen hohen Stellenwert ein (ebd., S. 11). Im Durchschnitt verbringen Jugendliche 2,3 Stunden pro (Wochen-) Tag im Internet bzw. 16,1 Stunden pro Woche (ebd., S. 27). Die Shell- Jugendstudie veröffentlichte 2010 ähnliche Zahlen. Jugendliche⁸ nutzen dieser

⁸ Jugendliche sind in der Shell- Studie als 12- bis 25- Jährige definiert (vgl. Blauwhoff 2010, S. 11).

Studie zufolge 12,9 Stunden pro Woche das Internet (vgl. Leven/ Quenzel/ Hurrelmann 2010, S. 104). Die hohen Relevanz des Internets im Medienalltag von Jugendlichen, ist ausschlaggebend für die Schwerpunktsetzung der Arbeit auf die Lebensphase Jugend und das Medium Internet. Das Internet stellt mit mehr als einer Milliarde Nutzern das weltweit größte Datennetz dar. Aufgrund der stetigen Zunahme von Musik, Filmen, Spielen etc. ist die Menge von Inhalten im World Wide Web nahezu unbegrenzt und kaum noch überschaubar (vgl. Vogt 2007, S. 9). Jugendliche setzen sich in Form von Selbstsozialisation mit diesen Inhalten auseinander, die sich, wie Vollbrechts Erläuterung der Funktionsvielfalt von Medien zeigt, auf das Subjekt selbst, seine Identität und sein soziales Umfeld in Form von Gesprächsanlässen auswirken (vgl. Vollbrecht 2003, S. 15). Die Inhalte sind für Kinder und Jugendliche leicht zugänglich. Deren „Wahrheitsgehalt“ und „Altersangemessenheit“ ist jedoch nicht voraussetzbar (vgl. Richard/ Krafft- Schöning 2007, S. 106). Demzufolge bildet ein wichtiges Feld der Medienpädagogik die Medienerziehung, „die Vermittlung von Wissen über den richtigen Umgang mit den Medien und deren Inhalt ist heute mehr denn je gefragt.“ (Richard/ Krafft- Schöning 2007, S. 105) Und diese Ausbildung, also das Erlernen von Medienkompetenz, bedarf pädagogischer Fürsorge (vgl. Vollbrecht 2003, S. 14). In welchen Praxisformen Medienerziehung umgesetzt werden kann, wird in dieser Arbeit nicht ausgeführt. Vielmehr soll im „Analyse- Teil“ dieser Arbeit unter dem sozialisationstheoretischen Blickwinkel untersucht werden, wie Medien, in diesem Fall speziell das Internet, die Identitätsentwicklung von Jugendlichen beeinflusst bzw. welche Rolle es dabei einnimmt. Bevor das Internet als Sozialisationsinstanz genauer betrachtet wird, gilt es hierfür eine theoretische Grundlage zu schaffen.

3 Grundlage der Analyse

Das vorliegende Kapitel dient zur Klärung der grundlegenden Begriffe der Arbeit und zwar der Termini „Identität“ und „Jugend“. Ausgang dabei ist, dass jedes Subjekt stets in ein soziales Umfeld und weiter gefasst in einen gesellschaftlichen Kontext eingebettet ist. Die Rede ist hier von der „Postmoderne“, die den heutigen gesellschaftlichen Zustand beschreibt und deren Prinzipien sich mitunter auf die Identitätsentwicklung auswirken. Eine Beschäftigung mit dem Begriff Postmoderne ist deshalb Voraussetzung zum Verständnis der Arbeit. Diesem wird sich zunächst zugewendet.

3.1 Die Postmoderne - Lebenspraxis in einer Phase gesellschaftlichen Umbruchs

Die Existenz „gesellschaftliche[r] Entwicklungsphasen“ ist unumstritten. Fraglich ist jedoch, ob diese schlicht als Resultat einer stetig wandelnden Gesellschaft betrachtet werden können oder, ob „spezifische gesellschaftliche Etappen“ nicht vielmehr abgeschlossen werden und damit einhergehend „grundlegende neue Probleme“ auftreten (vgl. Keupp 1990, S. 3). Dabei ist die Rede von Situationen „gesellschaftliche[n] Umbruch[s], von Epochenschwellen oder Zeitwende“ (Keupp 1990, S. 3). „Wenn nicht alle Zeichen trügen, [so Keupp,] dann befinden wir uns gegenwärtig in einer solchen gesellschaftlichen Situation“ (ebd.). Bezeichnet wird diese als „Ende der Moderne“ oder auch als Beginn eines „postmodernen Zeitalters“ (vgl. Keupp 1990, S. 3). Welsch hält hier entgegen, dass der Ausdruck Postmoderne kein „Epochenanspruch“ innehält (vgl. Welsch 2002, S. 1), denn die „Gehalte, die er vertritt, sind keineswegs einfach jenseits der Moderne“ (Welsch 2002, S. 1). In den derzeitigen wissenschaftlichen Debatten kursieren außerdem viele weitere Begrifflichkeiten, wie „Informationsgesellschaft“, „Risikogesellschaft“ und „Dienstleistungsgesellschaft“, die dem Begriff der Postmoderne gleichgesetzt werden (vgl. Misoch 2004, S. 69). Ob eine solche synonyme Handhabung den ursprünglichen Intentionen der Begriffe gerecht wird, ist jedoch diskussionsfähig. Der Terminus Postmoderne weist innerhalb des Diskurses keine „gedankliche Präzision“ auf. Dessen Definition ist relativ vage. Keupp spricht zudem von einer „normativen Überhöhung“ des Begriffs, welche sich sowohl in den optimistischen als auch den pessimistischen Deutungsvarianten widerspiegelt. Aufgrund des fehlenden Konsenses über den Begriff Postmoderne wird sich im sozialwissenschaftlichen Diskurs eher zurückgehalten, gesellschaftliche Phänomene aus der Perspektive einer derzeitigen „epochalen Umbruchssituation“ zu betrachten. Auch wenn es auf der einen Seite verständlich ist, eine nicht gänzlich nachweisbare Umbruchssituation mehr oder weniger auszublenden, ist es ebenso fragwürdig (vgl. Keupp 1990, S. 3). „Wenn ein solcher gesellschaftlicher Umbruch die Grundlagen gesellschaftlicher Lebensformen tiefgreifend verändert, dann ist das natürlich insbesondere für die Sozialwissenschaften selbst höchst folgenreich, die ja mit ihren jeweiligen Denkformen an die sozialen und kulturellen Selbstverständlichkeiten des Alltagslebens gebunden sind“ (Keupp 1990, S. 3). Hieran wird die Notwendigkeit deutlich, die Postmoderne als „Ausgangspunkt zur Analyse spezifischer aktueller gesellschaftlicher Phänomene zu nehmen“ (ebd.). Nur diese Perspektivübernahme ermöglicht eine Analyse der Veränderungen und Entwicklungen im gesellschaftlichen Alltagsleben „unter dem Blickwinkel des ‚Neuen‘“ (ebd.). Deshalb wird auch in dieser

Arbeit die Thematik „Jugend, Identität und Internet“ aus dieser Perspektive beleuchtet. Trotz der vagen Definitionen des Terminus Postmoderne, wird im Folgenden der Versuch unternommen, diesen in seinen Grundzügen zu skizzieren.

Der Terminus „Postmoderne“ (lat. *post*, „hinter, nach“) lässt sich vom Lateinischen ableiten und bedeutet von seinem Wortursprung her „nach der Moderne“ (vgl. Wahrig/ Krämer/ Zimmermann 1983, S. 180). Aus sozialwissenschaftlicher Perspektive umfasst die Postmoderne „gesamtgesellschaftliche Erscheinungen der Heterogenisierung, der Pluralisierung, der Wertverschiebung sowie der Flexibilisierung und Individualisierung“ (Misoch 2004, S. 68). Auch „Mediatisierung“, d. h. Veränderungen, die mit den Kommunikationsmedien und ihren Entwicklungen einhergehen (vgl. Schulz 2004, S. 87), ist ein bedeutendes Schlagwort innerhalb dieses Diskurses (vgl. Körber/ Schaffar 2002, S. 80).

Der Ausdruck Postmoderne als Gesellschaftsbegriff fand in den Sozialwissenschaften erstmals 1968 bei dem Soziologen Amitai Etzioni Verwendung (vgl. Misoch 2004, S. 68). Mit der Bezeichnung „post- modern period“ markiert Etzioni das Ende der Moderne (vgl. Etzioni 1968, S. VII). „The modern period ended with radical transformation of the technologies of communication, knowledge and energy [...]“ (Etzioni 1968, S. VII). Eingeleitet wurde demzufolge das „postmoderne Stadium“ mit einem „technologischen Wandel“ (vgl. Welsch 2002, S. 26). Der gesellschaftliche Umbruch manifestiert sich in einem veränderten Gesellschaftsbild. In der modernen Industriegesellschaft war die Bezeichnung „Massengesellschaft“ Sinnbild des gesellschaftlichen Zustands (vgl. Wahrig/ Krämer/ Zimmermann 1982, S. 605). Die Zeit der Industrialisierung, die in Deutschland in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts ihre ersten Auswirkungen zeigte, führte in „nahezu allen Lebensbereich“ zu Veränderungen. Die bisherige Agrargesellschaft wandelte sich im Zuge der industriellen Revolution in eine Industriegesellschaft um (vgl. Müller 2003, S. 169). „In Gebieten, die über gute Rohstoffvorräte verfügten, entwickelten sich Großbetriebe, die die Massen der arbeitslos gewordenen Handwerksge-sellen, der verarmten und besitzlosen Kleinbauernsöhne anzogen“ (Müller 2003, S. 169). Die stetig fortschreitende Industrialisierung führte zur Bevölkerungsvermehrung in den großstädtischen Ballungszentren (vgl. Müller 2003, S. 170). Inbegriff dieses Gesellschaftszustands, der „Menschenansammlung“ in den Großstädten, ist der Ausdruck Massengesellschaft (vgl. Wahrig/ Krämer/ Zimmermann 1982, S. 605). „Das emanzipierte bürgerliche Individuum der [...] [modernen Industriegesellschaft] richtet sein Leben nach rationalen Prinzipien aus, es hat die äußeren Zwänge und Kontrollen verinnerlicht und zähmt damit seine eigene innere und äußere Natur“ (Keupp et al. zit. n. Misoch, S. 48). Von Kulturkritikern werden dementsprechend Individuen in einer Massengesellschaft als „außen- geleitet“ (Riesman et al. 1958, S.

25), fremdbestimmt und manipulierbar charakterisiert. Das Verhalten der Menschen in dieser Gesellschaftsform ist gekennzeichnet durch Passivität und Konformitätsdruck (vgl. Müller 2011, S. 25- 26). Im Gegensatz dazu, führte der „technologische Wandel“, so Etzioni, zu einem veränderten und neuen gesellschaftlichen Zustand, der sogenannten Postmoderne (vgl. Etzioni 1968, S. VII). Durch den technologischen Wandel kam es nun, vor allem im ökonomischen Bereich, zu „einschneidenden Veränderungen“, die einen „grundlegenden gesellschaftlichen Transformationsprozess“ in Gang setzten. Anstelle einer Güterproduktion tritt eine „Dienstleistungsorientierung“ ein (vgl. Misoch 2004, S. 71). Diese ermöglicht den Menschen, so Gates, „ihre Arbeit zuhause oder am Stadtrand oder außerhalb gelegenen Büros nachzugehen“ (Gates 1995, S. 360). Folge war die Entlastung der Ballungszentren (vgl. Gates 1995, S. 360). Entgegen jener „technokratischen Fremdbestimmung“, die in der Moderne vorherrschte (vgl. Welsch 2002, S. 26), charakterisiert Etzioni, die „postmoderne Gesellschaft“ als eine „aktive Gesellschaft, die Herr ihrer Selbst ist“ (Etzioni 1975, S. 7). Merkmal stellt damit die Selbstbestimmung dar. Als Voraussetzung zum selbstbestimmten Leben hebt Gates hier die Bedeutung der transformierenden Informationstechnik hervor. „Die Informationstechnik wird uns mehr Freiheit bringen und den Horizont unserer kulturellen Aktivitäten erweitern, weil sie für eine bessere Informationsverteilung sorgen wird. [...] Dank der neuen Technologie werden wir besser in der Lage sein, unser Leben selbst zu gestalten [...]“ (Gates 1995, S. 360). Hier stellt sich die Frage, ob solch ein Kausalitätsgedanke, dass bessere Informationsverteilung ein selbstbestimmtes Leben herbeiführt, zutrifft? Denn wer entscheidet überhaupt über freizugängliche Informationen? Und wer liefert sie?

Außerdem darf nicht außer Acht gelassen werden, dass auch in der heutigen postmodernen Gesellschaft „Technokratie- Tendenzen“ gegenwärtig sind. Diese impliziert der Begriff „postindustriell“, der an dieser Stelle insbesondere von „postmodern“ abgegrenzt werden soll (vgl. Bell zit. n. Welsch 2002, S. 27). Auch wenn diese Arbeit das Verständnis einer „postmodernen Gesellschaft“ fokussiert, soll damit nicht unbeachtet bleiben, dass solch eine Gesellschaft auch „postindustrielle Phänomene“ aufzeigt.

Voraussetzung für die Postmoderne waren [nun, so Bahl,] sowohl die Säkularisierung, d. h. die Auflösung des traditionell gottzentrierten, christlichen Weltbildes (vgl. Bahl 1997, S. 20-21), als auch das Ende der Großgruppengesellschaft - der einzelne Mensch wird nicht mehr in die traditionelle Gesellschaft hineingeboren und auch nicht länger Sozialformen der industriellen Gesellschaft, Klasse, Schicht, Familie, Geschlechterrolle zugeschrieben (ebd., S 23). Arbeit, Familie und Religion gelten Körper und Schaffar zufolge nun nicht mehr als die elementaren, identitätsstiftenden Elemente (vgl. Körper/ Schaffar 2002, S. 80- 81). Auch eine

„milieuspezifische Zugehörigkeit [wird] nicht mehr ausschließlich qua Geburtsstand zugewiesen, sondern [muss] selbsttätig erworben und weiterentwickelt werden [...]“ (Beck zit. n. Wegener 2008, S. 43). Dass jedes Individuum jedoch nicht in einem „luftleeren Raum“ (Wegener 2008, S. 45), sondern in einem Herkunfts- Milieu aufwächst, sprich einem kleinräumigen, sozialen Umfeld, welches durchaus prägend wirkt, kann nicht bestritten werden (vgl. Wahrig/ Krämer/ Zimmermann 1982, S. 672). Solche Milieus zeigt die Sinus- Studie auf. Sie gruppiert, die in Deutschland lebenden Menschen, nach ihren Lebensauffassungen und Lebensweisen. Die Milieus sind dann zum einen nach sozialer Lage, Unter- Mittel- und Oberschicht, d. h. die Zuschreibung von Schichtzugehörigkeit existiert also auch gegenwärtig, klassifiziert. Die zweite Klassifikationsachse umfasst die Grundorientierung der Milieus, welche auch im Jahr 2010 von „Festhalten und Bewahren von Traditionen“ bis hin zu „Neuorientierung und Grenzen überwinden“ variiert.⁹ Der „anything goes“- Charakter, der häufig mit dem „postmodernen Denken“ einhergeht und im postmodernen Diskurs vermehrt auftaucht, muss damit zurückgewiesen werden (vgl. Welsch 2002, S. 29).

Neben dem Wesensmerkmal der Selbstbestimmung, charakterisiert Etzioni die postmoderne Gesellschaft als „dynamisch“ und „plural“ (vgl. Welsch 2002, S. 26). Dadurch wird nochmals hervorgehoben, dass die Gesellschaft keine Einheit bildet, sondern eben aus verschiedenen selbständigen Wesen besteht (vgl. Döring 1999, S. 28- 29). Die Gesellschaft beinhaltet pluralistische Lebensstile, d. h. eine „Vielfalt [...] nebeneinander bestehenden, aufeinander wirkenden, mit einander reagierenden Interessen, Meinungen, Weltanschauungen [und] Lebensweisen“ (Wahrig/ Krämer/ Zimmermann 1983, S. 158). Diese sind wiederum keine statischen, sondern dynamische Elemente. Das postmoderne Subjekt befindet sich also innerhalb instabiler gesellschaftlicher Rahmenbedingungen. Durch die „Beschleunigung des individuellen Lebens“ - Kurzfristigkeit des Arbeitsmarktes, die permanente Weiterentwicklung von Transport- Produktions- und Kommunikationsprozessen, der Wandel und die ständige Veränderung von Traditionen, Gemeinschaften, Werten, Moden – fehlt dem Subjekt ein beständiger Orientierungsrahmen (vgl. Misoch 2004, S. 81- 82). Diese Offenheit bringt Unsicherheiten und Risiken mit sich. Sie stellt das Individuum vor neue psychische Aufgaben (ebd., S. 80). Es ist auf sich selbst verwiesen und somit dem Druck und Zwang zur Entscheidung ausgesetzt (ebd., S. 74). Das fehlende Kollektiv und die fehlenden festen Strukturen können das „Gefühl des Verlorenenseins“ (Misoch 2004, S. 75) in ihm auslösen und bieten zugleich weniger Stabilität. Es muss tagtäglich schaffen, divergenten Sinneswahrnehmungen, deren raschen Wandel, Reizintensität- und Überflutung zu verarbeiten. Alle diese fragmentierten Eindrücke muss das

⁹vgl. <http://www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html> - Stand 12.05.2011.

Individuum versuchen, innerlich zu synthetisieren, integrieren oder unverbunden nebeneinander stehen zu lassen (vgl. Misoch 2004, S. 81). Eine „Beschleunigung der Anpassungsvorgänge“ ist damit notwendig (ebd., S. 83).

In offenen hochmodernen Gesellschaften wird das Individuum also mit einer Vielfalt und Kombinierbarkeit an Wahl- und Entscheidungsmöglichkeiten in fast allen Bereichen des individuellen Lebens konfrontiert. In der Postmoderne rückt der Mensch durch die Freisetzung des Individuums als soziales Wesen in den Mittelpunkt (vgl. Bahl 1997, S. 21). Prozesse der Individualisierung machen ihn zum „homo optionis“ (Beck zit. n. Bahl 1997, S. 25), d. h. der Mensch wird durch die Wahl *seiner* Möglichkeiten zum aktiven Gestalter seines eigenen Lebens (vgl. Bahl 1997, S. 25). Jeder einzelne Mensch kann sein eigenes biographisches Lebensmuster selbst bestimmen (vgl. Misoch 2004, S. 73). Für den postmodernen Mensch ist damit eine ihm bislang fremde „Reflexion über sich im Sinne eines ‚individuellen Wesens‘ mit einer spezifischen persönlichen ‚Identität‘“ (Bausinger zit. n. Bahl 1997, S. 20) unabdinglich. Betont werden muss an dieser Stellen, dass ein Individuum eben nicht die Wahl zwischen allen Möglichkeiten hat, sondern dass sein „ökonomisches“ und „soziales Kapital“ (Bourdieu 1983) die Wahlmöglichkeiten begrenzen. So kann die Postmoderne eben nicht als „Reich der Freiheit“ aufgewertet werden (vgl. Keupp 1990, S. 31- 32). Kübler weist in diesem Kontext auch daraufhin, dass „ethnische und soziokulturelle Besonderheiten [...] unterschiedliche Lebensentwürfe in [...] Milieus evozieren“ (Kübler 2005).

Die vorangegangene Definition des Terminus Postmoderne ist grundlegend zum Verständnis der Arbeit. Dieser obliegt eine anthropologische Grundannahme des Menschen als selbstbestimmtes Individuum, welches unter den Bedingungen der Postmoderne aktiver Gestalter seiner Lebenspraxis ist. Die Rahmenbedingungen der Postmoderne verlangen jedem Individuum ein bislang unbekanntes Maß an Selbstreflexivität ab, um sich in der Gesellschaft zu positionieren. Die Frage nach der eigenen Identität gewinnt an Bedeutung bzw. wird unter postmodernen Bedingungen akut (vgl. Körper/ Schaffar 2002, S. 80). Doch was bedeutet eigentlich Identität bzw. über eine eigene zu verfügen?

3.2 Zum Konstrukt Identität

Die Verwendung des Begriffs Identität hat in den letzten Jahren sowohl im wissenschaftlichen als auch im Alltagsdiskurs zugenommen (vgl. Körper/ Schaffar 2002, S. 80). Die vielfache Verwendung des Terminus geht jedoch selten mit dessen Definition einher. Dies ist nicht der Nachlässigkeit der jeweiligen Autoren geschuldet, sondern auf das Konstrukt Identität selbst

zurückzuführen. Es ist kaum möglich dieses in wenigen Worten zu umreißen (vgl. Wegener 2008, S. 40). Die Bezeichnung von Identität als *Konstrukt* verdeutlicht dies. Identität ist demnach kein empirischer, beobacht- und messbarer Sachverhalt. Das Phänomen Identität kann aber „aus einem theoretischen Zusammenhang heraus (im Rahmen eines Modells) oder aufgrund wissenschaftlicher Erkenntnisse“ erschlossen und damit als gegeben angenommen werden (vgl. Wahrig/ Krämer/ Zimmermann 1982, S. 246). Den Modellen und Theorien, die die derzeitigen postmodernen Debatten zum Konstrukt Identität bestimmen, wird sich im Verlauf der Arbeit zugewendet. Dieser Abschnitt dient zunächst einmal dazu, den Begriff Identität in seinem ursprünglichen Sinne zu fassen. Hierfür werden seine semantischen Wurzeln betrachtet. Außerdem werden anhand eines kurzen kultur- und philosophiehistorischen Abrisses wesentliche geschichtliche Bedingungen für die Entstehung des Identitätsbegriffs und dessen zunehmende Popularität in den Sozialwissenschaften veranschaulicht.

Dem Terminus „Identität“ liegt das lateinische Demonstrativpronomen „idem“ zugrunde, welches übersetzt soviel bedeutet wie „eben der; ein und derselbe“ (vgl. Fritz 2003). Der Begriff Identität bezeichnet ursprünglich eine „vollständige Gleichheit oder Übereinstimmung eines Objekts oder eines Subjekts in allen Einzelheiten mit sich selbst“ (Misoch 2004, S. 18-19). Mit „Einzelheiten“ sind hier die verschiedensten Identifikationsebenen, die jedes Individuum aufweist, gemeint. Diese sind im klassischen Sinne nicht nur Merkmale, wie Name, Geburtstag, Beruf, Hobbys, persönliche Meinung oder die Verortung innerhalb eines sozialen Gefüges (vgl. Misoch 2004, S. 23- 24), sondern auch „Persönlichkeits- Attribute“, mit denen sich eine Person interpretiert und definiert (vgl. Döring 1999, S. 255). „Diese Selbstinterpretation entwickelt sich in Auseinandersetzung mit den Wahrnehmungen, Einschätzungen und Reaktionen der Umwelt, wobei es gemäß klassischer Sichtweise bei der Identitätsentwicklung darum geht, die einzelnen Identifikationen im Laufe der Adoleszenz schrittweise zu einem stabilen und einheitlichen Ganzen zu integrieren“ (Döring 1999, S. 255). Neben dieser inneren Kohärenz eines Individuums, setzt Identität in seinem traditionellen Verständnis voraus, dass die einzelnen Wesensmerkmale konsistent und kontinuierlich, d. h. über verschiedene Situationen und einen zeitlichen Verlauf hinweg, gleichbleibend sind (vgl. Misoch 2004, S. 19). Nur anhand von Identität kann einem Objekt oder Subjekt „Individualität“ zugesprochen und dieses von anderen unterschieden werden (vgl. Döring 1999, S. 255). Aufgrund der verschiedenen Identifikationsebenen, die jedes Subjekt aufzeigt, wird die Schwierigkeit deutlich, den Begriff in eine klar abgrenzbare Definition zu bringen. Baacke bewertet solch eine Definition auch als nicht sinnvoll. Vielmehr erachtet er die Nützlichkeit des Begriffs Identität gerade darin, dass dieser „eine Vielfalt an Aspekten in sich zusammenfa[ss]t“ (Baacke 1985, S. 140).

Das Gemeinsame besteht dann darin, „da[ss] jemand *ich* sagen kann“ (ebd.). Die Identität eines Subjekts und die damit einhergehende Fähigkeit von sich selbst in erster Person Singular sprechen zu können ist zusammengefasst also Ausdruck des eigenen Bewusstseins über Wesensgleichheit, Individualität und Unverwechselbarkeit (vgl. Duden 1997, S. 344).

Nach einer Betrachtung des Konstrukts Identität in seinem klassischen Sinne stellt sich die Frage nach dessen Ursprung und wissenschaftlicher Basis? Der Ursprung des Begriffs Identität ist in der Antike zu verorten. Bereits in der Antike setzten sich einige Philosophen mit „der Frage der Einheit und Gleichheit von Objekten“ (de Levita zit. n. Müller 2011, S. 20) auseinander. Die Philosophen Platon (* 427 v. Chr.; † 347 v. Chr.) und Aristoteles (* 384 v. Chr.; † 322 v. Chr.) waren die ersten Wissenschaftler, die sich damit beschäftigten, „was ein Einzel Ding ausmacht“ (Heinrich zit. n. Müller 2011, S. 20). „Die Identitätsproblematik entfaltete sich aufgrund der Tatsache einer wandelbaren Welt im Fluss der Zeit. Ein Baum erscheint im Winter anders als im Sommer, Holz wandelt sich im Feuer zu Asche und ein Neugeborenes hat meist einen langen Lebensweg bis zum Greisenalter vor sich“ (Stroll zit. n. Müller 2011, S. 20). Diese Art beobachtbarer Veränderungen war ausschlaggebend zum Philosophieren über die Bedingungen, die etwas dasselbe bzw. identisch bleiben lassen (vgl. Stroll zit. n. Müller 2011, S. 20). An dieser Stelle kann beispielsweise, ohne es umfassend auszuführen, auf Platons „Ideenlehre“ hingewiesen werden. Kurzum erhebt Platon in seiner Ideenlehre das Verständnis von Ideen, sprich den „Urbildern“ von Gegenständen, zum primären Erziehungsziel. Nur wenn diese in der „denkbaren Welt“, also gedanklich existieren, kann auch in der „sichtbaren Welt“ ein bestimmter Gegenstand mithilfe sinnlicher Wahrnehmung als ein- und derselbe erkannt werden (vgl. Platon zit. n. Böhm/ Schiefelbein/ Seichter 2010, S. 26- 28). Vereinfacht gesagt, muss jeder Mensch z. B. die Idee eines Baums innehaben, um in der Lage zu sein, diesen in der Natur, trotz verschiedenster Formen, Größen etc. als Baum zu identifizieren.

Der Philosoph, Mathematiker und Naturwissenschaftler René Descartes (*1596; †1650), war es schließlich, der im 17. Jahrhundert die „Fähigkeit zur rationalen Erkenntnis“ jedem Subjekt selbst zusprach (vgl. Müller 2011, S. 20). „Vor diesem Zeitpunkt waren es mehrheitlich allgemein anerkannte Autoritäten (kirchliche oder weltliche Oberhäupter), die gültige Antworten auf die ‚großen und kleinen‘ Fragen des Lebens gaben“ (Müller 2011, S. 23- 24). Descartes bekannte Aussage „cognito ergo sum“ („Ich denke, also bin ich“) leitete eine „neue Stufe des Selbstbewusstseins“ ein (vgl. Müller 2011, S. 24). Die Fähigkeit zur Erkenntnis wurde nicht länger „irgendeiner äußeren Ordnung“, sondern dem Inneren jedes Individuums selbst beigegeben (vgl. Taylor zit. n. Müller 2011, S. 20). Descartes betrachtet den Einzelnen jedoch

noch nicht als vollkommen autonom, da ihm zufolge Gott im Inneren jedes Menschen vorfindbar ist. Hiermit ist ein Menschenbild skizziert, welches dem Individuum die zunehmende Kompetenz zur Selbstreflexion, dem kritischen Denken über sich selbst und damit auch zum Selbstbewusstsein, der Fähigkeit sich über sich selbst bewusst zu sein, zuspricht (vgl. Müller 2011, S. 20).

Immanuel Kant (*1724; †1804) postuliert in seinem Aufsatz „Was ist Aufklärung?“ von 1784 die Vernunft als einzige „innere Natur des Menschen“. Der Mensch wird mit diesem Wesensmerkmal erstmals als von jeglichen göttlichen Wesen autonomes und unabhängiges Subjekt charakterisiert. Kant vertritt damit ein Bild des Menschen, welches durch dessen Fähigkeit zum selbstbestimmten Denken und Handeln gekennzeichnet ist (ebd., S. 22). Ein weiterer Fortgang der „Subjekt- und Identitätskonzeptionen vergangener Epochen und klassischer Philosophen“ (Müller 2011, S. 23) würde bspw. zeigen, dass bereits Ende des 18. Jahrhunderts sich mit der Romantik eine Gegenbewegung zur vernunftorientierten Aufklärung entwickelte (vgl. Müller 2011, S. 22). Solch eine differenzierte Auseinandersetzung wäre sicherlich lohnenswert, ist jedoch im Rahmen dieser Arbeit nicht umsetzbar. Anhand des kurzen Exkurses wird nichtsdestotrotz ersichtlich, dass die „Erfolgsgeschichte des Identitätsbegriffs“ nur vor dem Hintergrund eines wandelnden Menschenbildes zu verstehen ist (ebd., S. 23). Dieses war der „notwendige Nährboden für das Aufkeimen einer Auseinandersetzung mit dem Identitätsbegriff“ (Müller 2011, S. 24). Die Wahrnehmung des Menschen als Individuum und autonomes, selbstbestimmtes Wesen, ist grundlegende Voraussetzung, um von ihnen als „persönliche Identitäten“ sprechen zu können. Folglich kann festgehalten werden, dass jegliche Identitätstheorien- und Modelle auf dieser, kurz dargestellten, philosophischen Grundlage basieren (vgl. Müller 2011, S. 65).

Eine Anthropologie, die den Menschen als selbstbestimmtes und individuelles Wesen versteht, existierte also in ihren Anfängen bereits seit dem 17. Jahrhundert. Wie jedoch am vorherigen Kapitel der Arbeit deutlich wurde, ist es der gesellschaftliche Kontext, der im Wesentlichen bedingt, auf welche Art und Weise diese Wesensmerkmale auch zum Tragen kommen können. „Identität muss demnach immer vor dem Hintergrund der vorherrschenden ökonomischen und gesamtgesellschaftlichen Prinzipien und Strukturen interpretiert werden, denn es kann keine ‚frei schwebende‘ Identität geben, die sich jenseits des Alltags, aller gesellschaftlichen Normen und Lebensbedingungen ausbildet“ (Misoch 2004, S. 49).

In der traditionellen Gesellschaft spielte die „Herausbildung und Wertschätzung einer Identität, die über die Einbindung im Kollektiv hinausführt“ (ebd., S. 18) keine Rolle. „According to anthropological folklore in traditional societies, one’s identity was fixed, solid, and stable.

Identity was a function of predefined social roles and a traditional system of myths which provided orientation and religious sanctions to one's place in the world, while rigorously circumscribing the realm of thought and behavior" (Kellner 1992, S. 141). Der Mensch wurde in die Großgruppengesellschaft hineingeboren und sein Platz und damit auch seine Identität ihm zugewiesen. Mit dem Ende der Großgruppengesellschaft und dem Beginn der Industrialisierung, setzten schließlich Prozesse der Individualisierung ein (vgl. Misoch 2004, S. 18) und damit auch das „Nachdenken über Identität und das Aufwerfen der Frage ‚Wer bin ich?‘“ (Misoch 2004, S. 18). Die Gesellschaftsmitglieder der sogenannten „Massengesellschaft“ befürchteten jedoch eher den Verlust der neugewonnen Individualität (vgl. Müller 2011, S. 26). So waren es vor allem folgende Fragen, die sich die einzelnen Gesellschaftsmitglieder stellten: „Wer bin ich eigentlich und welchen Platz nehme ich in der Gesellschaft ein? Was unterscheidet mich von der breiten Masse? Über welche unverwechselbaren Merkmale, die meiner Identität Einzigartigkeit verleihen, verfüge ich?“ (Müller 2011, S. 26). Identität war demzufolge zu Zeiten der Industrialisierung zunehmend Thema. Deutlich wird hier, dass es sich bei der Frage nach der eigenen Identität um eine „äußerst moderne Attitüde“ handelt, die in Folge des gesellschaftlichen Umbruchs und seit Beginn der Postmoderne zunehmend an Brisanz gewinnt (vgl. Misoch 2004, S. 18). Die Gestaltung der eigenen „individuellen Identität“ stellt eine „historisch neue Errungenschaft“ dar (ebd., S. 17). Identität ist nun, wie bereits erläutert wurde, unumgängliche Aufgabe jedes Subjekts selbst. Damit wird auch die Thematisierung von Identität sowohl im wissenschaftlichen als auch im Alltagsdiskurs unabdinglich. Bereits in den 80er Jahren erlangte das Wort Identität den Titel „Inflationsbegriff Nr. 1“ (vgl. Körber/Schaffar 2002, S. 80). Auch gegenwärtig ist die „Klärung und Arbeit an der Identität – individuell und in der Gesellschaft - immer noch, sogar mehr denn je, Thema“ (Körber/ Schaffar 2002, S. 80).

„Nähert man sich [nun] dem Bereich der Identität aus [heutiger] sozialwissenschaftlicher und sozialpsychologischer Perspektive an, so zeigt sich, dass man es mit einem relativ komplexen und schwer zu definierenden Bedeutungsfeld zu tun hat. Zum einen umfasst der Begriff der Identität verschiedene disparate Bereiche - kulturelle, soziale, religiöse, ethnische, sexuelle, nationale, personale Identitäten u. v. m. - zum anderen finden sich weitere Termini, die [...] [zum begrifflichen Umfeld von] Identität [...] [gehören], wie der Terminus des ‚Selbst‘, der ‚Ich- Identität‘ oder der des ‚Selbstkonzepts‘“ (Misoch 2004, S. 17).

3.2.1 Das Konstrukt Identität und sein Begriffsumfeld

Die Begrifflichkeiten wie „Selbst“, „Selbstkonzept“ und „Identität“ finden im Alltag und in der Literatur häufig Verwendung (vgl. Döring 1999, S. 256). Dabei werden sie nicht selten „in unterschiedlicher Bedeutung [(teilweise auch synonym)] gebraucht und haben somit die Tendenz inhaltlich zu verwässern“ (Döring 1999, S. 256). Mit dieser Begriffsverwirrung wird sich im Nachstehenden auseinandergesetzt. Um etwas Klarheit zu erlangen, soll zuerst genauer auf das Konstrukt Identität in seinem gegenwärtigen Verständnis eingegangen und daraufhin dessen begriffliches Umfeld abgesteckt und erläutert werden.

Während, wie im vorherigen Kapitel aufgezeigt, das traditionelle Identitäts- Verständnis die Einheit und Dauerhaftigkeit von Identität betont, „stellen neuere Identitäts- Konzepte Veränderungen und Vielfalt in den Mittelpunkt“ (ebd., S. 255). Dies bedeutet aber nicht, dass in allen postmodernen Identitätstheorien die Idee eines kohärenten Kerns negiert wird. Grundsätzlich wird jedoch davon ausgegangen, dass jedes Individuum nicht über „eine ‚wahre‘ Identität“ (ebd.) sondern vielmehr über „eine Vielzahl von gruppen-, rollen-, körper- oder tätigkeitsbezogen[e] Teilidentitäten (z. B. Berufs- Identität, Familien- Identität, Geschlechts- Identität, sexuelle Identität, Fan- Identität, nationale Identität, religiöse Identität) verfügt“ (ebd.). Zudem wird der Mensch als selbstbestimmtes und zugleich soziales Wesen, stets eingebettet in ein soziales Umfeld, verstanden. Demzufolge setzt die Erfassung des Konstrukts Identität voraus, zum einem die „Innenperspektive“ des Subjekts, das „Ich“, und zum anderen die „Außenperspektive“, den „sozialen Kontext“, zu betrachten (vgl. Fritz 2003). In der im Nachstehenden abgebildeten Tabelle 4 werden sowohl das Konstrukt Identität als auch sein Begriffsumfeld, aus diesen beiden Perspektiven dargestellt. Die Tabelle 4 dient zur Visualisierung der weiteren Begriffserläuterungen.

Perspektive Transparenz	Ich (Innenperspektive) = Funktion des Bewusstseins als organisierende Zentralinstanz einer Person	sozialer Kontext (Außenperspektive) = Menschen und andere Gegenstandsbeziehungen eines Umfeldes, die auf eine Person reagieren
bewusst und kommunizierbar	Identität Als welche Person sich jemand in Hinblick auf Selbstkonzept, Selbstwertgefühl und Kontrollüberzeugungen in verschiedenen Kontexten empfindet Ich-Identität Gefühl von Einheitlichkeit und Kontinuität einer Person	Rolle Erwartungen an eine Person in Hinblick auf ihre Funktionen und Positionen in verschiedenen Situationen und Kontexten
bewusst und nur teilweise kommunizierbar und erfahrbar	Selbstkonzept als generalisierte Selbstwahrnehmung Selbstwertgefühl als generalisierte Selbstbewertung Kontrollüberzeugung Erklärbarkeit, Vorhersagbarkeit, Beeinflussbarkeit	Persönlichkeit Anmutungen, die eine Person im sozialen Umfeld auslöst
nur teilweise bewusst	Selbst Gesamtheit von Möglichkeiten des Seins als Mensch	Person ganzheitliche Sichtweise von jemandem als Mensch seitens des sozialen Umfelds

Tabelle 4 "Das Begriffsumfeld von Identität" (Quelle: Fritz 2003)

Die in der Tabelle aufgeführten Termini implizieren verschiedene Inhalte und Prozesse. Zur Differenzierung dieser können unterschiedliche Dimensionen, wie z. B. „Chronizität (retrospektiv, aktuell, prospektiv)“ und „Faktizität (real, möglich)“ herangezogen werden (vgl. Döring 1999, S. 256). Im Fokus dieses Kapitels stehen neben den Perspektiven (Innenperspektive, Außenperspektive), die Dimensionen Bewusstsein (bewusst, teilweise bewusst) und Kommunizierbarkeit (kommunizierbar, teilweise kommunizierbar) (vgl. Fritz 2003).

Die Frage nach der eigenen Identität liefert nicht ausschließlich die Antwort auf die Frage „Wer bin ich?“, sondern beinhaltet auch zugleich eine Beschreibung, „wie wir *nicht* sind“. Um dies festzustellen, bedarf es den sozialen Kontext, denn nur durch das Interagieren mit anderen Personen kann die eigene Identität mit der des Gegenübers verglichen werden (vgl. Ermann 2010, S. 2). „Wir können daher nur in Beziehungen und durch Vergleich mit einem Gegenüber Identität erlangen. Unsere Identität als bestimmte Menschen können wir nur in einem Wechselspiel von ‚Dazugehören‘ und ‚Abgrenzen‘ entwickeln“ (Ermann 2010, S. 2). So identifiziert sich ein Individuum über die Zugehörigkeiten und zugleich „Positionen innerhalb sozialer Bindungen, in denen [...] [es] sich (temporär) befindet“ (Misoch 2004, S. 24). So empfindet es sich z. B. „als Teil einer partnerschaftlichen Beziehung, als Freund/in von X, als Bekannte/r von Y [oder] als Element der Gruppe A [...]“ (ebd.). „[Dies] [...] berührt die Fragen: *Wer, was und wie bin ich als Person in einer gegebenen sozialen Umwelt?*“ (Ermann 2010, S. 3). Für das Verständnis von Identität sind klassische sozialwissenschaftliche Identitätstheorien konstitutiv, denn diese rücken „das Verhältnis von Umwelt und Individuum“ in den Vordergrund (vgl. Wegener 2008, S. 45). Damit tragen sie zum Verständnis der Interaktion zwischen dem Ich und seinem sozialen Umfeld bei. „Als wesentlicher Vertreter eines interaktionistischen Ansatzes ist hier George Herbert Mead (1968) zu nennen“ (Wegener 2008, S. 45). Im Allgemeinen wird angenommen, dass Identität kontextabhängig ist. So verfügt ein Individuum, wie gesagt, nicht über eine „wahre Identität“, sondern über verschiedene Teilidentitäten. Welche Teilidentität zum Tragen kommt bzw. bewusst seitens des Individuums aktiviert und kommuniziert wird, ist vom jeweiligen Kontext, in dem das Subjekt sich befindet, abhängig (vgl. Ermann 2010, S. 3). In jedem sozialen Kontext ist eine Person entsprechenden Erwartungen im Hinblick auf ihre Funktion und Position, d. h. ihrer Rolle, ausgesetzt (vgl. Fritz 2003). Um den Anforderungen zu genügen, wird dem Individuum die Fähigkeit zum „Roletaking“ zugesprochen (vgl. Körber/ Schaffar 2002, S. 80). „[...] [D]as Einnehmen sozialer Rollen[, wie die Rolle eines Schülers, Tochter oder Freund,] erlaubt in verschiedenen sozialen Kontexten handlungsfähig zu bleiben [...]“ (Körber/ Schaffar 2002, S. 80). Neben dem Einnehmen bestimmter Rollen, präsentiert das Individuum seinem sozialen Umfeld auch eigene „Identitätsskizzen“ (vgl. Fritz 2003). Das Rolleneinnehmen ermöglicht es schließlich, „sich in der Auseinandersetzung mit anderen über die Bedeutung [der präsentierten,] signifikante[n] Symbole zu verständigen“ (Wegener 2008, S. 45- 46). Das Rolleneinnehmen kann damit auch als Art „Soziale Kompetenz“, gefasst werden, die einen zur sozialen Interaktion mit anderen Personen befähigt und eine „prosoziale Funktion“ innehält, indem dadurch z. B. Konflikte vermieden werden (vgl. Döring 1999, S. 262). Diese „Fähigkeit zur sozialen Inter-

aktion“ ist maßgeblich zum Konstruieren der eigenen Identität (vgl. Wegener 2008, S. 49). Sie bezieht sich auf die „dialogische[n] Komponente des menschlichen Lebens“ (Müller 2011, S. 63). Die „sprachliche Kompetenz“ wird beim Menschen nicht als etwas Monologisches, sondern Dialogisches angenommen (vgl. Müller 2011, S. 63). Im dialogischen Prozess bietet das Individuum Identitätswürfe an, die vom sozialen Umfeld akzeptiert, bestätigt, angeregt oder modifiziert werden (vgl. Fritz 2003). Das Subjekt ist demzufolge ständigen Modifikationen der eigenen Selbstbilder sowie den Außenerwartungen der Gesellschaft unterworfen (vgl. Misoch 2004, S. 27). „Über das Nachvollziehen differenter Perspektiven und Handlungen wird [also] Verständigung möglich. In der Auseinandersetzung mit der Umwelt werden zwei Dimensionen der Persönlichkeit relevant, die Mead als ‚Me‘ und ‚I‘ bezeichnet. Während das ‚Me‘ die Wahrnehmung der eigenen Person im Auge des gesellschaftlichen Gegenübers darstellt, ist das ‚I‘ das ‚impulsive Ich‘, welches die antizipierte Fremdwahrnehmung deutet und zu einem individuellen Bild zusammensetzt“ (Wegener 2008, S. 46). Dabei kann es auch zur Auseinandersetzung kommen „zwischen den Identitäten, die die anderen in uns sehen wollen, und derjenigen, die wir als unsere eigene besitzen wollen“ (Müller 2011, S. 63). Auch wenn sich wichtige Bezugspersonen im Laufe des Lebens ändern können, geht Müller davon aus, dass jedes Subjekt zumindest im Inneren mit diesen lebenslange Gespräche führt (vgl. Müller 2011, S. 63). Die Kompetenz Identität mit anderen aushandeln oder oftmals auch ausstreiten zu können, ist hierbei wesentlich (vgl. Krappmann 1997, S. 80).

Soweit kann nun festgehalten werden, dass Identität „die Brücke zwischen dem individuellen ‚Innen‘ und dem gesellschaftlichen ‚Außen‘“ (Mead zit. n. Körper/ Schaffar 2002, S. 80) bildet. Nicht nur die soziale Umwelt wirkt auf das Individuum, sondern diese wird auch reziprok vom Individuum geprägt. Identität wird also stets intersubjektiv konstruiert (vgl. Körper/ Schaffar 2002, S. 80). Dabei haben vor allem diejenigen Begegnungen und Interaktionen, die das Subjekt selbst als relevant betrachtet, Auswirkungen auf die Identität. Die sogenannte „subjektive Bedeutsamkeit“ kann somit als Art „Identitätsfilter“ angesehen werden (vgl. Hauber 1995, S. 25). Gelingt es dem „Ich“ nun eine Balance zwischen seiner Teilidentität(en), der „Zugehörigkeit zu anderen“ und deren Erwartungen herzustellen, dann kann es sich auch in der Umwelt als „sich selbst“ empfinden (vgl. Ermann 2010, S. 3). Ergebnis der Verarbeitungen von Austauschprozessen mit der sozialen Umwelt stellen dann „Selbstkonzept“, „Selbstwertgefühl“ und „Kontrollüberzeugungen“ dar (vgl. Fritz 2003). Die Gemeinsamkeiten der eben genannten Konstrukte liegen zum einen darin, dass diese „mit dem Begriff der ‚Persönlichkeit‘, also den Anmutungen, die [e]ine Person im sozialen Umfeld auslöst“ (Fritz 2003) korrespondieren. Selbstkonzept, Selbstwertgefühl, und Kontrollüberzeugungen, sowie die

Persönlichkeit eines Individuums sind diesem bewusst. Alle Phänomene können aber nur teilweise kommuniziert werden. Die Persönlichkeit, die einer Person von einem sozialen Umfeld zuerkannt wird, beinhaltet „langfristig bestimmende Merkmale“, wie u. a. Beruf, Familienstand, Kenntnisse und körperliche Gestalt. Außerdem gestalten „geäußerte Gefühle“, Empathie, Verlässlichkeit, Taktgefühl, Solidarität etc. die Persönlichkeit. Zum anderen handelt es sich bei den Termini um Generalisierungen, die aus „vielen Erfahrungen ähnlicher Art“, die zugleich als subjektiv bedeutsam empfunden werden, resultieren (vgl. Fritz 2003). Nachstehend soll sich nun den Konstrukten Selbstkonzept, Selbstwertgefühl und Kontrollüberzeugungen und deren Inhalten und Prozessen zugewendet werden.

Selbstkonzept

Die Begrifflichkeit „Selbstkonzept“ umfasst das Selbstempfinden einer Person. Hierbei ist weniger die Eigenpräsentation vordergründig. Das Selbstkonzept basiert vielmehr auf der Vorstellung, die das Individuum von sich und seinen Wesenzügen besitzt (vgl. Fritz 2003). Grundlage von Selbstkonzepten sind „Selbstwahrnehmungen auf kognitiver und emotionaler Ebene“ (Fritz 2003). Die Selbstwahrnehmung auf kognitiver und emotionaler Ebene entspricht der „Wahrnehmung eigener Leistungsfähigkeit in z. B. der Bewältigung von Problemen und Aufgaben“ (ebd.) sowie der „Wahrnehmung der Einschätzung der eigenen Person durch andere“ (ebd.). So kann sich eine Person bspw. in der sozialen Rolle eines Schülers kognitiv wie folgt wahrnehmen: „Ich bin ein Schüler in der zehnten Klasse und versuche, die in der Schule vermittelten Inhalte, auch in den Klassenarbeiten wiederzugeben.“ Auf emotionaler Ebene könnte dahingegen die Selbstwahrnehmung folgendermaßen aussehen: „Meine Leistung wird nicht anerkannt und geschätzt. Ich bin nichts wert“ (vgl. Straus/ Höfer 1997, S. 274).

Selbstwertgefühl

Der Terminus Selbstwertgefühl setzt sich „aus den Generalisierungen der erfahrungsabhängigen Selbstbewertungen“ (Fritz 2003) und der „Bewertung der Selbstkonzepte und der Kontrollüberzeugungen“ (ebd.) zusammen. „Beim Selbstwertgefühl geht es um wertende Aspekte wie Wohlbefinden und Selbstzufriedenheit, Selbstakzeptierung und Selbstachtung, Erleben von Sinn und Erfüllung sowie um Selbstständigkeit und Unabhängigkeit“ (ebd.). Fremdbewertungen wirken stets mit in die Selbstbewertung ein bzw. beeinflussen diese. Dieser Aspekt ist im Sinne der erläuterten Auseinandersetzung zwischen „I“ und „me“ zu verstehen (vgl. Döring 1999, S. 256).

Kontrollüberzeugungen

Der Begriff Kontrollüberzeugungen beinhaltet „das generalisierte Empfinden, Gegenstandsbereiche erklären, vorhersehen und beeinflussen zu können oder nicht zu können“ (Fritz 2003).

Zum Abschluss dieses Kapitels wird es noch als notwendig erachtet den Begriff „Selbst“ von Identität abzugrenzen, da diese häufig und fälschlicherweise synonymen Gebrauch finden.

Selbst

Der Terminus „Selbst“ beinhaltet die Gesamtheit an potentiellen Ressourcen, die einer Person zur Selbstentfaltung zur Verfügung stehen. Diese sind ihr nur teilweise bewusst (vgl. Fritz 2003). „Das Selbst ist nur zum Teil vorstellbar als ein der Person vertrauter und gut organisierter Bestand an Wissen, Fähigkeiten, Verhaltensschemata und Überzeugungen. Zu einem anderen Teil besteht es auch aus ‚possible selves‘, aus latenten Entwürfen für mögliche zukünftige Entwicklungen der Person“ (Fritz 2003). Diese „möglichen Selbstinhalte“ dienen zur Motivation und zum Anreiz für zukünftiges Verhalten. Außerdem können sie gegenwärtigem Verhalten „Sinn und Perspektive“ verleihen und für deren Legitimation genutzt werden (vgl. Döring 1999, S. 258). Von der Außenperspektive her betrachtet wird angenommen, dass ein soziales Umfeld sein Gegenüber immer ganzheitlich als Person und damit einhergehend auch dessen mögliche (Weiter-)Entwicklung wahrnimmt. Der Begriff „Selbst“ geht der Definition nach also über den Begriff Identität hinaus (vgl. Fritz 2003).

Zusammengefasst impliziert der Identitätsbegriff also die „Verarbeitung von Gegenstandsbeziehungen auf der Stufe von Generalisierungen und lässt sich nun definieren als die Einheit aus Selbstkonzept, Selbstwertgefühl und Kontrollüberzeugung“ (Fritz 2003). Forschungsmethodisch ist ein so gefasster Identitätsbegriff hilfreich (vgl. Fritz 2003). Er stellt die Grundlage für den „Analyse- Teil“ der Arbeit dar. Mit Identität ist hier eine Teilidentität gemeint. Die Generalisierungen beziehen sich somit ausschließlich auf die jeweiligen Teilidentitäten. „[Das] [...] ‚Ich‘ als Funktion des Bewusstseins, als organisierende Zentralinstanz [e]iner Person steht[, Fritz zufolge, letztendlich] vor der Aufgabe, die verschiedenen Identitätsanteile [und damit auch die Generalisierungen] als mit sich zusammenhängend und sich kontinuierlich entwickelnd zu verstehen und dies der Umwelt in angemessener Weise mitzuteilen. Gelingt dies, entsteht ‚Ich-Identität‘: das Gefühl von Einheitlichkeit und Kontinuität [...] [der eigenen] Person“ (Fritz 2003). Demzufolge bleibt trotz diverser Teilidentitäten ein kohärenter

Kern. Ob eine solche „Ich- Identität“ unter postmodernen Bedingungen existiert, ist strittig. Diese Debatte stellt der Inhalt des nächsten Kapitels der Arbeit dar.

3.2.2 Kernidentität oder Multiple Identität?

Die Überleitung zu diesem Abschnitt der Arbeit weist auf zwei „basale Theorielinien“ hin, die die derzeitigen postmodernen Debatten zum Identitätskonstrukt bestimmen (vgl. Misoch 2004, S. 106). Ausgang beider Theorielinien ist die Betrachtung des Phänomens Identität aus der Perspektive der Postmoderne. In Folge des gesellschaftlichen Umbruchs und der Pluralisierung der Lebenswelt unterteilt sich diese „immer stärker in Teilbereiche mit unterschiedlichen Anforderungen, Erwartungen und sozialen Bezügen“ (Fritz 2003). Jedes Subjekt benötigt deshalb, so wie es Luhman formuliert, z. B. „ein musikalisches Selbst für die Oper, ein strebsames Selbst für den Beruf, ein geduldiges Selbst für die Familie“ (Luhmann 1994, S. 193). Eine „grundlegend[e] Modifikation der Selbststruktur“ ist erforderlich. Um den genannten Alltagsanforderungen nachzukommen, zeichnet sich das postmoderne Subjekt, und soweit stimmen beide Theorielinien überein, durch eine „flexible Identität“ aus. Die postmoderne Identität ist damit, wie erläutert, in sogenannte Teilidentitäten strukturiert (vgl. Misoch 2004, S. 106). Die Teilidentitäten ermöglichen „das ‚Surfen‘ in den verschiedenen Lebensbereichen“ (Fritz 2003). Sie befähigen zugleich das Individuum zum „Roletaking“. Es ist somit in der Lage, auf die gesellschaftlichen Erwartungen der jeweiligen sozialen Kontexte angemessen zu reagieren (vgl. Körper/ Schaffar 2002, S. 80). Nun stellt sich die Frage, ob „das Subjekt mit seiner ‚Infra-Individualisierung‘ den einzelnen widersprüchlichen Fragmenten eine Form von Kohärenz zuweist“ (Keupp et al. zit. n. Körper/ Schaffar 2002, S. 81) und damit eine Ich- Identität bzw. Kernidentität, trotz pluralistischer Lebensumstände, existent ist. Oder ob die verschiedenen Teilidentitäten unverbunden nebeneinander bestehen.

Keupp geht davon aus, dass „das Bewusstsein über [die verschiedenen Teilidentitäten] eingenommenen Subjektpositionen oder Rollen die Fragmentierung individuell verhandelbar und vereinbar macht“ (Keupp et al. zit. n. Körper/ Schaffar 2002, S. 81). Er schließt sich damit Gross et al. „Theorie der Bastelmentalität“ an. Die Theorie bringt zum Ausdruck, dass der postmoderne Mensch sich aus einzelnen Teilidentitäten und damit einhergehenden „Lebensstilen und Sinnelementen“ eine „individuell[e] Lebens- Collage“ zusammenbastelt. Aus einem „kreativen Prozess von Selbstorganisation“ geht dann eine „lebbare Konstruktion“ hervor, die eine innere Kohärenz aufweist. Diese postmoderne Identitätsstruktur, das Resultat eigenständig zusammen gebastelter Teilorientierungen, bezeichnet Keupp als „Patchworkidenti-

tät“ (vgl. Keupp 1990, S. 30- 31). „Die Fähigkeit zu und die Erprobung von Projekten der Selbstorganisation sind ohne ‚ökonomisches‘ und ‚soziales Kapital‘[, und dies betont Keupp,] nicht möglich“ (Keupp 1990, S. 31).

Der kurz ausgeführter Theorieansatz leugnet also weder die Existenz verschiedener Teilidentitäten noch die Entwicklungen und Veränderungen, die diese im Leben jedes Individuums durchlaufen. Trotz dieser (Weiter-)Entwicklungen liegt jedoch diesem Verständnis des Terminus Identität die Überzeugung eines überdauernden Kerns zugrunde (vgl. Ermann 2010, S. 2). Ermann betont, dass „[d]ieses Empfinden der Kohärenz und Kontinuität im Kontext unserer sozialen Bezogenheit [...] unser Leben [prägt]“ (Ermann 2010, S. 2). Es wird argumentiert, dass nur diese Konsistenz und Kontinuität einer Person ermöglicht von sich selbst zu reden, im Sinne von: „Ich war es gestern, bin es heute und werde es auch morgen sein“. Die essentielle Frage „Wer bin ich?“ muss jedes Subjekt im Hinblick auf seine Kernidentität nicht nur für sich selbst, sondern auch für sein soziales Umfeld beantworten können. Dies ist Voraussetzung, damit auch andere Personen fähig sind, „in einem Zeitkontinuum von der Vergangenheit bis in die Zukunft hinein“ und in verschiedenen Kontexten ihren Interaktionspartner als ein- und denselben zu identifizieren (vgl. Fritz 2003). Erst wenn eine Person seine Kernidentität in einer Interaktion mit preisgibt, wird einem Subjekt ermöglicht, das Verhalten seines Gegenübers einzuschätzen bzw. vorherzusagen können. Eine solche Verlässlichkeit ist Grundlage um eine Beziehung zu einer Person aufzubauen (vgl. Misoch 2004, S. 19). Gäbe es keine solche Grundstruktur, keine Kernidentität, die über die Zeit hinweg erhalten bleibt, dann wäre es fraglich, ob bereits bekannte Personen auch nach einiger Zeit und vor allem in verschiedenen Kontexten ihren Wiedererkennungswert beibehalten. Diese Idee einer *zentrierten, kohärenten Kernidentität* hat sich, so Misoch, in modernisierten und hochentwickelten Gesellschaften als „allgemein gültig[e] Vorstellung einer ‚natürlichen‘ und gelungenen Identität“ (Misoch 2004, S. 20) etabliert.

Innerhalb des Identitätsdiskurses bildet sich ein weiterer Theorieansatz heraus. Dieser Ansatz weist aufgrund der „Fülle an Erlebnis- und Erfahrungsbezügen“ in der postmodernen Gesellschaft die Annahme einer „kohärenten Identität“ und die Vorstellung von einem „einheitlichen Bild eines widerspruchsfreien Subjektes“ als Illusion zurück (vgl. Hall zit. n. Körber/Schaffar 2002, S. 81). Zu den Theoretikern, die diese Position beziehen, gehören u. a. Gergen und Turkle. Sie gehen davon aus, dass die Identität eines Subjekts sich ausschließlich in Form eines Nebeneinanders nicht zusammenhängender Beziehungen der verschiedenen und teilweise widersprüchlichen Teilidentitäten konstituiert (vgl. Wegener 2008, S. 46). Demnach wird eine *dezentrierte, multiple Identität* postuliert, die „keinen geschlossenen Wesenskern“ besitzt

(vgl. Turkle 1999, S. 425). Ein Subjekt, so Kraus und Mitzscherlich, „legt Masken nach Belieben an und ab, begreift persönliche Identität nicht als Substanz, sondern als lockere Aggregationsform von Handlungsrepertoires, die, wie es die Situation erfordert, zum Einsatz kommen“ (Kraus/ Mitzscherlich 1997, S. 22). Dies bedeutet, dass eine Person in der „beruflichen Situation A“ eine andere als in der „Situation B“; „ganz anders im sozialen System [s]eines Freundeskreises und wieder anders bei [s]einen sportlichen Aktivitäten [etc. ist] [...]“ (Fritz 2003). Die Frage nach der eigenen, in dem Fall multiplen Identität, müsste dementsprechend wohl nicht „Wer bin ich?“, sondern eher „*Wer bin ich und wie viele?*“ heißen.

Die Problematik an einer multiplen Identität ergibt sich aus dem Mangel an „Austausch und Kommunikation [...] [der] [...] [Teilidentitäten] im Bewusstsein der Person“ (Fritz 2003). Das Bestehen von Teilidentitäten ohne jegliche „Kohärenzstiftung“, welche „die einzelnen [...] [Teilidentitäten] im Inneren zusammenhält“, bezeichnet Lifton als „misslungene postmoderne Identitätsbildung“ (Lifton zit. n. Misoch 2004, S. 99). Dieser weist er einen pathologischen Wert zu (vgl. Lifton zit. n. Misoch 2004, S. 99). Ein Blick in die internationale Klassifikation psychischer Störungen, dem ICD- 10, zeigt eine deutliche Parallele zwischen der von postmodernen Theoretikern beschriebenen multiplen Identität und der im ICD- 10 klassifizierten „Multiplen Persönlichkeitsstörung (MPD)“. Im Klassifikationssystem heißt es: „Di[e] [MPD] [...] ist selten und es wird kontrovers diskutiert, in welchem Ausmaß sie iatrogen oder kulturspezifisch ist. Das grundlegende Merkmal ist das offensichtliche Vorhandensein von zwei oder mehr verschiedenen Persönlichkeiten bei einem Individuum. Jede Persönlichkeit ist vollständig mit ihren eigenen Erinnerungen, Verhaltensweisen und Vorlieben [...]“ (ICD- 10 zit. n. Goller 2009, S. 147- 148). Diese Form der psychischen Störung beinhaltet folglich das Bestehen unabhängiger und unverbundener Persönlichkeiten in einem Individuum. Es wird sogar die Vermutung aufgestellt, dass diese sich aufgrund kultureller Begebenheiten entwickelt. Fritz hält zu diesem Vergleich entgegen, dass „das Akzeptieren der verschiedenen Elemente [e]iner Identität und ihr Erleben in unterschiedlichen sozialen Kontexten [...] nicht Konfusion, Destabilisierung oder Pathologie bedeuten [muss]. Möglicherweise kann eine lockere und akzeptierende Verbindung meiner Teil-Identitäten [(ohne Kernidentität)] dazu beitragen, Erschütterungen, Störungen und Beeinträchtigungen in einem bestimmten Lebensbereich besser zu verarbeiten, weil sie nicht die ganze Person betreffen, sondern nur einige Identitäts-Anteile“ (Fritz 2003). Grundsätzlich ist jedoch die Vorstellung einer multiplen Identität diskussionsfähig, zumindest „so lange [...], wie der Einzelne in der Lage ist, von sich selbst als ‚Ich‘ zu sprechen und nicht als ‚Wir‘“ (Wegener 2008, S. 48).

Dieses Kapitel zeigt, dass sich in der postmodernen Identitätsforschung zwei Theorielinien herausbilden, welche wie folgt zusammengefasst werden können: „Postmoderne Identitäten werden zum einen als flexible, schnell anpassungsfähige aber trotz allem als kohärente Strukturen beschrieben, die sich in der Subjekteinheit festmachen; auf der anderen Seite werden sie als multiple [Identität] [...] definiert, [...] ohne Kernung und somit ohne interne Kohärenzstiftung [...]“ (Misoch 2004, S. 106- 107).

„Es wurde gezeigt, dass Identitäten immer veräußert werden müssen, um sozial wirksam zu werden, d.h. [...] [diese] zu haben immer auch bedeutet, [sie] [...] dem anderen gegenüber [...] darzustellen“ (Misoch 2004, S. 201). Die so genannte Selbstdarstellung ist keine neue Errungenschaft der Postmoderne. Bereits im alten Rom spielte z. B. die Eigenpräsentation bei Caesar eine wichtige Rolle (vgl. Till 2003, S. 11). Doch welche Bedeutung kommt der Selbstdarstellung nun in der Postmoderne zu und in welchem Zusammenhang steht sie mit Identität?

3.2.3 Identität und Selbstdarstellung unter postmodernen Bedingungen

In Interaktionsprozesse muss sich seinem Gegenüber also stets, und dies kann bewusst oder unbewusst geschehen, dargestellt werden (vgl. Misoch 2004, S. 201). Identität ist demnach stets mit einer Darstellung derselben verbunden (vgl. Misoch 2004, S. 17). „Alle Momente der menschlichen Interaktion beinhalten Prozesse der Selbstdarstellung“ (Misoch 2004, S. 29) und sind alltäglich, da sich Individuen in sozialen Interaktionen zu erkennen geben müssen (vgl. Misoch 2004, S. 30). Selbstdarstellung wird also dann notwendig, wenn das Subjekt sich in der „Öffentlichkeit“ präsentiert. Goffman zufolge neigen Personen stets dazu, die „Zeichen“, die das Gegenüber sendet, zu deuten (vgl. Goffman 2009, S. 54). Demzufolge ist jedes Subjekt dazu „gezwungen, bei allem was e[s] in Gegenwart seiner Zuschauer tut, darüber zu wachen, was sein Tun in den Augen der anderen implizieren könnte [...]“ (Goffman 2009, S. 54). In welcher Form das Subjekt sich dann in einer konkreten Situation dargestellt, ist davon abhängig, auf welche Art und Weise es sich darüber bewusst ist, von den Personen in seinem sozialen Kontext beobachtet und bewertet zu werden (vgl. Döring 1999, S. 261- 262). Die Selbstdarstellung beinhaltet dann das „Gesamtverhalten eines Einzelnen“ (Goffman 2009, S. 23). „Die Darstellung von Identitäten richtet sich im Wesentlichen nach [...] [den Rollenerwartungen], wird aber gleichzeitig durch Selbstansprüche reguliert und stellt somit einen Balanceakt zwischen (wahrgenommener) Außenperspektive und Innenperspektive dar“ (Döring 1999, S. 260). Die Wahrnehmung der Rezipienten kann dabei kontrolliert und beeinflusst

werden, um beim Gegenüber ein bestimmtes Erscheinungsbild zu hinterlassen (vgl. Goffman 1969, S. 23). In diesem Zusammenhang wird von „Selbstdarstellungsverhalten (impression management)“ gesprochen (vgl. Döring 1999, S. 260- 261). Dies bringt zum Ausdruck, dass Verhaltensweisen und Handlungen, die als Mittel zur bewussten Selbstdarstellung verwendet werden, darauf abzielen, vorhersehbare Reaktionen und Eindrücke bei anderen Personen zu erzeugen (vgl. Goffman 1969, S. 230). Dabei kann grob zwischen zwei Zielsetzungen differenziert werden. Zum einen die „defensive Zielsetzung“, welche intendiert, einen negativen Eindruck zu verhindern und zum anderen die „assertive Zielsetzung“, welche das Erzeugen eines positiven Eindrucks anstrebt. Zur Stabilisierung des Selbstwertgefühls erweist sich, so Döring, die „assertive Strategie“ als erfolgversprechender. Bei der bewussten Selbstdarstellung genügt das alleinige Gedankenmachen über den Eindruck, der hinterlassen werden soll, nicht. Das Subjekt muss auch überzeugt davon sein, den „gewünschten Eindruck“, bewirken zu können. Dieses Bewusstsein über die Selbstwirksamkeit der eigenen Darstellung wird „Kontrollüberzeugung“ genannt (vgl. Döring 1999, S. 261- 262). Wie in Kapitel 3.2.1 erläutert, resultiert solch eine Kontrollüberzeugung erst aus bereits gemachten Erfahrungen ähnlicher Art, die daraufhin seitens des Individuums generalisiert werden (vgl. Fritz 2005). Dadurch, dass Personen bei der Selbstpräsentation anstreben, auch den gesellschaftlichen Anforderungen des jeweiligen sozialen Kontextes nachzukommen, ergeben sich weitere Aspekte, die ausschlaggebend für die Selbstdarstellung sind. Somit ist es eben nicht ausschließlich die „subjektive Relevanz“, die über Attribute, die ein Subjekt nach außen hin darstellt, entscheidet. Die „Valenz“, d. h. die Wertigkeit dieser, ist ebenso ein Auswahlkriterium. Die Wertigkeit gewisser Merkmalsausprägungen ist durch sogenannte gesellschaftliche „Normen“ festgelegt. Diejenigen, die den Normen nicht entsprechen, werden oftmals als „abweichend“ und „krank“ abgestempelt. Aufgrund von Angst vor sozialer Ausgrenzung sowie Scham- und Schuldgefühlen tendieren Individuen dazu, „stigmatisierende Merkmale“, die verborgen werden können (z. B. HIV- Positiver, Vergewaltigungsopfer), nicht an die Öffentlichkeit heranzutragen. Andere stigmatisierende Merkmale wie körperliche Behinderungen oder Übergewicht können, zumindest in Face- to- Face- Gesprächen, nicht ausgeblendet und verborgen werden (vgl. Döring 1999, S. 262- 263).

Im Gegensatz zur bewussten Selbstdarstellung umfasst die unbewusste Selbstdarstellung hingegen alle Handlungen, in der das Individuum sich z. B. „durch unbewusste Gesten verrät“ und seine Identität ohne den dezidierten Wunsch nach Präsentation zeigt [...]“ (Misoch 2004, S. 29). Prozesse der Selbstdarstellung können nun unterschiedlich aussehen. „Die Darstellung erfolgt aufgrund anerkannter Symbole und auch aufgrund von Ressourcen, die ungleich ver-

teilt sind. Diese Ressourcen können materieller Natur oder auch Fähigkeiten (z.B. Sprache, Intellekt etc.) sein und helfen, die Identität in den Augen der anderen aufrechtzuerhalten“ (Müller 2011, S. 71). Vor allem dem Körper kommt eine bedeutende Rolle als „Träger von Identitätsmerkmalen“ zu. Auch wenn z. B. Körperbau, Geschlecht, Hautfarbe etc. genetisch bedingt sind, bestehen heutzutage diverse Möglichkeiten, entweder den Körper durch Accessoires wie Kleidung und Schmuck aktiv zu gestalten oder auch biologische Merkmale künstlich (z. B. durch plastische Chirurgie, Haare färben, Tätowierungen) zu verändern (vgl. Müller 2011, S. 109). Die Bekleidung einer Person, um ein Exempel zu nennen, kann z.B. sozialen Status, Modeorientierung und Tagesverfassung ausdrücken (vgl. Misoch 2004, S. 30). Gerade der Kleidungsstil unterscheidet sich zumeist in sozialen Situationen, in denen sich anderen gegenüber präsentiert wird, deutlich vom Kleidungsstil „allein zu Hause“ (vgl. Döring 1999, S. 261). Verkörperte Schönheitsideale „sind zu einem großen Teil ein kulturelles Produkt und variieren in den unterschiedlichen Kulturkreisen“ (Müller 2011, S. 109), sodass diese damit auf einen bestimmten kulturellen Hintergrund verweisen. Ob dies jedem Subjekt bewusst ist, ist fraglich. Auch die Körperhaltung gibt Auskunft über das Be- und Empfinden eines Subjektes (vgl. Müller 2011, S. 109). Ebenso, wie eindeutig unbewusst gegebene Zeichen, zu denen Stottern oder Erröten zählt (vgl. Misoch 2004, S. 118).

Dadurch, dass Selbstdarstellung zum Großteil auf bewusst gewählten Darstellungselementen basiert, ist jedes Individuum grundsätzlich zur einer „unwahren Darstellung“ fähig (vgl. Goffman 2009, S. 54). „[...] [N]ur Scham, Schuldgefühl oder Furcht[, so Goffman,] hindert sie daran, dies zu tun“ (Goffman 2009, S. 55). Die Angst vor Entlarvung und dem Verlieren des guten Rufs hemmt Personen, in der Öffentlichkeit falsche Tatsachen zu behaupten. Aufgrund der potentiellen Fähigkeit zur Manipulation der eigenen Darstellung fokussieren Interaktionspartner zumeist gerade die Elemente der Darstellung, welche zur unbewussten Selbstdarstellung gehören und damit schwieriger zu fälschen sind (vgl. Goffman 2009, S. 55). „Denken wir an diejenigen, die eine falsche Fassade oder ‚nur‘ eine Fassade präsentieren, die sich verstellen, uns täuschen und betrügen, so denken wir an Unstimmigkeiten zwischen dem erweckten Anschein und der Wirklichkeit“ (Goffman 2009, S. 55). Daran anschließend führt Misoch an, dass ein relativ einheitliches Konstrukt einer Person nur dann mit dem Terminus der Identität betitelt werden kann, wenn nicht nur Eigendefinition stimmig ist, sondern zugleich auch keine Brüche zwischen dieser und ihrer Präsentation offensichtlich sind (vgl. Misoch 2004, S. 20).

Schlussfolgernd kann festgehalten werden, dass jegliches menschliches Verhalten im Rahmen der Identitätspräsentation aufgefasst und interpretiert werden kann (ebd., S. 30). Die allge-

meine Notwendigkeit an dem Bewusstsein seiner Identität und dessen Darstellung ergibt sich aus den in postmodernen Gesellschaften wirksam gewordenen Prinzipien (ebd., S. 17). Die Selbstdarstellung ist „strukturelle Voraussetzung für die Ermöglichung sozialer Interaktionen unter postmodernen[, pluralisierten Umweltbedingungen]“ (Misoch 2004, S. 87). In einer beschleunigten, pluralisierten Umwelt wird es für die Individuen immer schwerer, im „Strom der Ereignisse“ wahrgenommen zu werden (vgl. Misoch 2004, S. 88). „Um diesem entgegenzuwirken, müssen sich Individuen in der Gegenwart vermehrt mittels bewusst vorgenommener Selbstdarstellungen aktiv einbetten, stabilisieren und gegen Identitätsdiffusion [(3.2.4)] absichern“ (Misoch 2004, S. 89).

Nachdem ein allgemeiner Einblick in die Thematik Selbstdarstellung gegeben wurde, stellt sich die Frage, wie sich die postmodernen Identitätstheorien, die von „pluralen, heterogenen, flexiblen und ggf. entkernten Identitätsstrukturen [ausgehen,] auf die Selbstdarstellungspraxis der Individuen auswirken“ (Misoch 2004, S. 107). Hierbei kann Misoch zufolge zwischen zwei Selbstdarstellungspraktiken, die sich aus den beiden Theorielinien ergeben, unterschieden werden. In Anlehnung an Misoch, sind diese in der vorliegenden Arbeit als „Selbstnarration“ und „Experimentelle Selbstdarstellung“ benannt (vgl. Misoch 2004, S. 107- 108).

Selbstnarration

Die postmodernen Theoretiker (u. a. Keupp; Gross), die trotz „flexiblen, hochgradig anpassungsfähigen Identität[sstrukturen]“ die Existenz einer Kernidentität annehmen, gehen in ihren Modellen nicht explizit auf die Selbstdarstellungspraktiken der Subjekte ein. Sie messen aber der Narration, d. h. der Selbsterzählung einen „zentralen Stellenwert in der postmodernen Identitätsentwicklung“ bei (vgl. Misoch 2004, S. 107). „Indem wir uns fortlaufend als Zentralfigur einer Narration erzählen, produzieren wir für uns und andere die Integration und Kohärenz, die uns für andere verstehbar macht und unser Handeln kontextuiert und zeitlich ordnet“ (Kraus 1996, S. 128) Damit wird sich auf die „narrative Psychologie“¹⁰ bezogen. Selbsterzählung wird damit als Strategie zur „Herstellung [von] externer und interner Kohärenz“ (Bruner 1997, S. 121) für das postmoderne Subjekt unabdinglich. Die Teilidentitäten werden in diesem Verständnis durch einen „narrativen Kern“ (Fritz 2005) verbunden, indem „[r]elevante Ereignisse [...] auf [...] [eine] Zeitachse aufeinander bezogen, kausale und situationsbedingte Zusammenhänge [...] konstruiert und in ständiger sozialer Bewertung rekonstruiert [werden]“ (Körper/ Schaffar 2002, S. 81). Daraus schließend kann davon ausgegangen

¹⁰ Für eine umfassendere Ausführung kann auf die, im Nachstehenden genannte Quelle verwiesen werden: Kraus, Wolfgang (1999): Identität als Narration. Die narrative Konstruktion von Identitätsprojekten. In: Freie Universität Berlin (Hrsg.). In: URL: <http://web.fu-berlin.de/postmoderne-psych/berichte3/kraus.htm> - Stand 03.05.2011.

werden, dass „Selbznarration bzw. narrative Selbstkonstruktionen“ einen wesentlichen Bestandteil in den Selbstdarstellungsprozessen einnimmt (vgl. Misoch 2004, S. 108).

Experimentelle Selbstdarstellung

Im Rahmen der Theorien (Vertreter u. a. Turkle; Gergen), die von einer multiplen Identität ausgehen, nimmt die „experimentelle Selbstdarstellung“ einen hohen Stellenwert ein. Durch sogenannte „experimentelle Identitätsentwürfe“ kann ein Individuum neue Teilidentitäten entdecken, ausloten und ausagieren. Multiple Identitäten sind demzufolge eng verwoben mit dem Darstellen und Experimentieren der verschiedenen Teilidentitäten (ebd., S. 109).

3.2.4 Identität als aktiver Herstellungsprozess

Bei dem Phänomen Identität handelt es sich, wie erläutert, um ein „universelles Thema“ (Müller 2011, S. 25). Es betrifft jeden Menschen, da „jeder über eine persönliche Identität [(ob über eine multiple Identität oder Kernidentität soll hier offen gehalten werden)] verfügt bzw. auf der Suche nach einer ist“ (ebd.). Doch was bedeutet auf der Suche nach seiner Identität zu sein? Findet jedes Subjekt seine Identität? Die Antwort auf diese Frage lautet: Nein! Heute, in der postmodernen Gesellschaft, muss jedes Individuum selbst seine Biographie zusammenstellen (vgl. Müller 2011, S. 51). Der „Gedanke der Gestaltbarkeit der eigenen Identität“ (Kraus 1999) besteht als solcher Kraus zufolge nicht erst seit Beginn der Postmoderne. Bis weit ins 20. Jahrhundert hinein war dieser jedoch ausschließlich Teil eines bürgerlich-elitären Diskurses. Großteil der Bevölkerung blieb die Idee einer selbstbestimmten Identität fremd (vgl. Kraus 1999). „Die Idee der Gestaltbarkeit der eigenen Identität war also keineswegs für alle verfügbar. Restriktiver Zugang zu Bildung, Abschottung der sozialen Schichten, Restriktionen aufgrund von Geschlechterrollen waren nur einige der Hemmnisse für die Teilhabe an einem solchen Diskurs“ (Kraus 1999). In Folge des gesellschaftlichen Umbruchs und der Auflösung der Sozialformen einer industriellen Gesellschaft, kann in der nachmodernen Gesellschaft nun davon ausgegangen werden, dass der Gedanke der Gestaltbarkeit der eigenen Identität für alle Gesellschaftsmitglieder präsent ist. In welcher Form dieser letztendlich umsetzbar ist, hängt von den jeweiligen Ressourcen ab (vgl. Kraus 1999).

In jeglichen Bereichen des Lebens stehen immer mehr und mehr Möglichkeiten für diese Gestaltung zur Auswahl. Der postmoderne Mensch ist tagtäglich einer Vielzahl an Gruppierungen, Begegnungen und verschiedenen Situationen ausgesetzt (vgl. Müller 2011, S. 64). Diese liefern wiederum unterschiedliche Orientierungen, Einstellungen, Wertvorstellungen und

Handlungsmuster, welche oftmals mehrdeutig, diffus und umstritten sind (vgl. Fritz 2003). „Es gibt keine allgemeingültige kulturelle Dauerorientierung, die alle Lebensbereiche bestimmt“ (Müller 2011, S. 64). In solch einer pluralistischen Gesellschaft kann, besser gesagt muss jedes Individuum seinen „individuellen Weg in diesem Optionsdschungel“ (ebd.) finden. Dem Menschen als mündiges und selbstbestimmtes Wesen kommt hier die „Rolle eines ‚Baumeisters‘ zu, mit der es die stete (Weiter-) Entwicklung von Identität zu begleiten, zu koordinieren und zu bewältigen gilt“ (Wegener 2008, S. 45). Dies geschieht in „Prozessen von Adaption, Transformation und Regression“ (ebd., S. 49). Postmoderne Theoretiker sprechen in diesem Zusammenhang von *Identitätsarbeit* oder *Identitätsprojekt* (vgl. Behringer; Keupp et al. zit. n. Müller 2011, S. 64). „Dieses [Identitäts]projekt ist eine von jeder Person zu bewältigende Aufgabe: Ich finde [also] meine Identität nicht, sondern ich stelle sie her“ (Fritz 2003). Die Begriffe „Identitätsarbeit“ und „Identitätsprojekt“ verweisen auf das Unabgeschlossene dieses Prozesses (vgl. Fritz 2003). Identität stellt niemals eine fertige und abgeschlossene Tatsache dar, sondern ist vielmehr als eine ständige, lebenslange Aktion zu verstehen (vgl. Wegener 2008, S. 40- 41). Theorien, die davon ausgehen, dass Identitätskonstruktion lediglich in der Jugend stattfindet und „ab einem gewissen Alter oder nach dem Durchlaufen verschiedener Phasen“ abgeschlossen ist, erweisen sich demnach als unzureichend (vgl. Körber/ Schaffar 2002, S. 81). Trotz diverser Identitätsmodelle und- theorien in den postmodernen Debatten besteht hierüber Konsens. Jegliche postmoderne Identitätstheorien „beschreiben Identität damit als Weg und nicht als Ziel“ (Wegener 2008, S. 42). Identität stellt also keinen statischen Zustand sondern einen aktiven Herstellungsprozess, der vom Individuum permanent geleistet werden muss, dar (vgl. Misoch 2004, S. 27). „[...] Identitätsarbeit [muss] somit als lebenslanger Prozess gesehen werden, der heranwachsende Jugendliche ebenso betrifft wie deren Eltern und Großeltern“ (Wegener 2008, S. 41). Wie erläutert, muss Identität als intersubjektiv konstruiertes Phänomen gefasst werden, in welches vorgegebene gesellschaftliche Normen mit einwirken. Auch wenn dieser Arbeit die anthropologische Grundannahme eines aktiven, selbstbestimmten Menschen zugrunde liegt, muss an dieser Stelle noch einmal betont werden, dass jedes Individuum lediglich über bestimmte Ressourcen verfügt bzw. diese ihm zur Verfügung stehen. Identitätsentwicklung verläuft nie im „luftleeren Raum“ (ebd., S. 45), sondern ist bedingt durch „exogene Sozialisationseinflüsse“ sowie „endogene Reifungs- und Entwicklungsprozesse“ (vgl. Müller 2011, S. 157). Jede Teilidentität kann sich nun in einer von „vier Formen von Identität (Identitätsstadien)“ (Mienert 2008, S. 76) befinden. Der Prozess, in dem Identität hergestellt wird, kann in verschiedene Identitätszustände, welche jedoch nicht in einer festgeschriebenen Reihenfolge ab-

laufen, eingeteilt werden. James E. Marcia (1993; 1994) arbeitete im Rahmen einer Untersuchung und in Anlehnung an Erikson „vier Typen von Identitätsentwicklung“ - *Identity Diffusion, Foreclosure; Moratorium, Identity Achievement*- heraus (vgl. Müller 2011, S. 160- 161). Diese sind der, im Folgenden abgebildeten, Tabelle 5 zu entnehmen.

	Exploration von Alternativen	Keine Exploration von Alternativen
Innere Verpflichtung (<i>commitment</i>)	Gelungene Identitätsentwicklung (<i>Identity Achievement</i>)	Übernommene Identität (<i>Foreclosure</i>)
Keine innere Verpflichtung (<i>no commitment</i>)	Moratorium (<i>Moratorium</i>)	Identitätsdiffusion (<i>Identity Diffusion</i>)

Tabelle 5 "Die vier Identitätszustände nach Marcia 1994" (Müller 2011, S. 161)

„Di[e] [Identitätsstadien] sind unter anderem durch unterschiedliche kognitive Entwicklungszustände wie beispielsweise die Reflexionsfähigkeit gekennzeichnet. Weiter sind sie durch den Grad der persönlichen Festlegung in verschiedenen Lebensbereichen (*commitment*) und das Durchleben bzw. das Fehlen von Krisen bestimmt“ (Müller 2011, S. 160). Es kann grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass die eigene Identität nicht „allen Menschen zu allen Zeiten ihres Lebens gleich bewusst“ (ebd., S. 70) ist. Kann ein Individuum auf die Frage „Wer bin ich?“ keine Antwort geben, weist dies auf den „Verlus[t] eines tragenden Identitätsgefühls“ hin. Dieser Zustand wird als „Identitätsdiffusion“ bezeichnet (vgl. Ermann 2010, S. 6). „Diffusion von *diffundere* ‚ausgießen, verstreuen, ausbreiten‘ bedeutet dabei, dass das Identitätsgefühl zerfließt und ein Zustand der Orientierungslosigkeit entsteht“ (Ermann 2010, S. 6). Hält dieser Zustand zeitweilig an, so ist die Rede von einer „phasenspezifischen Identitätskrise“, ohne pathologischen Wert (vgl. Ermann 2010, S. 6). Das Individuum ist dann von „einer vorübergehenden Unfähigkeit der Identitätsbildung betroffen“ und muss sich in zumindest einem Lebensbereich wieder neu definieren (vgl. Müller 2011, S. 70). Diejenigen, die sich daraufhin aktiv „auf die Suche nach Neuorientierung“ begeben, durchleben ein sogenanntes „Moratorium“ (vgl. Müller 2011, S. 161). Ein Moratorium zeichnet sich dadurch aus, dass es dem Individuum eine Art „Aufschubperiode“ zubilligt, wenn dieses noch nicht dazu bereit ist, Verpflichtungen zu übernehmen (vgl. Erikson zit. n. Zinnecker 2003, S. 47). In diesem Moratorium können dann verschiedene Identitätswürfe unverbindlich getestet werden. Auf das Moratorium kann das Stadium einer „gelungenen Identitätsentwicklung“ folgen. Dieses kennzeichnet sich durch ein hohes Maß an Reflexivität aus (vgl. Müller 2011, S. 161).

Von gelungener Identität kann nur dann gesprochen werden, wenn ein Subjekt „Konformitätszwängen“ stand hält (ebd.) und „den Einfluss vorgegebener Werte und Normen kritisch geprüft hat, um dann zu einem eigenen Standpunkt zu gelangen, dem er sich verpflichtet weiß“ (Wegener 2008, S. 42). Einer „gelungenen Identität“ steht eine „schlichte Identitätsübernahme (Foreclose)“ gegenüber. In diesem Stadium kann eine Person sich nach dem „Moratorium“, wie auch nach einer „Identitätsdiffusion“ befinden (vgl. Wegener 2008, S. 42). Eine „schlichte Identitätsübernahme“ meint eine „unreflektierte und widerspruchlose Übernahme z.B. elterlicher Maßstäbe“ (Wegener 2008, S. 42) aus „Unhinterfragte Wertvorstellungen eines Menschen resultieren häufig aus seinen frühen Sozialisationserfahrungen in seiner Herkunftsfamilie, in Kindergarten und Schule sowie aus den historisch-gesellschaftlichen Bedingungen“ (Müller 2011, S. 81).

Sucht ein Individuum schließlich nicht nach Alternativen und exploriert auch keine Möglichkeiten, um das Stadium „Identitätsdiffusion“ zu überwinden, dann ist es von einem „pathologischen Zustand der Identitätsverwirrung“ betroffen (vgl. Müller 2011, S. 160). Unter heutigen gesellschaftlichen Bedingungen nehmen Ermann zufolge Identitätsdiffusion und damit einhergehende Identitätsstörungen, die gegenwärtig noch „Ausdruck der Psychopathologie“ sind, zu (vgl. Ermann 2010, S. 10). „[K]ündigt sich hier womöglich ein neuer Sozialisations-typ an? Ist ein Leben mit Identitätsfragmenten womöglich die Ankündigung der Normalität der Zukunft?“ (Ermann 2010, S. 10).

Grundsätzlich können alle anderen Identitätsstadien immer wieder in Frage gestellt werden (vgl. Wegener 2008, S. 42). Dass die vier Formen von Identität „je nach entwicklungs-spezifischen Anforderungen und den je spezifischen Dilemmata differenter Altersstufen gewechselt werden können, impliziert die Annahme stets neuer zu bewältigender Herausforderungen des Lebens“ (Wegener 2008, S. 42). So kann auch bspw. ein 40-Jähriger, der eine übernommene Identität internalisiert hat, sich dazu entscheiden, nach „neuen Orientierungspunkten“ zu suchen. Kommt es zu diesem Entschluss, durchlebt auch er erneut ein Moratorium. Der Prozess der Identitätsfindung wiederholt sich demzufolge mehrmals im Leben (vgl. Müller 2011, S. 161). „Angesichts dieser Umstände [wird] das Selbst zu einem ‚reflexiven Projekt‘ (Giddens zit. n. Bahl, S. 27), denn das Subjekt der Nachmodernen zeichnet sich durch ein bislang ungekanntes Maß an Selbstreflexivität aus und mu[ss] sich in einem kontinuierlichen Proze[ss] der Selbstbefragung und Selbstfindung immer wieder neu erschaffen“ (Bahl 1997, S. 27).

3.3 Die Bedeutung von Identität in der Jugendphase

Im vorherigen Kapitel wurde herausgearbeitet, dass Identität als lebenslanger und aktiver Herstellungsprozess gefasst werden muss (vgl. Wegener 2008, S. 41). Identitätstheorien, die sich lediglich auf die Jugendphase beziehen und eine „gelungene Identität“ als Ziel dieser formulieren, sind somit zur Erfassung des Phänomens Identität unzureichend (vgl. Körper/Schaffar 2002, S. 81). „Die Ausweitung des Problems der Identität auf die Erwachsenen bedeutet [aber] freilich nicht, dass die Zentralität dieses Problems für die Jugend geleugnet wird. Natürlich ist die Jugendphase immer noch 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 et al. 1992, S. 82). Der Jugendphase kommt also eine „tragende Bedeutung“ bei der Identitätsentwicklung zu. Hier werden „wesentliche Entscheidungen und Dispositionen der Selbstverortung“ getroffen (vgl. Körper/Schaffar 2002, S. 80). Bevor hierauf näher eingegangen wird, stellt sich die Frage: Was bedeutet überhaupt Jugendphase? Im zweiten Kapitel wurde Jugend orientiert an der JIM- und Shell- Studie als Altersgruppe zwischen 12- bis 19- Jährigen bzw. 12- bis 25- Jährigen definiert (vgl. JIM- Studie 2010, S. 3; vgl. Blauwhoff 2010, S. 11). Bei solch einer Festlegung handelt es sich um pragmatischen Eingrenzungen, die in der Forschung ermöglichen repräsentativ arbeiten zu können (vgl. Klinger 2008, S. 625). Eine nähere Beschäftigung zeigt aber, dass verschiedene Bedeutungen und Definitionsmöglichkeiten der Begrifflichkeit Jugend existieren. So bezeichnet sie bspw. „die individuelle Lebensphase zwischen Kindheit und Erwachsensein“ und/oder umfasst „eine bestimmte Altersgruppe der Gesellschaft“ (vgl. Mienert 2008, S. 17). Um diese Bedeutungen zu rechtfertigen, werden sich diversen Kriterien bedient. Hierzu gehören u. a. die Kriterien „Fortpflanzungsfähigkeit“, „Strafmündigkeit“, „Selbstwahrnehmung als erwachsen“ und „Bewältigung spezieller Entwicklungsaufgaben“ (ebd., S. 20- 28). Anhand der soeben genannten Kriterien soll nun die Schwierigkeit aufgezeigt werden, Jugend in eine eindeutige Definition zu bringen und damit auch ihr Anfang und Ende zu bestimmen.

„Aus biologischer Sicht sind die ersten Samenergüsse und erste Regelblutung die ersten Anzeichen für den Beginn der Jugendphase“ (Mienert 2008, S. 22). Im Vergleich zu den letzten Jahrhunderten hat sich die wirtschaftlichen Situation und Krankenversorgung verbessert. Dies führte zu einer „Entwicklungsakzeleration“. Das bedeutet, dass die biologische Reifung heutzutage bei einem Durchschnittsalter von 11 oder 12 Jahren deutlich früher eintritt. Ausnahmen hierbei sind Jugendliche, die bestimmte gesundheitliche Voraussetzungen nicht erfüllen, wie z. B. Mädchen, die an Magersucht erkranken. Bei ihnen bleibt unter Umständen die Men-

stration ganz aus. An dieser Stelle wird die Problematik deutlich, die biologische Reifung als „Kennzeichnung für den Übergang ins Erwachsenenalter“ festzusetzen. Auch wenn von einem Durchschnittsalter ausgegangen werden kann, bei dem die biologische Reifung beginnt, hat solch eine „Norm“ kein Anspruch auf Allgemeingültigkeit. Der Anfang und die Entwicklung der biologischen Reifung zu welcher neben der ersten Menstruation bzw. Samenerguss auch Körperwachstum, Stimmbruch, die Entwicklung äußerer Geschlechtsorgane etc. zählen, erfolgt individuell sehr unterschiedlich (vgl. Mienert 2008, S. 20- 23). „Während sie bei einigen sehr früh einsetzt, sie auch im Körperbau schon sehr früh erwachsen nicht mehr kindlich wirken, gibt es andere Heranwachsende, die noch mit 15 biologisch nicht ausgereift sind [...]“ (Mienert 2008, S. 23). Des Weiteren kann aufgrund der Akzeleration nicht mehr davon ausgegangen werden, dass die „psychosoziale Reifung“ parallel zu der biologischen verläuft. Somit kann Jugendlichen, die fortpflanzungsfähig sind, nicht auch schon die „Elternfähigkeit“ zugesprochen werden (vgl. Mienert 2008, S. 23).

Das juristische Kriterium der Strafmündigkeit setzt, festgehalten im § 1 des Jugendgerichtsgesetzes (JGG), die Jugendphase zwischen dem 14. bis 18. Lebensjahr fest. Jugendliche werden damit im JGG explizit von Heranwachsenden (18- 21 Jahre) und Erwachsenen (ab 21 Jahre) unterschieden¹¹. Aber auch hier gilt: Keine Regel ohne Ausnahme (vgl. Mienert 2008, S. 24). „Innerhalb der Strafverfahren gegen Jugendliche oder Heranwachsende kann ungeachtet dieser Altergrenzen [von der Jugendgerichtshilfe] überprüft werden, ob der Jugendliche nicht doch schon als Heranwachsender beurteilt werden sollte oder ob nicht umgekehrt der dem Alter nach Heranwachsende seiner Persönlichkeit nach doch noch als jugendlich einzustufen ist, jeweils mit entsprechenden Konsequenzen für die Strafmündigkeit und Bestrafung“ (Mienert 2008, S. 24- 25). Dafür werden „Persönlichkeitsgutachten“ angefertigt, die nach den „Marburger Richtlinien von 1954“ die Straffälligen als jugendlich oder heranwachsend klassifiziert. Ein Beurteilungskriterium bezieht sich auf die Persönlichkeit, die bei „noch Jugendlichen“ also ungenügend ausgeformt angenommen wird. Die „Marburger Richtlinien“ beschreiben Jugendliche grundsätzlich als „unfertig[e], unvollkommen[e] Wesen“, Heranwachsende hingegen als „vollständig und reif“ (vgl. Marburger Richtlinien zit. n. Mienert 2008, S. 25). Diese Zuschreibungen sind durchaus fraglich. Gerade auch im Hinblick darauf, dass z. B. die eigene Identität, wie im Kapitel 3.2.4 aufgezeigt, auch Heranwachsenden und Erwachsenen nicht zu jedem Zeitpunkt unbedingt bewusst ist (vgl. Müller 2011, S. 70). Zudem führen sie dazu, dass „den Status ‚Jugendlicher‘ [...] eigentlich niemand so gerne inne [hat]“ (Mienert 2008, S. 29). Dies erklärt auch, warum die Antwort von Jugendlichen auf die Frage nach

¹¹ vgl. <http://www.gesetze.juris.de/jgg/BJNR007510953.html#BJNR007510953BJNG000100319> - Stand 15.05.2010.

ihren Vorstellungen des Erwachsenwerdens und -sein zum Großteil mit „Wenn ich endlich 18 wär“ beginnt. Dieser Satz, so Mienert, drückt die Bedeutung, die Jugendliche ihren 18. Geburtstag beimessen aus. Sie verbinden damit Wünsche, Hoffnungen und Befürchtungen. Sie sind sich darüber bewusst, dass sie mit ihrem 18. Lebensjahr neue Rechte, wie das Schreiben eigener Entschuldigungen für die Schule, die Teilnahme an Wahlen und „alleine Autofahren“ (vorausgesetzt der Führerschein wurde bestanden). Diese neuen Rechte gestehen den Jugendlichen eine unabhängigere Lebensführung vom Elternhaus zu. Jugendliche wissen aber auch, dass mit dem Erwachsenwerden und -sein neue Pflichten einhergehen (vgl. Mienert 2008, S. 29- 30). „Damit liegen sie in ihrer eigenen Einschätzung vom Übergang ins Erwachsenenalter sehr dicht an der der Entwicklungspsychologen, die die Bewältigung von bestimmten Entwicklungsaufgaben als Eintrittskarte ins Erwachsenenalter sehen“ (Mienert 2008, S. 30). „Entwicklungsaufgaben“ ist ein von Havighurst (1981) entwickeltes Konstrukt. Entwicklungsaufgaben stellen „Zielprojektionen“ dar. Es gibt sie in jeder Kultur (vgl. Hurrelmann 2006, S. 35). Entwicklungsaufgaben existieren aufgrund „körperliche[r] Veränderungen, die aus genetischen und biologisch- hormonellen Prozessen“ (Mienert 2008, S. 31) resultieren. Sie definieren von der Gesellschaft gestellte Anforderungen, die jedes Individuum in bestimmten Lebensphasen zu erfüllen hat (vgl. Hurrelmann 2006, S. 35) und „der Gesellschaft zu ihrem Erhalt funktional sind“ (Albert/ Hurrelmann/ Quenzel 2010, S. 40). Die gesellschaftlichen Erwartungen werden durch Medien, Familie, Freunde an den Einzelnen herangetragen. Weitere Entwicklungsaufgaben können auch vom Subjekt individuell formulierte Ziele und Wünsche umfassen. Entwicklungsaufgaben können grundsätzlich als „Lernaufgaben“ verstanden werden. Jeder Einzelne ist mit der Aufgabe konfrontiert Techniken zu entwickeln und Fähigkeiten zu erwerben, um diese Herausforderungen zu meistern (vgl. Mienert 2008, S. 30-31). „Gelingt [...] dies, stellt sich bei [den Individuen] [...] Zufriedenheit und Wohlbefinden ein. [Sie] [...] bekommen das Gefühl, [ihr] [...] Leben gut im Griff zu haben. Gelingt [...] dies nicht, so ist die Bewältigung der nachfolgenden Entwicklungsaufgabe behindert“ (Mienert 2008, S. 31).

Für die Jugendphase können nun folgende wesentliche Entwicklungsaufgaben formuliert werden:

- ▶ geschlechtliche Reifung, Erwerb der eigenen Geschlechterrolle, Akzeptanz der eigenen körperlichen Erscheinung
- ▶ emotionale, materielle und räumliche Ablösung von den Eltern

- ▶ Aufnahme und bewusste Gestaltung sozialer Freundschafts- und erster Liebesbeziehungen
- ▶ Berufliche Kompetenzentwicklung, Aufnahme einer Erwerbsarbeit
- ▶ Entwicklung einer individuellen Lebensphilosophie (Werte, Normen etc.)

(Rätz- Heinisch/ Schröer/ Wolff 2009, S. 29; Wegener 2008, S. 40)

Ohne nun auf jede einzelne Entwicklungsaufgabe detailliert einzugehen, wird hier noch einmal die Schwierigkeit deutlich, die Jugendphase in ein Altersspektrum einzugrenzen. Während die geschlechtliche Reifung heutzutage relativ früh einsetzt, wird eine „wirtschaftliche und familiäre Unabhängigkeit“, im Vergleich zu den letzten Jahrhunderten, erst im späteren Alter erreicht. Deshalb ist die heutige Jugendzeit Mienert zufolge zwischen dem 12. und 30. Lebensjahr anzusiedeln (vgl. Mienert 2008, S. 21).

Um in dieses Kapitel der Arbeit einzuleiten, wurde anfangs anhand eines Zitats von Keupp et al. die Bedeutung von Identität für die Jugendphase exponiert. Die Autoren begründen diese Zentralität, indem sie auf „wichtige Prozesse der Selbstsuche und –findung“ und die Bewältigung von „ontogenetischen Krisen“ in der Jugend hinweisen (vgl. Keupp et al. 1992, S. 82). „[Hier] [...] trifft sich [...] also das Konzept der Entwicklungsaufgaben mit dem der Identität. Anders ausgedrückt: Die Entwicklungsaufgaben des Jugendalters zu meistern, heißt nichts anderes, als in zahlreichen Lebensbereichen nach der eigenen Identität zu suchen“ (Mienert 2008, S. 75). Zu den Lebensbereichen gehören u. a. Familie, Politik, Beruf, Religion/Weltanschauung, Geschlechtsrolle, Freizeit und Freundschaften (vgl. Mienert 2008, S. 74). Dass das aktive Herstellen von Teilidentitäten erstmal in der Jugendphase abverlangt wird, hängt damit zusammen, dass die Identitätsstadien, vor allem das „Moratorium“ und die „gelungene Identität“ in ihrer Komplexität „eine Relativierung und Wahrnehmung des Ichs voraussetzen, über die ein (Klein-) Kind in dieser Form nicht verfügt“ (Oerter/ Montada zit. n. Wegener 2008, S. 42). „The first identity resolution is achieved at late adolescence because that is the first time it can be; that is, when the necessary cognitive, physiological, social expectational, and experiential ingredients exist to make it possible“ (Marcia et al. 1993, S. 280). Zwar beginnt die Identitätsfindung schon im Kleinkindalter, jedoch auf andere Art und Weise. So ist sich ein Kind ab einem Alter von 18 Monaten durchaus schon bewusst, eine einzelne Person zu sein. Dies wird daran deutlich, dass es von sich in Ich- Form spricht. Es definiert sich jedoch nicht über eigene Fähigkeiten und Können, sondern vielmehr über sein Besitztum (z. B. „Ich habe eine Carrera- Bahn“ oder „Ich spiele Playstation“). Kinder im Schulalter nehmen dann schon eigene Kompetenzen wahr und äußern diese erstmals auch, indem sie

sich mit anderen Kindern im gleichen sozialen Kontext vergleichen. Exempels hierfür sind: „Ich bin gut in Mathe“ oder „Ich bin der beste Fußballspieler in der Klasse“. Im Jugendalter intensiviert sich schließlich das Nachdenken über die eigene Identität. Jugendliche verfügen u. a. über erweiterte kognitive Möglichkeiten, wodurch sie zum abstrakteren Denken fähig sind. Sie können in „Möglichkeitsräumen“ denken, ihre Identität vergangenheits- und zukunftsorientiert wahrnehmen und kritisch reflektieren (vgl. Mienert 2008, S. 74). „Sie nehmen auch Widersprüche an sich wahr und integrieren diese – das ist beim Kind noch anders. Jugendliche erkennen, dass sie sich in unterschiedlichen Lebensbereichen auch anders verhalten (nach dem Motto: toller Freund, furchtbarer Sohn), und dass sie auch in sich Persönlichkeitsmerkmale haben, die sich widersprechen [...]. ‚Obwohl mir der Schulabschluss wichtig ist, mache ich nicht genug dafür‘, wäre eine typische Überlegung“ (Mienert 2008, S. 74). Jugendliche sind sich demzufolge schon im Klaren darüber, dass es keine „einzig wahre Identität“ gibt, sondern mehre Teilidentitäten, die je nach Rollenfunktion aktiviert werden.

Um nun eine Antwort auf die Frage „Wer bin ich?“ oder alternativ „Wer bin ich und wie viele?“ geben zu können, befinden sich Jugendliche bei der Bewältigung der Entwicklungsaufgaben zunächst in einer Phase des Experimentierens (vgl. Mienert 2008, S. 76). Marcia beschreibt das Jugendalter deshalb als Moratorium (vgl. Marcia zit. n. Wegener 2008, S. 41). Jugendliche explorieren bzw. testen unterschiedliche Identitätsmöglichkeiten (vgl. Mienert 2008, S. 76). „Dabei orientieren sie sich zum Teil an Vorbildern, ahmen diese nach, stülpen sie sich wie eine Identitätshülse über und schauen, ob diese Hülse auch zu ihnen passt“ (Mienert 2008, S. 76). Dieses Ausprobieren kann exemplarisch an der Entwicklungsaufgabe „Erwerb einer Geschlechtsrolle“ wie folgt skizziert werden. „Wenn ein Mädchen sich betont weiblich oder burschikos gibt, probiert es seine Wirkung auf beide Geschlechter aus. Es erforscht, welche Frauenrollen andere vor ihr gewählt haben, ob zum Beispiel die Mutter eine Karrierefrau geworden oder ein Hausmütterchen geblieben ist. Viele verbergen ihre körperliche Veränderung durch sackartige Kleidung, andere zeigen sich ganz figurbetont“ (ebd.). Besonders auffällig erscheint im Jugendalter, dass „viele junge Machos und Vamps sich so männlich oder weiblich geben, wie nie später im Leben“ (ebd.). Jugendliche übersteigern häufig, „zum Teil bis ins Groteske“, die Darstellungen ihrer explorierten Identitäten. Dies gehört jedoch, so Mienert, zum jugendlichen sich Ausprobieren. Welches Identitätsstadium - „Identitätsdiffusion“, „gelungene Identität“ oder „Identitätsübernahme“ - dem Moratorium folgt, bleibt offen (vgl. Mienert 2008, S. 76).

Während Mienert davon ausgeht, dass Jugendlichen in der Gesellschaft ein „Schon- und Experimentierraum“ zugestanden wird (ebd., S. 71), halten Barthelmes und Sander dagegen,

dass dieser unter postmodernen Bedingungen nicht mehr gegeben ist, denn Jugendliche seien mit zu vielen und „vielfältige[n] Probleme[n] und Schwierigkeiten“ konfrontiert. (vgl. Barthelmes/ Sander 2001, S. 24). So erfordert die Postmoderne auf der einen Seite Flexibilität, auf der anderen Seite wird von Jugendlichen z. B. erwartet, sich in der Ausbildungs- und Berufswelt durch frühzeitige Karriereplanung deutlich zu positionieren (vgl. Wegener 2008, S. 35). Des Weiteren existieren Theorien, wie die von Neil Postman, die das Verschwinden der Jugend postulieren. Postman differenziert in seinem Werk „Das Verschwinden der Kindheit“ nicht zwischen Kindheit und Jugend, sondern versteht Kinder als „Kategorie von Menschen zwischen sieben und [...] siebzehn Jahren“ (Postman 1983, S. 7). Die ursprüngliche Idee der Kindheit umfasst Postman zufolge ein Verständnis von Kindheit als Lebensphase, in der der junge Mensch einen Schutzraum benötigt, welcher ihn vor den Geheimnissen der Erwachsenenwelt, wie Sexualität, Gewalt, Tod und Krankheit abschirmt. Langsam sollen Kinder altersentsprechend an diese Inhalte herangeführt werden und zwar so, dass sie es sowohl physisch wie auch psychisch verkraften können (vgl. Postman 1983, S. 19). Wie Kapitel 2 aufgezeigt sind die Inhalte, die beispielsweise durch das Medium Internet bereitgestellt werden, frei zugänglich. Dadurch entziehen Medien, jenseits des Printsektors, jegliche „Informationshierarchie“ (vgl. Moser 2006, S. 76). Die Geheimnisse des Erwachsenseins können damit nicht länger vor den Kindern und Jugendlichen bewahrt werden, denn als einzige Zugangsvoraussetzung zum erschließen von Informationsquellen ist im Fall des Internets ein Medium (Handy, Spielkonsole oder Computer) mit Zugang zum WWW. Diese These stellt einen interessanten Ansatzpunkt dar. Im weiteren Verlauf der Arbeit obliegt die Jugend jedoch einer Definition als spezifische Lebensphase, in der es bestimmte Entwicklungsaufgaben zum Herstellen der eigenen Identität zu bewältigen gilt.

3.3.1 Die Rolle von Peergroups

„Die intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Person und der Frage ‚Wer bin ich wirklich?‘ [in der Jugendphase] ist an vielen jugendtypischen Verhaltensweisen zu erkennen“ (Mienert 2008, S. 80). Hierzu gehört vor allem der enge Kontakt mit den *Peergroups* (vgl. Mienert 2008, S. 80). Peergroups leisten eine „wesentliche Unterstützung bei der notwendigen Ablösung von den Eltern“ (Wegener 2008, S. 36). Auch können sich Jugendliche dort über die eigenen Eltern, von denen sie sich oftmals missverstanden fühlen oder teilweise auch werden, auslassen (vgl. Mienert 2008, S. 81). Peergroups sind „soziale, informelle Gruppen“, die für Jugendliche einen „erzieherischen Freiraum par excellence“ darstellen. Sie bilden eine

wesentliche Sozialisationsinstanz (vgl. Schmidt 2010a, S. 14). Peergroups, kurz Peers, sind allgemein gefasst für Kinder und Jugendliche diejenigen, die ihrem Alter entsprechen. Der Begriff Peergroup wird im Deutschen von daher mit „Gleichaltrigen“ übersetzt. Dies entspricht jedoch einer vagen Definition, welche dem ursprünglichen Sinne des Terminus Peers nicht ganz gerecht wird (vgl. von Salisch 2010, S. 4). Denn dieser „meint eine ranggleiche Schicht englischer Adelliger“ (von Salisch 2010, S. 4). Peergroups setzen sich aus Jugendlichen, gleicher sozialer Stellung, mit zumeist ähnlichen Fähigkeiten und Interessen, zusammen. Auch wenn sich Peergroups damit nicht zwangsläufig durch das gleiche Lebensalter auszeichnen, führen jedoch die Wesensmerkmale einer Peer zum Großteil dazu, dass sich Gleichaltrige zusammenschließen (vgl. von Salisch 2010, S. 4- 5). „Es geht also um *Ebenbürtigkeit*“ (von Salisch 2010, S. 4). Die Ebenbürtigkeit der Jugendlichen in einer Peergroup basiert „aus entwicklungspsychologischer Sicht“ darauf, dass sie „auf nahe beieinander liegenden Stufen der kognitiven und moralischen Entwicklung stehen und argumentieren“ (ebd.). Da Peers in etwa das gleiche Alter aufweisen, sind sie auch mit vergleichbaren Entwicklungsaufgaben konfrontiert. Sie können sich bei der Bewältigung dieser, unterstützen und einander helfen (vgl. von Salisch 2010, S. 5). So können sich bspw. junge Mädchen mit ihren Freundinnen der Peergroup über „verändernde körperliche Bedingungen“ austauschen (vgl. Mienert 2008, S. 76). Auch können in den Peers erste Erfahrungen in Hinblick auf Liebesbeziehungen gesammelt und erprobt werden (vgl. Beerlage 1993, S. 21). „Die gleiche Stellung gegenüber den Entwicklungsaufgaben und Lebensereignissen schafft einen Fundus von Gemeinsamkeiten zwischen den Gleichaltrigen, der mit Eltern, anderen Erwachsenen oder auch mit Heranwachsenden, die wesentlich älter oder jünger sind, nicht geteilt wird“ (von Salisch 2010, S. 5). Dies erklärt auch, dass die Meinung von Peers im Jugendalter an Bedeutung gewinnt. Die Meinung der Eltern rückt dahingegen in den Hintergrund (vgl. Guth 2010, S. 15). Primäres Ziel im Jugendalter ist deshalb das Aufbauen zufriedenstellender Beziehungen zu ihren Peers (vgl. von Salisch 2010, S. 5).

Der soziale Kontext von Identität ist wie erläutert unbestritten, da Menschen soziale Wesen sind, sozialen Gruppen angehören, und sich Identität nur in Wechselbeziehungen zu anderen Individuen herausbilden kann (vgl. Ermann 2010, S. 2). Ein sozialer Kontext stellt die Peergroup dar. Jugendliche schließen sich diesen, teilweise auch mehreren, an und grenzen sich damit zugleich gegen andere ab. Peergroups werden faktisch auch gewechselt (vgl. Wegener 2008, S. 36).

„Doing Peergroup“ funktioniert dann auf verschiedene Weisen. Dazu gehört (Schmidt 2010a, S. 15): *Außenabgrenzung* (Wer gehört dazu, wer nicht?), *Binnendifferenzierung*, d. h. Positio-

nen und eine Hierarchie in der Gruppe werden ausgehandelt, *Erwartungsstrukturierung* (Was sind zentrale Standards und Normen?) und das Bilden eines *Gruppenbewusstseins* (Was zeichnet „uns“ im Gegensatz zu den anderen aus?). Peergroups erschaffen sich demzufolge ihre eigene Kultur (vgl. Schmidt 2010a, S. 15).

Die Entwicklungspsychologen Jean Piaget und Lawrence Kohlberg zeigten anhand von Untersuchungen, dass es aufgrund des Umstands der Ebenbürtigkeit Jugendlichen einer Peergroup „besonders gut gelingt, einander Denkanstöße zu geben, die sie in ihrer Entwicklung vorantreiben“ (von Salisch 2010, S. 4). Innerhalb dieses Gruppengefüges überprüfen Jugendliche eigene Ansichten, sie formulieren eigene Standpunkte und teilen diese den anderen mit (vgl. von Salisch 2010, S. 4- 5). Im Kontakt mit den Gleichaltrigen können Rollen, Grenzen und Identitätsvarianten erprobt werden und dies ohne befürchten zu müssen, unmittelbare „erwachsengemäße Sanktionen“ zu erhalten (vgl. Beerlage 1993, S. 21). Die „Freunde bieten das zentrale Feld“ um sich auszuprobieren. Sie reagieren dann unmittelbar mit einer Rückmeldung auf die verschiedenen Identitätsmöglichkeiten (vgl. Mienert 2008, S. 81). Besonders typisch für Peers ist das Führen sogenannter „Streitgespräche“. Verschiedene Standpunkte und Meinungen werden gegeneinander abgewogen und diskutiert (vgl. von Salisch 2010, S. 5). „Von besonderer Bedeutung sind [hier] kommunikative Praktiken mithilfe derer Identität (Wer möchte als wer gelten bzw. behandelt werden?) und Beziehung bzw. Status (In welchem Verhältnis steht man zueinander bzw. möchte zueinander stehen?) [dann] reguliert werden“ (Schmidt 2010a, S. 15). Charakteristisch für diese „Aushandlungsprozesse“, so Schmidt, sind jugendtypische „Kommunikationsroutinen und –rituale“, wie „Beleidigen und Beschimpfen Necken, Ulken, [„Dissen“], unterhaltsame Geschichte erzählen, Klatschen, Lästern, Spotten sowie das Austragen spielerischer Konflikte“ (ebd.). Den amerikanischen Psychologen Damon und Killen (1982) zufolge weist diese Form von Streitgesprächen eine besonders hohe Qualität auf (vgl. Damon/ Killen zit. n. von Salisch 2010, S. 5). Die gemeinsame Erarbeitung von Lösungen besitzt das Potenzial, „die kognitive bzw. moralische Entwicklung der Kinder und Jugendlichen voranzutreiben“ (von Salisch 2010, S. 5).

Auf der anderen Seite muss aber auch beachtet werden, dass solche „Äußerungen bzw. Kommunikationsereignisse entweder als Scherzkommunikation zur Stärkung und Vertiefung informeller Beziehungen beitragen oder aber als Image- Verletzungen zur Ausgrenzung und/ oder Subordinierung anderer Gruppenmitglieder dienen“ (Schmidt 2010a, S. 15). „Peer pressure“, d. h. Gruppenzwang ist in diesem Zusammenhang auch Thema.

Die Rückmeldungen, die Jugendliche nun im Rahmen der Aushandlungsprozesse erhalten, wirken „identitätssichernd“ oder „identitätsverunsichernd“ (vgl. Müller 2011, S. 98- 99).

Durch „bestimmte Gruppenzugehörigkeit bzw. Distinktionen“ kann es Subjekten gelingen, ein „möglichst positives Selbstbild“ zu erlangen (vgl. Tajfel zit. n. Müller 2011, S. 72). In Interaktionen, die Selbstdarstellung voraussetzen, suchen Individuen grundsätzlich nach „sozialer Bestätigung“. Für die Konstruktion der eigenen Identität ist die „äußere Umwelt“ unabdingbar (vgl. Müller 2011, S. 99). „Damit man an einer erwünschten Identität festhalten kann, bedarf man der Bestätigung durch andere Mitmenschen“ (Müller 2011, S. 99). Diese wirkt sich positiv auf das Selbstwertgefühl aus (vgl. Müller 2011, S. 72). Während einige Jugendliche sich im Kontakt mit den Freunden aktiv und reflektiert mit eigenen Vorstellungen und Meinungen auseinandersetzen, tendieren andere Jugendliche dazu, z. B. Kleidervorschriften und Wertvorstellungen einer bestimmten Gruppe „einfach“ zu übernehmen (Foreclosure) (vgl. Mienert 2008, S. 80). So oder so übernehmen Peergroups zusammengefasst also eine „identitätsstützende Funktion“ und „moralische Stabilisierung“ (vgl. Wegener 2008, S. 36). „Peer[g]roups und Jugendkulturen sind [dementsprechend] wichtige Erlebnisräume mit hohem Intensitätsgehalt [...]“ (Wegener 2008, S. 36). Peergroups brauchen dabei jedoch auch Orte, um sich treffen zu können (vgl. Lüke 2010, S. 36). Dies erweist sich oftmals als nicht so einfach. „[...] Straßen sind zugesperrt, Sportplätze nur zu festen Zeiten geöffnet, viele freizugängliche Räume sind unattraktiv und weil Anwohner den Lärm spielender Kinder oder quatschender Jugendlicher nicht ertragen, grenzen sie sie aus Parks und anderen öffentlichen Stätten aus“ (Lüke 2010, S. 36). Neben der Schwierigkeit, Orte und Räumlichkeiten zum gemeinsamen Treffen zu finden, spielt die zeitliche Komponente sicherlich auch eine Rolle. Durch z. B. die Schulreform „G 8“ verbringen Jugendliche immer mehr Zeit in der Schule und an den Hausaufgaben. Das Zeitverbringen mit Freunden außerhalb der Institution Schule wird schwieriger. Hier anknüpfend, kann die Frage eingeworfen werden, ob das Medium Internet solch eine erweiterte Plattform, neben der „Offline- Welt“, zum Zusammentreffen von Peergroups bietet.

4 Analyse

Im zweiten Kapitel dieser Arbeit „Medien und Sozialisation“ wurde aufgezeigt, dass Medien eine bedeutende Sozialisationsinstanz darstellen. Medien sind multifunktional und weisen eben auch „soziale“ und „biographische und Ich- bezogene“ Funktionen auf, die zur Identitätsentwicklung beitragen (vgl. Vollbrecht 2003, S. 15). Medienangebote sind speziell auf Bedürfnisse im Jugendalter abgestimmt (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 19). Deshalb weisen sie für Jugendliche eine hohe Attraktivität auf, die sich u. a. in der ver-

mehrten Mediennutzung widerspiegelt. Hierbei kristallisiert sich das Medium Internet in der Nutzungsfrequenz als besonders relevant heraus. Außerdem wird es auch von Jugendlichen selbst als subjektiv sehr bedeutsam bewertet (vgl. JIM- Studie 2010, S.11/ S. 13). Wie im „Grundlagen- Teil“ der Arbeit herausgearbeitet wurde, fungiert die „subjektive Bedeutsamkeit“ als eine Art „Identitätsfilter“ (vgl. Haußer 1995, S. 25). Dies bedeutet zwar nicht, dass alle Inhalte, die das Internet bereitstellt, von Jugendlichen als wichtig empfunden werden, aber diese Grundeinstellung zu dem Medium bedingt dessen Wirkung. „Gerade das [Web 2.0, auch genannt] Social Web[,] erfüllt dabei, wie im Folgenden noch zu zeigen wird, zentrale Voraussetzungen, die für Jugendliche im Rahmen der Identitätsgenese von hoher Relevanz sind“ (Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 19). Dieses stellt Jugendlichen einen „Erfahrungsraum für selbstsozialisatorische Lebenserfahrungen“, jenseits jeglicher pädagogischer Kontrolle und Einschränkungen, bereit (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 19).

In dem vorliegenden „Analyse- Teil“ der Arbeit soll nun, anhand der erarbeiteten Grundlage, unter sozialisationstheoretischen Blickwinkel, Auswirkungen und Rolle des Webs 2.0 bei der Identitätsentwicklung von Jugendlichen analysiert werden.

4.1 Die Attraktivität des Webs 2.0 für Jugendliche

„Das Internet hat in den vergangenen Jahren [...] [durch] de[n] Ausba[u] der Breitbandversorgung sowie innovativer webbasierter Anwendungen einen erneuten Schub erhalten [...]“ (Schmidt 2010b, S. 163). Neuere Technologien ermöglichen jedem User, selbst erstellte Inhalte aller Art (Musik, Texte, Fotos etc.) für andere online zugänglich zu machen. So können Inhalte des World Wide Webs nicht nur rezipiert, sondern auch produziert werden. Der Begriff „Web 2.0“¹² dient in diesem Diskurs schließlich zur Beschreibung der soeben genannten interaktiven Elemente des WWW (vgl. Schmidt 2010b, S. 163). Die Web 2.0- Technologien, die diesen „erhöhten Interaktivitätsgrad“ bieten (vgl. von Bischoffinck/ Ceyp 2009, S. 109), können unter dem Terminus „Soziale Medien“ zusammengefasst werden. Der Begriff Soziale Medien weist diverse Definitionsansätze auf (vgl. Kabani/ Brogan 2010, S. 133). Es soll nichtsdestotrotz versucht werden, die Wesensmerkmale von Sozialen Medien zu erfassen. Hierfür liegt das Hauptaugenmerk zuerst einmal auf den beiden Wörtern „sozial“ und „Medi-

¹² Ausführliche Informationen zum Web 2.0 kann folgender Quelle entnommen werden: O'Reilly, Tim (2005): What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the next Generation of Software. URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>- Stand 19.05.2011.

en“, aus denen sich die Begrifflichkeit zusammensetzt. Die erste Frage, die sich dabei stellt, ist, was denn eigentlich sozial ist bzw. bedeutet. Im Duden heißt es heute, dass dasjenige/derjenige sozial ist, welches/welcher dem Allgemeinwohl dient (vgl. Duden 2009, S. 1000). Im Herder-Lexikon von 1854 wird dahingegen sozial als „gesellig“ und „verträglich“ definiert. Hier wird eine über die Jahre aufgetretene Bedeutungsverschiebung ersichtlich. Mit dieser setzt sich der Sozialphilosoph und Ökonom Friedrich A. von Hayek 1957 auseinander. Er verweist in seinem Vortrag „Was ist und was heißt sozial?“ auf die ursprüngliche Bedeutung von „sozial“ (vgl. Hank 2010, S. 44). „Ursprünglich bezeichnet das Soziale nichts anderes als eine Stammtischgemeinschaft, ‚jene Ordnung menschlicher Beziehungen, die spontan gewachsen sind‘“ (Hank 2010, S. 44). Die Bedeutungsverschiebung ist Hayek zufolge auf die zweite Hälfte des 19. Jhd. zurückzuführen, da dort eine inhaltliche, vor allem eine moralische Aufladung des Begriffs des Sozialen stattgefunden hat (vgl. Hank 2010, S. 44). „Das fängt an mit der ‚sozialen Frage‘, der Verantwortung für das Schicksal der Ärmsten der Armen, und endet bei der ‚sozialen Marktwirtschaft‘ und dem ‚sozialen Rechtsstaat‘“ (Hank 2010, S. 44). Daraus resultiert das heute vorwiegende Verständnis von „sozial“ als „[...] Leitstern, der alle guten Menschen in ihren Handlungen führen soll“ (ebd.). Der Terminus Medien wurde bereits skizziert (Kapitel 2). Als ein wesentliches Charakteristikum von Medien wurde hervorgehoben, dass diese zur „Vermittlung von Information und Kommunikation“ (Stöber 2003, S. 10) dienen. Kommunikation meint hier den „sozialen Umgang mit Informationen“ (ebd.). An dieser Stelle wird deutlich, dass die Begrifflichkeit Medien von ihrer Bedeutung her mit dem Wort „sozial“ verknüpft ist. Da jedoch nicht davon ausgegangen werden kann, dass Medien grundsätzlich zum Allgemeinwohl dienen, muss in diesem Zusammenhang, so wie es der Exkurs von Hank aufzeigt, „sozial“ in seinem ursprünglichen Sinne verstanden werden. Das Medium Internet eröffnet dem Menschen als „homo sociale animal“ (Seneca zit. n. Hank 2010, S. 44), sprich als soziales Wesen, mit bspw. „Sozialen Netzwerken“, eine „Art Stammtisch“, die als eine „soziale Gemeinschaft“ zu verstehen ist und damit die Geselligkeit fördert (vgl. Hank 2010, S. 44).

Soziale Medien werden nun oftmals als Sammelbegriff für sämtliche Technologien wie „Foren“, „Social Bookmarks“, „Online Communities“ oder „Wikis“ gefasst. Aufgrund des permanenten Zuwachses an Inhalten im WWW stellt sich solch eine Definition jedoch als schwierig heraus. Ständig gibt es neue „Websites“ und „Tools“, wodurch sich Soziale Medien anhand von einzelnen Technologien nachhaltig nicht allumfassend definieren lassen. Folglich erscheint eine allgemeiner formulierte Definition, welche eben die Wesensmerkmale Sozialer Medien fokussiert, als angebrachter. Soziale Medien schließen demnach jegliche Webseiten

oder Medien ein, die zur Kommunikation dienen (vgl. Kabani/ Brogan 2010, S. 133). Soziale Medien stellen Dialog- Medien dar. Sie bieten eine Plattform für Interaktion und interpersonale Beziehungen. Subjekte vernetzen sich in Communities, in denen sie dann wechselseitig aufeinander wirken. Online können somit Informationen ausgetauscht und neues Wissen angeeignet werden. Soziale Medien sind Web-basierte Anwendungen, die dem Nutzer erlauben, Inhalte in Form von Worten, Bildern, Videos und Audios zu erstellen und diese zu übertragen (Safko/ Brake 2009, S. 25). Sie ermöglichen „many-to-many-communication“, sprich mehrere Personen können zugleich miteinander interagieren. Diese Form der Kommunikation entspricht nicht der konventionellen Bedeutung von Medien. Im Gegensatz zu Sozialen Medien bieten „Klassische Medien“, wie das Telefon eine „one-to-one-communication“, d. h. ein Individuum kommuniziert lediglich mit einem anderen, oder wie der Fernseher „one-to-many-communication“. Der Fernseher repräsentiert damit ein „rezeptives Medium“, da hier keine Interaktivität vorliegt. Ein Sender kann eine Nachricht an viele Personen versenden. Umgekehrt ist dies aber nicht möglich (vgl. Petersen 2002, S. 80). Es ist deshalb diskussionswürdig, ob Soziale Medien überhaupt als Medien bezeichnet werden können. Zusammenfassend lässt sich nun festhalten, dass „any tool or service that uses the internet to facilitate conversations“¹³ mit der Bezeichnung Soziale Medien tituliert werden können. Kommunikation nimmt dabei stets den zentralen Stellenwert ein (vgl. Safko/ Brake 2009, S. 25). Im Gegensatz zu „direkt- personalen Kommunikation ermöglichen die Technologien, welche als Art „Hilfsmittel“ zur „medialen Kommunikation“ dienen, den Transfer und die Speicherung von Kommunikationsinhalten (vgl. Hoffmann 2003, S. 22). Folglich erlauben Soziale Medien eine „Trennung von Raum und Zeit im Kommunikationsprozess“ (Hoffmann 2003, S. 22).

Die Nutzung von „Web 2.0- Aktivitäten“ ist unter Jugendlichen inzwischen weit verbreitet (vgl. JIM- Studie 2008, S. 50). Das Web 2.0 ist vor allem für diese Altersgruppe sehr reizvoll. Dies lässt sich hauptsächlich dadurch erklären, dass dessen Dienste sich als hilfreich zur „Bewältigung altersspezifischer Entwicklungsaufgaben“ erweisen (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 27). „Analytisch lassen sich [dabei] die Komponenten des *Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements* [(Tabelle 6)] unterscheiden, die durch Anwendungen des Social Webs in spezifischer Weise unterstützt werden [...]“ (Schmidt 2010b, S. 164). Das Identitätsmanagement umfasst die Möglichkeit, sich bspw. auf Profilseiten selbst darzustellen und damit die über sich preisgegebenen Informationen für andere User zugänglich zu machen (vgl. Schmidt 2010b, S. 164). Dadurch kann sich aktiv und reflexiv mit u. a. dem eigenen Selbstkonzept, Lebensphilosophie, körperlicher Erscheinung, aber auch Eigen-

¹³ <http://www.briansolis.com/2010/01/defining-social-media-the-saga-continues> - Stand 26.05.2011.

präsentation auseinandergesetzt werden (Selbstaueinandersetzung) (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 27). Das Beziehungsmanagement meint Aktivitäten, die auf die Pflege von bereits bestehenden Kontakten oder das Knüpfen neuer zielen (vgl. Schmidt 2010b, S. 164). Das Web 2.0 bietet demzufolge auch Raum, der Entwicklungsaufgabe „Aufnahme und bewusste Gestaltung sozialer Freundschafts- und erster Liebesbeziehungen“ (Wegener 2008, S. 42) nachzugehen (Sozialauseinandersetzung) (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 27). „Informationsmanagement bezieht sich schließlich auf Aspekte des Filterns, Selektierens und Kanalisierens von Informationen aller Art [...]“ (Schmidt 2010b, S. 164). Im Sinne eine „Sachauseinandersetzung“ mit den bereitgestellten Inhalten im Netz kann sich neues Wissen angeeignet, reflektiert und organisiert werden (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 27). Anhand dieser kurzen Ausführung wird bereits die „Korrespondenz von den Entwicklungsaufgaben im Jugendalter und den Social- Web- Praktiken“ (Schmidt 2010b, S. 164) ersichtlich.

Entwicklungs- Aufgabe	Handlungs- komponente	Tätigkeiten	Beispiele
Selbst- auseinander- setzung	Identitäts- management	Zugänglich- Machen von Aspekten der eigenen Person	Ausfüllen einer Profilseite; Erstellen eines eigenen Podcasts; Hochladen eines selbst erstellten Videos
Sozial- auseinander- setzung	Beziehungs- management	Pflege bestehender und Knüpfen neuer Beziehungen	Eintrag auf der Pinnwand eines Kontakts; Aussprechen oder Annehmen von Kontaktgesuchen; Verlinken von Weblogeinträgen
Sach- auseinander- setzung	Informations- management	Selektieren, Filtern, Bewerten und Verwalten von Informationen	Bewerten eines Videos durch Punktevergabe; Abonnieren eines RSS-Feeds

Tabelle 6 "Korrespondenz von Entwicklungsaufgaben und Social- Web- Praktiken"
(Quelle: Schmidt 2010b, S. 164)

In welcher Art und Weise die drei genannten Komponenten des Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagements durch Web 2.0- Technologien unterstützt werden, in welcher Relation diese zueinander stehen bzw. wie sie aufeinander wirken, wird im weiteren Verlauf der Arbeit anhand von ausgewählten „Facetten der Nutzungspraktiken“ (Schmidt 2010b, S. 165) beleuchtet.

„Dass unter Jugendlichen die hohe Bedeutung des Freundeskreises [nun] auch Auswirkungen auf die Kommunikationsansprüche [im Internet] hat, ist naheliegend“ (Guth 2010, S. 15).

Dies zeigt die „inhaltliche Verteilung der Internetnutzung Jugendlicher“ (Abbildung 2) (JIM-Studie 2010, S. 29).

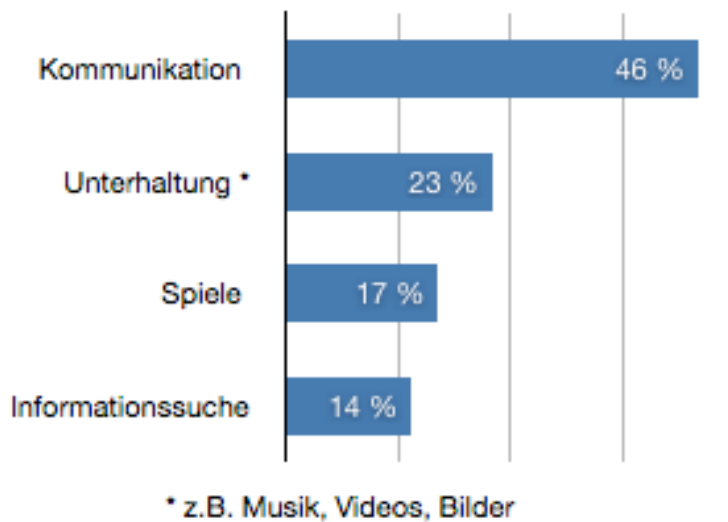


Abbildung 2 "Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung Jugendlicher" (Abbildung: selbst erstellt; Quelle: JIM- Studie 2010, S. 29)

Die Nutzung des Internets als Plattform für Kommunikation, um mit anderen in Verbindung zu bleiben, steht für Jugendliche hier an erster Stelle. Der Bereich „Kommunikation“ nimmt fast die Hälfte (46 %) ihrer Onlinezeit ein (vgl. JIM- Studie 2010, S. 28).

Bevorzugt wird hier vor allem die Nutzung von Sozialen Netzwerken (70%), wie „SchülerVZ“, „StudiVZ“ oder „Facebook“ (vgl. JIM- Studie 2010, S. 30). „Das Netzwerkkonzept [...] bezeichnet die Tatsache, dass Menschen mit anderen sozial verknüpft sind und vermittelt für dieses Faktum eine bildhafte Darstellungsmöglichkeit. Menschen werden als Knoten dargestellt, von denen Verbindungsbänder zu anderen Menschen laufen, die wiederum als Knoten symbolisiert sind“ (Keupp 1987, S. 11- 12). Menschen sind in einem Netzwerk entweder direkt oder indirekt miteinander verbunden (vgl. Keupp 1987, S. 12). Grundlage für die Verbindungen stellt das Medium Internet dar. Online- Communities gehören wie selbstverständlich zum Lebensalltag (vgl. JIM- Studie 2010, S. 30). Gut zwei Drittel (72 %) der Jugendlichen, die Soziale Netzwerke nutzen, sind dabei mindestens „regelmäßig in der Woche“ aktiv (vgl. Leven/ Quenzel/ Hurrelmann 2010, S. 105). Während Kinder bevorzugt das Internet verwenden, um „fertige Seiten“ aufzurufen oder spielen zu können, umfasst die favorisierte Online- Gewohnheit der Jugendlichen also, sich in ein oder mehrere von ihnen ausgewählte Soziale Netzwerke einzuloggen (vgl. Guth 2010, S. 15). Als „Gründe für die Präferenz der jeweiligen Community“ geben Jugendliche „in erster Linie die Größe bzw. die Etabliertheit des Netzwerks“ (62%) und „weil dort eben auch die Freunde präsent sind“ (59%) an (vgl. JIM-

Studie 2010, S. 43). Ein weiteres Auswahlkriterium, so Pilarczyk, scheinen das Profil und der Ruf der jeweiligen Plattform zu sein. Diese sind ausschlaggebend für das Publikum. Deshalb ziehen verschiedene Social Networks auch ein anderes Publikum an (vgl. Pilarczyk 2011). Pilarczyk charakterisiert die Unterschiede, exemplarisch an SchülerVZ und Jappy wie folgt: „Zur groben Orientierung kann man [...] sagen, dass SchülerVZ bislang noch das große Auffangbecken für alle Schülerinnen und Schüler bildet. [...] Das deutsche Social Network Jappy ist dagegen als eher freizügige Kontaktbörse verrufen“ (Pilarczyk 2011). Jugendliche scheinen über diese „unterschiedlichen Netzkulturen“ informiert zu sein. Sie melden sich dementsprechend dort an, wo sie vermuten bzw. wissen ihre Peergroup vorzufinden (vgl. Pilarczyk 2011).

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass ebenso wie bei der „offline Freizeitgestaltung“ auch in der Online- Welt die „zunehmende Außenorientierung der Jugendlichen auf dem Weg zum Erwachsenwerden“ (JIM- Studie 2010, S. 10) erkennbar ist. So steht auch hier, mit der Nutzung von „Online- Communities“, das Treffen mit Freunden im Vordergrund. Die JIM- Studie 2010 zeigt, dass das Internet „seine höchste Wichtigkeit“ dann entfaltet, wenn Jugendliche alleine zu Hause sind (vgl. JIM- Studie 2010, S. 60). Auch den Angaben der Jugendlichen zufolge, die besagen, dass sie fast alle ihrer „Freunde“ aus den Sozialen Netzwerken persönlich kennen (ebd., S. 43), kann davon ausgegangen werden, dass das Netz hauptsächlich zur „unmittelbaren Realitätsverlängerung [bereits bestehender] sozialer Beziehungen“ (Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 19) dient. Das Web 2.0 bietet damit einen „weiteren Kanal“ zum Pflegen von sozialen Beziehungen aus Schule oder Freizeit (Schmidt 2010b, S. 163).

4.2 Identität und Selbstdarstellung im Web 2.0

Der Markt der „Online- Communities“ zeigt einen eindeutigen Trend auf, wenn es um die Wahl der Jugendlichen für ein spezielles Netzwerk geht. Jeder zweite (53 %) der 12- bis 19- Jährigen nutzt die Plattform „schülerVZ“. Damit behauptet sich diese 2010, nach wie vor, zwar als Marktführer, verzeichnet allerdings im Vergleich zum vorherigen Jahr (2009: 59 %) leichte Verluste (vgl. JIM- Studie 2010, S. 42). „Einen kometenhaften Anstieg [dahingegen] verzeichnet [...] die Plattform ‚Facebook‘: Gaben 2009 gerade einmal sechs Prozent der Jugendlichen an, dieses Angebot zu nutzen, hat sich dieser Anteil 2010 auf 37 Prozent erhöht“ (JIM- Studie 2010, S. 42). Den enormen Zulauf, der kostenfreien Internet- Kommunikationsplattform, der nicht nur auf der vermehrten Facebook- Registrierung Jugendlicher beruht, er-

klärt Schröder folgendermaßen: Während andere Netzwerke für spezielle Ziel- und Altersgruppen mit dementsprechendem Status Schüler, Student etc. werben, spricht Facebook alle von jung bis alt an (vgl. Schröder 2011). Ausgenommen hierbei sind die Unter- 13- Jährigen, die sich, zumindest offiziell, nicht anmelden dürfen¹⁴. Schröder geht jedoch davon aus, dass „es [...] nur eine Frage der Zeit [ist], bis Facebook- Boss Marc Zuckerberg¹⁵ auch die Kleinen in sein Netzwerk holt“ (Schröder 2011). Nach eigenen Angaben hat Facebook weltweit 500 Millionen aktive Nutzer¹⁶. Davon sind fast 19 Millionen aus Deutschland und fast 3,3 Millionen gehören zur Altersgruppe der 13- bis 17- Jährigen (vgl. Roth/ Wiese 2011). Der „Facebook- Hype“ ist in diesen Monaten, so Schröder, endgültig nach Deutschland herübergeschwappt (vgl. Schröder 2011). Aufgrund der Größe und Etabliertheit des Netzwerkes erklärt sich, so wie die JIM- Studie 2010 zeigt, auch der Anstieg an Jugendlichen, die sich bei der Plattform registrieren (vgl. JIM- Studie 2010, S. 43). Das vermehrte Registrieren und Nutzen des Netzwerkes (das gilt für andere Plattformen ebenso) kann unter Umständen aber auch als „soziale Verpflichtung“ verstanden werden. Ganz nach dem Motto: Meine Freunde bzw. Gleichaltrigengruppe nutzen Facebook und um nichts zu verpassen, muss ich dort auch präsent sein (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 222). Mit dem Slogan „*Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen*“¹⁸, wirbt das Netzwerk für sich. Um mit anderen Personen in Verbindung treten zu können, muss, wie erläutert, stets die eigene Identität geäußert werden (vgl. Misoch 2004, S. 201). Es muss sich also selbst dargestellt werden und dies gilt gleichermaßen für On- und Offlinewelt. Selbstdarstellung wird vor allem dann notwendig, wenn sich in der Öffentlichkeit präsentiert wird (vgl. Goffman 2009, S. 54), und wo kann das Publikum schon größer sein als im WWW? Aufgrund des Booms der Netzwerkplattform Facebook wird diese im weiteren Verlauf als Exempel zur Beleuchtung von „Identität und Selbstdarstellung im Web 2.0“ fokussiert. Facebook stellt diverse Darstellungsmöglichkeiten zur Verfügung, die im Rahmen dieser Arbeit nicht alle ausgeführt werden können. Deshalb wird sich im nächsten Abschnitt auf ausgewählte Funktionen beschränkt.

¹⁴ vgl. <http://www.facebook.com/terms.php>- Stand 01.06.2011.

¹⁵ Marc Zuckerberg gründete 2004 die Plattform „Facebook“ mit Hauptsitz im kalifornischen Palo Alto (vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>- Stand 01.06.2011).

¹⁶ vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>- Stand 01.06.2011.

¹⁸ <http://de-de.facebook.com/>- Stand 29.05.2011.

4.2.1 Darstellungsstrukturen und- praktiken

Der erste Schritt, um mit anderen Usern online in Kontakt zu treten, stellt das Anlegen einer eigenen Profilseite dar. Hierfür muss sich bei der entsprechenden Plattform registriert werden. Welche Aspekte der eigenen Person bei der Profilerstellung anzugeben sind, ist von dem jeweiligen Anbieter abhängig (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 69). Im Fall von Facebook umfassen die notwendigen Registrierungsdaten Vorname, Nachname, E- Mail Adresse (diese muss gültig sein), Geschlecht und Geburtstag¹⁹. Mit der Angabe des Geburtsjahrs kann Facebook erschließen, ob der angehende User der Altersbestimmung (ab 13 Jahren) für die Nutzung entspricht. Ist dies nicht der Fall, wird eine Registrierung seitens des Betreibers abgelehnt. Mit der Registrierung wird dem Nutzer automatisch mitunter eine Profilseite (Abbildung 3) angelegt. Auf dieser erscheinen dann unmittelbar die zur Anmeldung eingegebenen Daten. Die Profilseiten auf Netzwerkplattformen sind „zentrales Element“ (Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 69). Sie fungieren als „Knotenpunkte für Identitäts- und Beziehungsmanagement“ (ebd.). Auf ihnen kann sich selbst präsentiert, „kommunikativen Aktivitäten“ nachgegangen und mit anderen Personen ausgetauscht werden (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 69). Die Profilseite stellt bei Facebook eine „Hauptebene“ dar. Für das Identitätsmanagement stellt Facebook dann eine Profilmasken zur Verfügung, welche „Kategorien für die *Selbstdarstellung*“ vorschlägt. Das Identitätsmanagement eines Nutzers wird demnach stets vom Anbieter vorstrukturiert, in dem dieser entsprechende Vorgaben für die Profilmasken im Software- Code niederlegt (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 69).

¹⁹ vgl. <http://de-de.facebook.com/>- Stand 29.05.2011.



Abbildung 3 "Profilseite Facebook" (Adam, Julia - Eingerichtetes Profil zur Veranschaulichung der Darstellungsstruktur bei <http://de-de.facebook.com> - Stand 29.05.2011)

„Der Name Facebook²⁰ bezieht sich bereits auf die Bildebene als Kommunikationsgrundlage. [...] Bilder als ein Medium zur Selbstdarstellung sind Teil der kommunikativen Praxis“ (Richard/ Grünwald/ Recht/ Metz 2010, S. 85). Hierbei muss zwischen verschiedenen Bildern differenziert werden. Zum einen kann der User ein Profilbild hochladen oder auch eigene Fotoalben mit beschreibendem Titel erstellen (Einloggen bei Facebook → Profil → Fotos → Fotos hochladen). Des Weiteren besteht aber auch für „Freunde“ des Users die Möglichkeit, diesen in deren Alben namentlich (Nutzername) zu markieren. Mit der Markierung geht eine direkte Verlinkung des Bildes mit dem Profil der abgebildeten Person einher. Zudem erscheint das verlinkte Bild auf dessen Profilseite. Mit einer Software, die nun auch bei allen Facebook-Mitgliedern in Deutschland aktiviert ist, muss ein Profilinhaber nicht länger selbst, Fotos nach zu verlinkenden „Freunden“ durchsuchen. Ein automatisches „Gesichtserkennungs- Programm“ fordert die Freunde des Abgebildeten zur Verlinkung auf (vgl. Wolter 2011). Aufgrund solcher Funktionen kann bei Sozialen Netzwerken nicht nur die Rede von Selbstdarstellung sein, sondern es muss ebenso Beachtung finden, dass nicht selbstgenerierte Inhalte den

²⁰ „Ursprünglich bezeichnet Facebook ein Buch, welches Studenten zur Orientierung auf dem Campus dient und in welchem Portraits anderer Kommilitonen enthalten sind“ (Richard/ Grünwald/ Recht/ Metz 2010, S. 85).

Profilinhaber darstellen. Sie werden in dieser Arbeit als *Freundesdarstellung*²¹ bezeichnet. Eine Auseinandersetzung mit freundesgenerierten Inhalten wird, gerade auch mit solch erneuerten Funktionen, wie der „Gesichtserkennung“, zunehmend relevant. Der vom Betreiber ausgehende Vorschlag zur Verlinkung kann zwar abgelehnt werden, die „Bereitschaft der Mitglieder, vom System vormarkierte Bilder freizuschalten[, wird, Wolter zufolge,] aber größer sein, als wenn man jeden Freund manuell markieren muss“ (Wolter 2011). Nun wurden schon mehrfach die „Freunde“ eines Facebook- Nutzers erwähnt. Was genau beinhaltet jedoch solch eine Freundschaft? Als Freunde werden diejenigen kategorisiert, mit denen sich der Nutzer direkt vernetzt. Um mit jemanden befreundet zu sein, kann jeder Nutzer, im Sinne des Informationsmanagements, sich selbst auf die Suche nach Freunden begeben und „Freundschaftseinladungen“ verschicken (Einloggen bei Facebook → das Profil eines (zukünftigen) Freundes besuchen → auf den Button „+1 Als FreundIn hinzufügen“ drücken). Ein Profilinhaber kann also selbst „Freunde“ suchen oder Einladungen erhalten. Bevor eine Freundschaft auf der Profilseite angezeigt wird, muss diese bestätigt werden. Die „Artikulation sozialer Beziehungen und Netzwerke setzt [damit] [...] Reziprozität voraus [...]“ (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 73).

Die Option, Freundschaften abzulehnen, ist auch gegeben. Alle bestätigten Kontakte werden als „Freunde“ definiert. Dass es sich bei den durchschnittlich 130 Freunden (vgl. Roth/ Wiese 2011), die jeder Facebook- Nutzer aufweist, nicht ausschließlich um „echte Freunde“ handeln kann, erklärt sich von alleine. „Die Facebook-,Freundschaft’ hat mit vormodernen Vorstellungen von intimen, aber nicht sexuellen Beziehungen innerhalb eines überschaubaren Personenkreises nur noch teilweise zu tun“ (di Blasi 2011). Klopp spricht hier von einer „Inflation und Entwertung des [...] Freundschaftsbegriffs“ (Klopp 2009). Der Freundschaftsbegriff, der Verwendung in Sozialen Netzwerken findet, bedingt einer neuen Definition. Freunde sind hier erstmal eben alle, die seitens des Nutzers bestätigt werden. „So manch einer mag bei den ersten Online- Freundschaften auf Facebook noch ein seltsames Gefühl beschlichen haben – zu einem ‚wir sind befreundet’ gehörte doch einmal mehr, als nur auf drei Knöpfe gedrückt zu haben. Und mit den meisten Menschen würde man im wahren Leben noch nicht einmal einen Kaffee trinken gehen, zeigt ihnen aber plötzlich seine privaten Urlaubsfotos“ (Klopp 2009). Freunde in Online- Communities sind häufig nicht nur „echte Freunde“, sondern auch „alte Klassenkameraden“, Verwandte oder ferne Bekannte, bei deren Anfragen die meisten Nutzer „automatisch auf Bestätigen“ drücken (vgl. Serrao 2009). Wie erklärt man aber auch beim

²¹ Der Begriff *Freundesdarstellung* umfasst alle nicht selbstgenerierten Inhalte, d. h. alle Inhalte, die nicht von Facebook kommen (Werbung etc.) und freundesgenerierten Inhalte.

nächsten Zusammentreffen bspw. mit der Mutter seines besten Freundes, dass es einem nicht Recht ist, dass diese die Inhalte der eigenen Profilseite, wie Bilder von der letzten Party, einsehen kann? Oder erst dem eigenen Lehrer? „Gerade weil Verbindungen an einem Ort wie Facebook so unverbindlich sind und Karteileichen nicht riechen, ist die Erklärungsnot [Serrao zufolge, so] groß, wenn das Kappen der Freundschaft doch bemerkt wird“ (Serrao 2009). Die Liste der bestehenden Freundschaften, die zugleich auch die Anzahl der Kontakte anzeigt, ist auf der Profilebene von Facebook ersichtlich. Um die Kontakte und sozialen Beziehungen, die im Netzwerk eben nicht ausschließlich auf Freundschaft beruhen, zu klassifizieren, kann der Nutzer eigen betitelte Kategorien, wie „Beste Freunde“, „Klassenkameraden“ etc. anlegen (Einloggen bei Facebook → Profil → Profil bearbeiten → Hervorgehobene Personen → Neue Liste erstellen). Die sozialen Beziehungen können mit dieser Funktion also explizit gemacht werden (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 73). Für die Klassifizierung bedarf es keine Bestätigung der Kontakte. Ausgenommen ist hierbei die Funktion einen Verwandtschaftsgrad anzugeben, bei welcher bspw. der Cousin zustimmen muss. Bei Nicht- Zustimmung wird der Verwandtschaftsgrad jedoch trotzdem auf der Profilseite von demjenigen, der die Anfrage stellt, angezeigt. Einziger Unterschied zur bestätigten Form ist, dass der Verwandte nicht direkt verlinkt ist. Somit kann ein Facebook- Nutzer ohne Einverständniserklärung seiner Kontakte also dem Betreiber und anderen Usern seine sozialen Beziehungen mit unterschiedlichem Intensitätsgrad preisgeben. Er kann sich in dieser Form durch Zugehörigkeiten selbst definieren und darstellen. Legen Freunde solch ein Kategoriensystem an, wird der User wiederum freundesdargestellt. Da diese Einteilung und deren Beschriftungen ohne jegliche Vorschrift vorgenommen werden kann, sind auch andere Klassifizierungen vorstellbar. Unterscheidet ein Profilinhaber bspw. seine Freunde nach dazugehörigem Wohnort, veröffentlicht dieser weitere private Details über sie.

„Der Umstand, in der Nutzung von Social- Web Anwendungen soziale Beziehungen artikulieren zu können bzw. zu müssen, ist[, so Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink] eine wichtige Voraussetzung für die Regulierung von Interaktionen in den entstehenden sozialen Räumen [...]“ (Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 73). Hierbei ist zum einen die interne Chatfunktion von Facebook zu nennen, in der sich anhand der angelegten Kategorien das Angebot zur Kommunikation einschränken lässt (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 73). Je nach Kategorie kann entschieden werden, ob sich der Profilinhaber bspw. seinen „Besten Freunden“ als online zeigt und sich gleichzeitig bei seinen „Schulkameraden“ als offline ausgibt. Die Möglichkeit bestimmte Inhalte nur für ausgewählte Personen zugänglich zu machen, besteht auch für andere Funktionen. Die „Privatsphäre- Einstellungen“ (Ab-

bildung 4) bieten hierfür verschiedene Varianten. So kann der Profilinhaber über die Zugangsberechtigung zu Inhalten, wie z. B. „Fotos und Videos, in denen du markiert wurdest“ oder Angaben zur Familie entscheiden. Inhalte können für ausschließlich „Freunde“ oder zusätzlich für „Freunde von Freunden“ oder auch für „Alle“ sichtbar und damit teilbar gemacht werden. Außerdem können „benutzerdefiniert“, Inhalte für ausgewählte Personen, entweder einzelne Freunde oder „Kategorien“, verborgen bleiben (Einloggen bei Facebook → Konto → Privatsphäre- Einstellungen → Benutzerdefinierte Einstellungen).

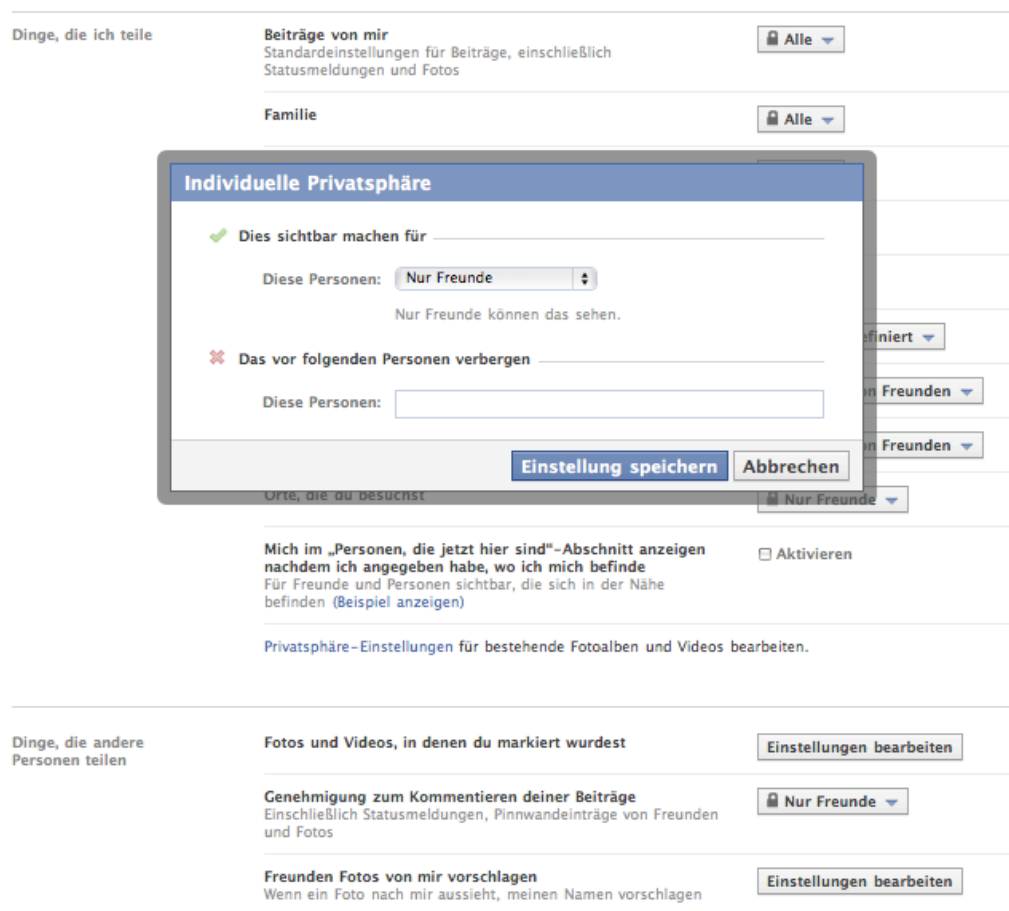


Abbildung 4 "Privatsphäre- Einstellungen Facebook" (Adam, Julia - Eingerichtetes Profil zur Veranschaulichung der Privatsphäre- Einstellungen bei <http://de-de.facebook.com> - Stand 29.05.2011)

Für Unter- 18- Jährige existieren besondere „Privatsphäre- Regelungen“. Sie können Inhalte nicht für „Alle“ Facebook- User zugänglich machen. Des Weiteren kann das Facebook- Profil von Minderjährigen nicht mithilfe von Suchmaschinen, wie Google, recherchiert werden. Für alle Über- 18- Jährigen, solange diese Funktion nicht deaktiviert wurde, ist das Profil, auf dem zumindest immer Profilbild und Nutzernamen sichtbar ist, durch Suchmaschinen auffindbar²².

²² vgl. <http://www.facebook.com/help/?faq=232979830050743> - Stand 08.06.2011.

Der Datenschutz von Facebook stößt trotz der genannten Einstellungsmöglichkeiten immer wieder auf Kritik. Dies liegt unter anderem daran, dass er Lücken²³ aufweist und die User über z. B. neue Anwendungen wie die „Gesichtserkennung“ oder auch die „umgehende Personalisierung“ (4.2.2) nicht informiert, diese aber nach Standardeinstellungen aktiviert sind (vgl. Wolter 2011). Die sogenannten „Privacy Optionen“ sind für die Profilinehaber nicht unbedingt leicht erschließbar. Nichtsdestotrotz lässt sich ein „erfreulicher Trend“ in Bezug auf die Altersgruppe der 12- bis 19- Jährigen feststellen (vgl. JIM- Studie 2010, S. 45). „2010 geben zwei Drittel der Nutzer von Online- Communities an, von diesen Einschränkungsmöglichkeiten Gebrauch zu machen – im Vorjahr war es nur knapp die Hälfte“ (JIM- Studie 2010, S. 45).

Neben dem Hochladen eines Profilbildes oder anderen Bildern bestehen nun diverse weitere Möglichkeiten zur Selbstdarstellung. Es können u. a. Informationen über die eigene Ausbildung, eigene Interessen, Musikgeschmack, Vorlieben für Bücher, Filme und Fernsehsendungen, Wohnort, alternative Kontaktmöglichkeiten oder Beziehungsstatus angegeben werden. Dabei ist der User zumeist nicht von vorgegebenen Auswahlmöglichkeiten (Ausnahme ist z. B. Beziehungsstatus) abhängig. Die Eingabe jeglicher Informationen ist damit frei wählbar (Einloggen bei Facebook → Profil → Profil bearbeiten). Facebook weist derzeit über 900 Millionen „Interaktionsobjekte“ (Profilseiten, Gruppen, Veranstaltungen etc.) vor²⁴. Gibt ein Profilinehaber eine favorisierte Musikband an, die selbst mit eigenem Profil in Facebook präsent ist, so wird diese direkt auf der Seite des Fans verlinkt. Das „Verlinkungs- Prinzip“ wird grundsätzlich wirksam, sobald ein Profilbesitzer „Fan“ von einer Seite oder Gruppe wird. Dafür muss er lediglich den „Gefällt mir“- Button drücken. Je nach dem, ob es sich dabei um Aktivitäten, Interessen oder Bücher handelt, werden diese auf der Profilseite der entsprechenden Kategorie zugeordnet. „I hate homework“²⁵ oder „I love Music“²⁶ sind Exempel für Gruppen, die zur Selbstdarstellung dienen. Gibt ein Nutzer u. a. seine Schule auf der eigenen Profilseite an, wird ihm die Option „mit wem“ angeboten (Einloggen bei Facebook → Profil → Profil bearbeiten → Ausbildung und Arbeit). Der Nutzer kann einen oder mehrere Freunde angeben, die verlinkt werden. Auf den Profilen der verlinkten Freunde erscheint dann ebenfalls die Informationen über Schule und Klassenkameraden. Sie können die Angabe zur Schu-

²³ „Eine Schwachstelle des Datenschutzes kann sein, dass Freunde eines Users, der von einem anderen User auf einem Bild verlinkt wurde, das Fotoalbum dieses Fremdusers einsehen können, ohne mit ihm befreundet zu sein“ (Richard/ Grünwald/ Recht/ Metz 2010, S. 86).

²⁴ vgl. <https://www.facebook.com/press/info.php?statistics> - Stand 08.06.2011.

²⁵ <http://www.facebook.com/pages/I-hate-homework/94982870540> - Stand 08.06.2011.

²⁶ <http://www.facebook.com/pages/I-Love-Music/62584727474> - Stand 08.06.2011.

le zwar „wegklicken“, beim Freund bleibt sie allerdings weiterhin sichtbar. Das auf der Profilseite angelegte Feld „Über mich“ bietet eine weitere „Fläche“ (Textfeld) zur Veröffentlichung von Informationen über die eigene Person (Einloggen bei Facebook → Profil → Profil bearbeiten → Allgemeine Informationen).

Alle bislang genannten Darstellungsstrukturen umfassen „statische Elemente“, die zwar auch Veränderungen und Entwicklungen durchlaufen, jedoch zum Großteil für einen gewissen Zeitraum, Bestandteil der Profilseite bleiben (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 221). „Neben diesem Steckbrief mit persönlichen Informationen oder Daten [...] können Profilseiten noch weitere Informationen enthalten. Diese können einerseits auf Aktionen des Profilinhabers zurückgehen, andererseits aber auch von anderen Nutzern [bzw. Freunden] erstellt werden“ (Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 71). Um mit anderen Usern über die Plattform kommunizieren zu können, stellt Facebook neben der internen Chatfunktion auch einen Nachrichtendienst und jedem User eine sogenannte „Pinnwand“ zur Verfügung. Im Gegensatz zu Chat- und Nachrichtenverläufe sind Pinnwandeinträge (je nach Privatsphäre- Einstellungen) für alle Freunde einsehbar. Auf der Pinnwand kann der Profilinhaber zum einem selbst Status und Inhalte „posten“. Hierzu ist ein Feld „Was machst du gerade?“ vorstrukturiert. Momentanes Empfinden, Gedanken uvm. kann zum Ausdruck gebracht werden. Ferner „lassen sich inzwischen auch Vorgänge von außerhalb der Plattform in das Profil einbinden“ (ebd.). Ein Beispiel hierfür sind Musikvideos von YouTube. Wie viele andere Websites (u. a. mtv.de; stern.de) stellt diese einen sogenannten „Social Plugin“²⁷- Button bereit. Drückt ein Profilinhaber auf diesen, wird das angehörte Musikvideo in die Profilseite eingebettet. Musikvideos, Links, Bilder usw. können auch auf die Pinnwand von Freunden gepostet werden. Somit fungiert nicht nur die eigene Profilseite als „Bühne für Selbstpräsentation“ (Misoch 2004, S. 111), sondern auch die der Freunde, Gruppen und Fanpages. Auf den Pinnwänden der Freunde wird sich nicht nur selbst, sondern es können auch Informationen über den Freund dargestellt werden. Hat ein Profilbesitzer bspw. Wohnort und „echten Namen“ bewusst nicht auf dem Profil hinzugefügt, können Freunde diese durch Posts verraten. Zusätzlich können auch via Handy Angaben über den momentanen Aufenthaltsort veröffentlicht werden. In jegliche Posts lassen sich dabei wiederum Freunde markieren und verlinken (z. B. Person A ist mit Person B an Ort C)²⁸. „Aufgrund der Struktur der Seite ist es [grundsätzlich] [...] möglich, Schlüsse über jemanden zu ziehen, die er so nicht beabsichtigt hatte. Allein die als Freunde bezeichneten Mitglieder können [auch] durch ihre Interessen bei-

²⁷ <http://developers.facebook.com/docs/guides/web/> - Stand 10.06.2011.

²⁸ vgl. http://www.facebook.com/note.php?note_id=163354990344014&id=197589525931&ref=mf - Stand 12.06.2011.

spielsweise nahelegen, dass jemand homosexuell ist, auch wenn er selbst das nicht in seinem Profil angibt. Der hohe Vernetzungsgrad und die vielen verfügbaren Informationen machen es möglich, statistische Wahrscheinlichkeiten zu berechnen und so neue Schlüsse zu ziehen“ (Herbold 2011).

Alle Statements auf den Pinnwänden sind mit Kommentar- Funktionen versehen. Jeder User kann sich mit den bereitgestellten Inhalten der Freunde auseinandersetzen und dann eigene Meinungen oder Sichtweisen zu den Inhalten äußern (Informationsmanagement). „[W]er keinen Kommentar schreiben, sich aber trotzdem positiv äußern will, hat die Möglichkeit, den Button [„Gefällt mir“] [...] anzuklicken. Unter dem [...] Post erscheint dann ein Icon, welches eine Hand mit einem empor gestreckten Daumen zeigt“ (Richard/ Grünwald/ Recht/ Metz 2010, S. 87). Wie beschrieben sind schließlich alle Aktivitäten eines Nutzers auf dessen Profilseite angezeigt. Um die Aktivitäten eines Freundes nachzuvollziehen, muss ein User jedoch nicht dessen Profil durchstöbern. Für einen Überblick über die Aktivitäten aller Freunde stellt Facebook jedem Nutzer neben der Profilseite eine zweite übergeordnete Ebene, die „Startseite“ (englische Version „Home“) bereit (Abbildung 5). „Die Home- Seite zeigt die aktuellen Posts der anderen User und eigene, geordnet nach Einstellungszeit. Sie ist ständiger Veränderung unterworfen und als Haupt- Kommunikationsebene zu sehen, ihre Darstellung folgt chronologischer Struktur [...]“ (ebd., S. 86). Somit kann jeder Nutzer nicht nur nachvollziehen, was seine Freunde, sondern auch wann sie etwas machen bzw. gemacht haben. Das Geschriebene steht dabei in direkter Verbindung mit dem Profilbild und Usernamen (vgl. Richard/ Grünwald/ Recht/ Metz 2010, S. 87). Die Startseite beinhaltet somit eine „sich beständig wandelnde Momentaufnahme“ der Aktivitäten, Gefühlszustände und Meinungen von Freunden (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 221).

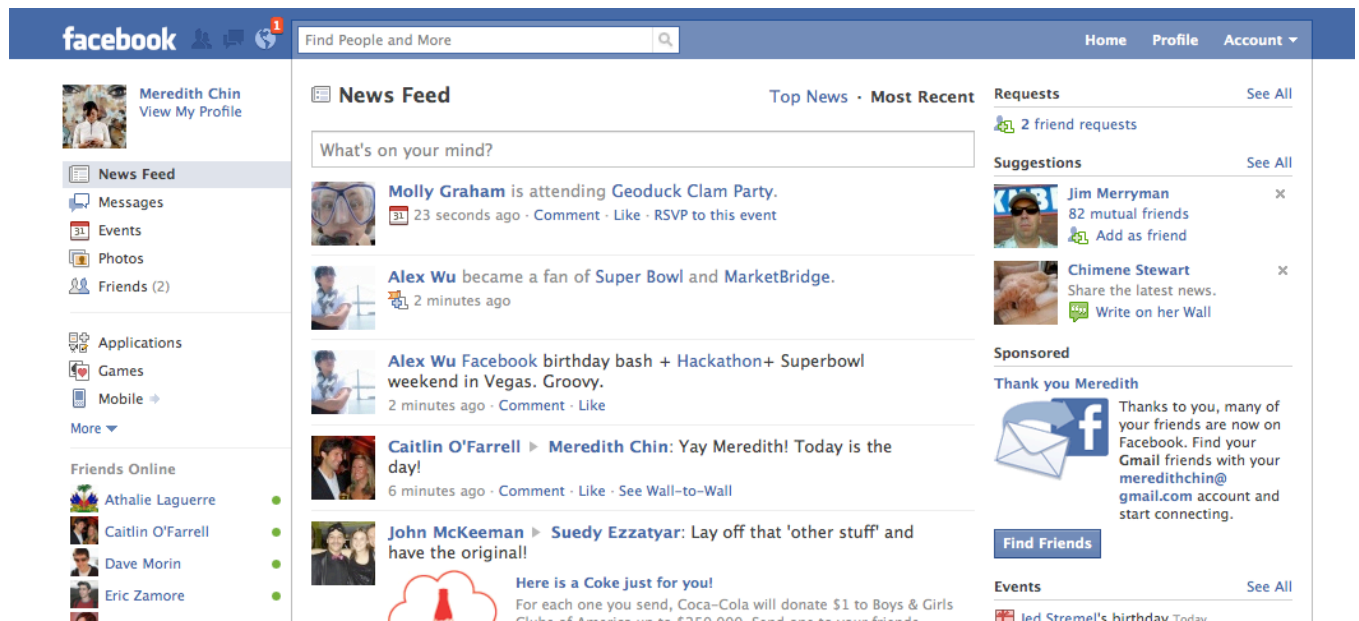


Abbildung 5 "Home- Seite Facebook"

(Quelle: http://creative.ak.fbcdn.net/ads3/creative/pressroom/jpg/n_1265831219_HomePage.jpg - Stand 10.06.2011)

„Für externe Beobachter erscheint [...] das Offenlegen [...] [all dieser] persönliche[n] Merkmale [...] als Preisgeben der eigenen Privatsphäre. Dieses Verhalten ist jedoch aus der kommunikativen Situation heraus nachvollziehbar: Nur durch das Ausfüllen eines eigenen Profils können Jugendliche an der Nutzergemeinschaft teilhaben, sich ihrer eigenen Identität und ihres Status innerhalb des Geflechts der online abgebildeten erweiterten Peergroup bewusst werden und die Möglichkeit der Kommunikation mit den eigenen Freunden und Bekannten eröffnen“ (Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2010, S. 221). Das alleinige Registrieren bei einem Sozialen Netzwerk schafft noch keine Existenz. Erst wenn der Nutzer sich aktiv durch das Erstellen und Kommentieren von Inhalten in den Informationsfluss einordnet, wird er wahrgenommen. Auch in der Online- Welt sind damit die pluralistischen Prinzipien der Postmoderne, die von einem Individuum fordern, sich aktiv einzubetten, erkennbar. Grundsätzlich kann Kommunikation und ein Aushandlungsprozess der eigenen Identität nur dann stattfinden, wenn Statements auch gehört und kommentiert werden (vgl. Richard/ Grünwald/ Recht/ Metz 2010, S. 92).

Jedes Nutzerprofil beinhaltet freundesgenerierte und selbstgenerierte Darstellungselemente. Zu den selbstgenerierten gehört u. a. das Anlegen eines Art Steckbriefes. Mit der Eingabe von ausgewählte Interessen, Musikgeschmack etc., wird sich bewusst darstellt. Wie an der Plattform Facebook veranschaulicht, werden hierbei Kategorien zur Darstellung vorstrukturiert. Diese spiegeln verschiedene Teilidentitäten einer Person, wie die kulturelle und berufliche

wieder. Um sich im kommunikativen Prozess selbst darstellen, muss der User die normalerweise akustisch und visuell wahrnehmbaren Zeichen explizit verbalisieren. Eine andere Variante stellt das Uploaden von selbstgedrehten Videos dar. Das Verbalisieren geschieht z. B. durch kurze Stichworte und Abkürzungen, wie *smile* oder Emoticons und Smileys (vgl. Bahl 1997, S. 75). Bei dieser computergestützten Kommunikation kommunizieren Sender und Empfänger nie direkt miteinander. Keine personalen Sinnesdaten können also unvermittelt ausgestrahlt oder empfangen werden. Alle Zeichen müssen vom Sender reflektiert, bewusst eingegeben und versendet werden (vgl. Misoch 2004, S. 130). Damit kann, nun unbeachtet der freundesgenerierten Inhalte, ein User ein von ihm erwünschtes Erscheinungsbild hinterlassen. Nur diese auf den Bildschirm übertragenen Zeichen können von den Interagierenden rezipiert werden. Auf dieser Interaktionsebene bleibt also die Übermittlung unbewusst gegebener Zeichen wie Stottern oder Erröten aus (vgl. Misoch 2004, S. 118). Auch ermöglicht die mediale Kommunikation, im Gegensatz zum Face- to- Face- Kontakt, stigmatisierende Merkmale wie Übergewicht zu verbergen (vgl. Bahl 1997, S. 72), allerdings nur dann, wenn die Freunde aus dem „Real Life“ nicht auch die Netzwerk- Freunde umfassen. Ein Profilbild ist keine Pflicht und das Fotomotiv frei wählbar. So kann der Nutzer bspw. sich auch mit einem „fotografierten Stellvertreter“ bzw. einem „Foto Pseudonym“ oder „Visonym“ darstellen. Hierzu gehören Stars oder Prominente, aber auch Comic- Figuren oder „gezeichnete computergraphische Avatare“ (vgl. Richard/ Grünwald/ Recht/ Metz 2010, S. 48). Das Internet erlaubt die Entkopplung von Körper und Person. Diese „Unsichtbarkeit“ bringt Verhaltensspielräume für einen Identitätswechsel und Manipulation (vgl. Bahl 1997, S. 129). Wie das selbst angelegte Profil (Abbildung 3) zur Veranschaulichung der Darstellungsstrukturen zeigt, kann jeder problemlos sich eine neue E-mail Adresse anlegen und sich dann mit falschen Angaben ein Profil erstellen. Damit wird auch deutlich, dass die Altersbeschränkung für Facebook leicht zu umgehen ist. Folglich muss davon ausgegangen werden, dass auch Unter- 13- Jährige auf der Plattform aktiv sind. Die Möglichkeit zur *experimentellen Selbstdarstellung* im Internet nimmt im Rahmen der „Multiplizitätstheorie“ postmoderner Theoretiker einen zentralen Stellenwert ein. Um eine multiple Identität herzustellen, ist es ihnen zufolge für die Identitätsarbeit notwendig „mehrere, oftmals divergent[e] Identitäten“ aufzubauen (vgl. Misoch 2004, S. 109). Und das Internet eröffnet eine Plattform dafür. Das Internet bietet neben dem geographischen Raum in der Offline- Welt einen „virtuellen Raum“ (vgl. Bahl 1997, S. 54). Hier „kann sich der einzelne parallel in verschiedenen Welten zugleich befinden“ (Bahl 1997, S. 54) und dort seine je eigene Identität kreieren. Hierfür muss ein Nutzer sich lediglich verschiedene Accounts in einem oder mehreren Sozialen Netzwerken anlegen. Die Möglich-

keit zum Erstellen von „Fake- Profilen“ birgt jedoch auch Gefahren. Die befragten Jugendlichen der JIM- Studie geben zwar an, ihre Kontakte überwiegend persönlich zu kennen, dies bedeutet aber zugleich, dass sie nicht alle bereits aus der Offline- Welt kennen (vgl. JIM- Studie 2010, S. 43). Bei eventuell anstehenden persönlichen Treffen muss das Gegenüber nicht denjenigen repräsentieren, als den er sich online ausgibt. Auch schon online besteht die Gefahr, aufgrund der vermeintlichen Unsichtbarkeit, dass es zu sexuellen Belästigungen, aggressiven Verhalten o. ä. kommt (vgl. Bahl 1997, S. 74). Das Experimentieren mit Identitäten im Netz wird jedoch durch Funktionen wie die Gesichtserkennung bei Facebook zunehmend schwieriger. „Bisher waren User im Netz zweidimensionale Wesen, bestehend aus Zahlen, Wörtern und Grafiken. [...] Am Anfang war die Zahlenfolge - vier Nummern und drei Punkte, die sich scheinbar wahllos immer wieder neu gruppieren. Diese sogenannten IP- Adressen sind seit Mitte der siebziger Jahre[, Kreye zufolge,] so etwas wie die Urzelle des digitalen Menschen. [...] Bisher konnte sich der Facebook- Nutzer aus Grafiken und Neigungsbekundungen seine Persönlichkeit nach Wunsch gestalten“ (Kreye 2011). Im Sozialen Netzwerk Facebook bekommt er nun aber auch ein Gesicht bzw. ist anhand dessen wieder erkennbar. „Damit [...] verliert der digitale Mensch[, so Kreye,] die Fähigkeit, sich im Netz neu zu erfinden“ (Kreye 2011).

Neben der Möglichkeit zur experimentellen Selbstdarstellung bieten Soziale Netzwerke Modelle für *Selbstnarration*. Anhand der vorstrukturierten Kategorien kann ein Profilinhaber seine Teilidentitäten in Bezug zueinander setzen und sich selbst erzählen. Der Erzähler kann den Inhalt dabei, wie auch offline, „- plakativ gesagt - aufbauschen oder sparsam gestalten, oder gar schweigen“ (Kraus 1999). Der durchschnittliche Facebook- Nutzer ist mit 80 Fanpages, Gruppen und Veranstaltungen verlinkt und erstellt 90 Beiträge (Inhalte), wie Web Links, Fotoalben und Posts im Monat²⁹. Da es sich bei Facebook um eine Kommunikationsplattform handelt, wäre eine sparsame Selbsterzählung für die Teilhabe am Kommunikationsprozess, wie erläutert, auch eher hinderlich (vgl. Richard/ Grünwald/ Recht/ Metz 2010, S. 92). Selbstnarration nimmt im Internet jedoch weiter reichende Dimensionen an. Denn wer erzählt hier eigentlich?

Wird eine Person dazu aufgefordert, sich mündlich selbst zu erzählen, versucht diese Lebensereignisse, die sie als erzählenswert beurteilt, chronologisch wiederzugeben. Dabei wird „Unliebsames“ zugunsten der gegenwärtigen Identitätsstärkung zumeist verschwiegen. In der Psychologie werden solche Vorgänge des Ausblendens als „Rückschaufehler“ bezeichnet (vgl. Schloemann 2011). „Der Rückschaufehler ist in besonderer Weise ein Phänomen der

²⁹ vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> - 08.06.2011.

Mündlichkeit. Anders wird es, wenn das Medium der Schrift auftaucht. Auch dieses ist vor Verfälschung nicht gefeit, doch tendenziell wirkt die Schrift als Mittel gegen eine retrospektive Idealisierung“ (Schloemann 2011). In Sozialen Netzwerken wird sich permanent mitgeteilt. Obwohl es sich dabei zum Großteil um kurze Texte handelt, führt die Quantität der Posts zur „Explosion des Schriftgebrauchs im Internet“. Die Posts haben dabei zum Teil den „Charakter klassischer Tagebuchnotizen“. Das Meiste wird für den Moment geschrieben und der ständige Informationsfluss, welcher bspw. auf der „Startseite“ von Facebook stattfindet, bewirkt „das Gefühl der Flüchtigkeit des Speichers“. Dieses Gefühl enthemmt die Nutzer, stetig neue Inhalte und Informationen über sich selbst zu veröffentlichen. Das „papierloses Echtzeitmedium“ Internet ersetzt das klassische Tagebuch. Auf Plattformen wie Facebook entstehen sämtliche „Erinnerungsprojekte“ (vgl. Schloemann 2011). Diese befinden sich nicht nur auf dem eigenen Profil und werden auch nicht ausschließlich selbst, sondern zum Großteil von Freunden gestaltet. Die persönlichen Lebensspuren auf den Servern nehmen ständig zu (vgl. Herbold 2010). „Warum nicht, Speicherkapazität ist billig und ausreichend vorhanden“ (Herbold 2010). Das Medium Internet, beinhaltet damit sämtliche Lebensereignisse einer Person. Ist Selbstnarration dann überhaupt noch notwendig? Wird das Internet am Ende zum Erzähler unserer Lebensgeschichten? (vgl. Herbold 2010). Facebook ordnet auf der „Startseite“ schließlich schon sämtliche Ereignisse in einem Zeitkontinuum zumindest von der Vergangenheit bis zur Gegenwart an. Können wir irgendwann unser eigenes Leben einfach googlen? Für Über- 18- Jährige kann zumindest das eigene Facebook- Profil mit einer Suchanfrage gefunden werden. Dies würde den Menschen vor neue (psychische) Herausforderungen stellen. Unliebsames und auch Widersprüchliches kann nicht ohne Weiteres gelöscht werden, zumindest nicht diejenigen Elemente der Freundesdarstellung. Der Rückschaufehler und die Idealisierung von Vergangenem sind dann passé. Werden wir dadurch vielleicht alle zu „besseren, ehrlicheren Menschen“?

4.2.2 Funktion der Peergroup

Das Internet „ist [also] für viele längst nicht mehr nur Lexikon, Dienstleister und Kommunikationsmittel, sondern ein sozialer Raum“³⁰. Es bietet mit seinen Web 2.0- Technologien, Jugendlichen eine erweiterte Plattform zum Treffen und Kommunizieren mit ihrer Peergroup. Die Regeln in der virtuellen Realität unterscheiden sich dabei kaum von denen des „Real Li-

30

http://www.hronline.de/website/radio/hr2/index.jsp?rubrik=14224&key=standard_podcasting_derTag&mediakey=podcast%2FderTag%2FderTag_20110330&type=a- Stand 13.06.2011.

fe“ (vgl. Gritti 2011). Und so auch die Funktion der Peers. Das Exempel Facebook zeigt, dass Jugendliche mit Posts, Kommentaren und dem Gestalten des eigenen Profils auch online eigenen Standpunkt, Meinungen, Interessen, aber auch Gefühle formulieren können. Facebook bietet mit einer Vielzahl an Fanpages, Gruppen etc. diverse Möglichkeiten zur Selbstdarstellung. Außerdem eröffnen diese einen „Raum“ zum Knüpfen neuer Kontakte mit Gleichgesinnten. Die Inhalte der Seiten sind frei zugänglich. Jugendliche können deswegen durchaus auf Inhalte stoßen, die als „jugendgefährdend“ einzustufen sind. Wie generell im WWW gibt es auch in Sozialen Netzwerken keine „erziehungsspezifischen Tabus“ (Kübler 2010, S. 24). Alle Inhalte zu kontrollieren, ist nicht umsetzbar. Besonders groß ist die Gefahr auf rechtsextreme Seiten zu gelangen (vgl. JIM- Studie 2010, S. 52). „Facebook hat bereits Dutzende Diskussionsgruppen und Fanseiten zu Adolf Hitler aus dem Netz genommen. Bei Fanseiten zu dessen Hund ‚Blondi‘ ist das schwieriger. Die Anbieter haben zwar Wortfilter installiert, aber VZ-Sprecher Hensen gibt zu: ‚Die Kontrollmöglichkeiten damit sind begrenzt.‘ So würde die Wortkombination ‚Hund‘ und ‚Blondi‘ nicht weggefiltert, weil sie ‚keine rechtsextremistische Aussage enthält‘“ (Lutz 2010). Dass Jugendliche nun besonders gefährdet sind, solche Inhalte zu internalisieren, ist im Hinblick auf die an sie gestellten Entwicklungsaufgaben erklärbar. In der Jugendphase ist eine Person, wie in Kapitel 3.3 erläutert, erstmals damit konfrontiert, in zahlreichen Lebensbereichen nach der eigenen Identität zu suchen bzw. diese aktiv herzustellen (vgl. Mienert 2008, S. 75). In einer pluralistischen Gesellschaft stellt die Identitätsgenese, insbesondere für Jugendliche, eine schwierige Herausforderung dar. Das Übernehmen von gewissen (vorgelebten) Werte- und Normvorstellungen einer Peergroup, ohne diese kritisch zu hinterfragen (Foreclosure) (vgl. Mienert 2008, S. 80), erscheint als „einfachster Weg“, um sich vor einer Identitätsdiffusion (mit pathologischem Wert) zu schützen (vgl. Misoch 2004, S. 89). Gruppengefüge, auch wenn sie rechtsextrem positioniert sind, gewährleisten Jugendlichen einen stabilen Orientierungsrahmen, feste Strukturen und Halt. Reflexionsfähigkeit ist jedoch gerade bei solchen Inhalten gefordert.

In den vorangegangenen Kapiteln des „Analyse- Teils“ wird deutlich, dass das Medium Internet hauptsächlich zum Treffen und Kommunizieren mit der bereits in der Offline- Welt bestehenden Peergroup Verwendung findet (vgl. JIM- Studie 2010, S. 43). In sozialen Netzwerken positionieren die Nutzer sowohl auf der eigenen als auch auf den Profildaten der Freunde verschiedene Selbstdarstellungselemente. Die Frage, mit der sich beim Preisgeben von persönlichen Daten und Informationen immer auseinandergesetzt werden sollte, ist: Was passiert mit diesen bzw. für welche nicht selbst intendierten Zwecke können sie verwendet werden?

Mit den bereitgestellten Inhalten setzen sich hauptsächlich die Freunde des Profilinhabers

auseinandersetzen. Gerade im Jugendalter nimmt die Meinung der Peer einen besonders hohen Stellenwert ein. Facebook macht sich genau dies zu Eigen und verbindet „Freundschaft und Ökonomie“ im Netz. So fungieren Facebook- Nutzer nicht nur als Orientierungs-, Rückmeldungs- und Informationsquelle für Freunde sondern zugleich als ständige Werbeträger (vgl. di Blasi 2011). „Facebook-,Freunde’ sind persönliche Nachrichtenagentur und Suchmaschine zugleich. Die wichtigste technische Grundlage der Freundschaftsökonomie [...] [sind Social Plugins]“ (di Blasi 2011). Hierzu gehört u. a. der „Gefällt mir“- Button, der mittlerweile diverse Websites gestaltet. Social- Plugins sorgen „für eine zunehmende Familiarisierung des Internets“. Die Funktion dieser wurde bereits kurz ausgeführt. Sobald ein Facebook- Nutzer angemeldet ist und im Internet surft, kann er, ohne sich erneut auf der vorliegenden Website zu registrieren, den „Gefällt mir“- Button drücken. Der Link z. B. eines Albums einer bestimmten Sängerin, die ihm gefällt, wird dann automatisch auf seine Pinnwand gesetzt. Zugleich wird das Album auf seinem Profil unter dessen Musikvorlieben deponiert. Dadurch ist es nicht nur kurzfristig auf der Profilseite sichtbar. Die Angabe zur Musikpräferenz ist nicht nur ein Element zur Selbstdarstellung (vgl. di Blasi 2011). „Es ist das Warenangebot eines ganz bestimmten Händlers“ (di Blasi 2011). Hinter jedem Facebook-Freund „steckt [damit] eine Werbung“ (ebd.). Und dies zumeist ohne dessen Wissen (vgl. di Blasi 2011). „Die Funktion [...] „umgehende Personalisierung“ geht sogar noch einen Schritt weiter: Hier erhalten ausgewählte und vertrauenswürdig erscheinende Partnerseiten von Facebook Zugriff auf Daten der Nutzer [...] und können diese in eigene Webseiten integrieren. So bekommen Seiten wie Yelp (Restaurant-Tipps) oder Pandora (Musik-Tipps) eine freundschaftliche Schicht: Wir können auf diesen Seiten Empfehlungen oder Kommentare von Freunden lesen, auf diese antworten, selbst Anmerkungen und Empfehlungen hinterlegen“ (di Blasi 2011). Der „Soziale Einfluss“, der immer entsteht, wenn Menschen zusammenkommen, wird hier also zur Grundlage von Marketing Strategien (Bierhoff 2006, S. 413). Alleinig verfolgtes Ziel der Websitebetreiber stellt die Steigerung des eigenen Profits dar. Ein weiteres Modell, in dem der Einfluss der Peergroup nicht nur benutzt, sondern eben auch verstärkt wird, liefert Google. Mit seinem neuen Konzept „+1“, welches in den USA dem digitalen Kürzel für „das ist cool“ oder „schau dir das an“ entspricht, können Websites, die mit dem „+1“- Button versehen sind, an Freunde und Kontakte weiterempfohlen werden. Die Bewertungen fließen dann in die Suchergebnisse der Kontakte mit ein. Um die Funktion „+1“ zu nutzen, ist ein „öffentliches Google- Profil“ Voraussetzung. Als Kontakte zählen alle Nutzer, die auf Google durch Mail oder Chat verbunden sind.³¹ „Als Kontakte zählen alle Nutzer, die auf Google durch Mail oder Chat verbunden sind. Im Laufe

³¹ vgl. <http://www.google.com/+1/button/>- Stand 12.06.2011.

oder Chat verbunden sind. Im Laufe der Zeit soll dies auch auf Twitter- oder Flickr- Kontakte ausgedehnt werden³².

Auch wenn das Web 2.0 keinen Schutzraum darstellt, in dem Jugendliche altersgemäß an die „Geheimnisse der Erwachsenenwelt“ herangeführt werden, bietet es zumindest einen erweiterten Erfahrungsraum für sie (vgl. Fasco 2010, S. 7). Identitätsvarianten können angeboten werden. Die Freunde der Peergroup können sich dann unmittelbar in Form von Kommentaren und Bewertungen, dem Drücken des „Gefällt mir“- Buttons, dazu äußern. Andere Facebook-Kontakte können auch ihre Meinungen kundtun. Die Meinung der Peergroup steht für Jugendliche aber im Vordergrund. Der Aushandlungsprozess entspricht damit dem des RL. Unterschied hierbei ist jedoch, dass Beziehung bzw. Status nicht unbedingt ausgehandelt werden müssen, sondern sich, wie beschrieben, einseitig vom Profilinhaber bestimmen lassen. Für die Aushandlungsprozesse sind des Weiteren jugendtypische „Kommunikationsroutinen und- rituale“ kennzeichnend. Hierzu gehören u. a. Lästern, Beleidigen und Beschimpfen (vgl. Schmidt 2010a, S. 15). In Sozialen Netzwerken können diese Formen, sowie auch im Real Life nicht nur spielerisch sein, sondern in sogenanntes „Mobbing“ übergehen. Cybermobbing nimmt dabei schnell aufgrund der vielen Netzwerk- Freunde und „Freunden von Freunden“ viel größere Dimensionen an. Das „unsichtbare Publikum“ ist kaum einschätzbar (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 221). Aufgrund der Tatsache, dass keine unmittelbare Konsequenzen oder Sanktionen folgen, sinken die Hemmungen sich im Netz mit Posts, aber auch mit dem Hochladen von Bildern des „Opfers“, über dieses auszulassen. Mit dem Anlegen von „Fake- Accounts“ können „Cyber- Bullies“ auch anonym agieren. Das „Mobbingopfer“ muss dabei nicht im Netz mit eigenen Account präsent sein³³.

Im Aushandlungsprozess kann der Jugendliche nun verschiedene Teilidentitäten ausprobieren. Das Internet kann dadurch zur Bewältigung der jugendspezifischen Entwicklungsaufgaben beitragen (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 27). Um dies an einer Entwicklungsaufgabe festzumachen, bedeutet es also, dass bspw. ein Mädchen die Wirkung ihres verändernden Körpers in Sozialen Netzwerken testen kann. Hierfür bieten sich vor allem Bilder als Medium zur Selbstdarstellung an. Sehr häufig verwendete Bild- Typen zum Präsentieren der eigenen körperlichen Erscheinung stellen der „mirror shot“ und der „one arm length shot“ dar. Wie die beiden Begrifflichkeiten verdeutlichen, umfassen diese Formen der Fotografie selbstgetätigte Aufnahme der eigenen Person (teilweise sind aber auch noch andere Personen mit auf dem Bild). Es wird sich positioniert, bei der Variante des „mirror shots“

³² <http://www.internetworld.de/Nachrichten/Medien/Medien-Portale/Google-Suche-bekommt-Empfehlungsbutton-Mit-1-Suchergebnisse-bewerten-55466.html> - Stand 13.06.2011.

³³ vgl. <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/cyber-mobbing-was-ist-das.html> - Stand 12.06.2011.

noch über die Pose im Spiegel abgesichert und dann auf den Auslöser gedrückt (vgl. Richard/Grünwald/Recht/ Metz 2010, S. 49). Das Mädchen kann sich nun beispielweise im Bikini mit Betonung ihrer (neu entwickelten) Weiblichkeit ablichten. Aufgrund der bewusst getätigten Selbstdarstellung kann davon ausgegangen werden, dass mit dem Hochladen solcher Bilder eine „assertive Zielsetzung“, sprich das Erzeugen eines positiven Eindrucks, intendiert wird. Diese Zielsetzung ist Döring zufolge erfolgversprechender bei der Stärkung des Selbstwertgefühls (vgl. Döring 1999, S. 261). Wird das Bild des Mädchens von ihren Freunden mit dem „Gefällt mir“-Button als gut bewertet, steigert dies, so besagt es eine Studie der US-amerikanischen Cornell Universität, ihr Selbstwertgefühl (vgl. Gritti 2011). Das Mädchen hat nun die Möglichkeit ihren Körper mit weiteren Bildern in Szene zu setzen und im Fall diese werden auch positiv bewertet und kommentiert, sammelt sie Erfahrungen ähnlicher Art. Diese tragen zur Generalisierung bei. Sie wirken sich auf Selbstkonzept, Selbstwertgefühl und Kontrollüberzeugung aus. Alle drei Konstrukte, mithilfe derer sich Identität fassen lässt, werden demnach tangiert (vgl. Fritz 2003). Resultat ist dann ein verbessertes Selbstwertgefühl und die Kontrollüberzeugung des Mädchens, mit ihrer körperlichen Erscheinung und der bewussten Darstellung ihrer Weiblichkeit ein positives Bild in ihrem sozialen Umfeld zu hinterlassen (vgl. Döring 1999, S. 261- 262). Voraussetzung dafür, dass es sich hierbei nicht um Generalisierungen handelt, die sich ausschließlich auf ihr „digitales Ich“ beziehen, ist, dass ihr Profil ihrem „wahren Ich“ entspricht. Dies wird diskutiert. Entspricht die virtuelle Identität der realen Identität oder handelt es sich dabei um grundlegend verschiedene Identitäten? Eine Studie im Auftrag des Bitkom besagt, dass sich im Internet selbst ein Image gegeben wird. Jeder vierte deutsche Netzwerker nimmt es der Studie nach mit der Wahrheit nicht so genau. Am häufigsten werden Name (elf Prozent) und Beziehungsstatus (sieben Prozent) nicht wahrheitsgemäß angegeben³⁴. Empfiehlt es sich aber nicht gerade im Netz, ein Pseudonym anzulegen? Und im RL existieren schließlich auch Spitznamen. Ob die Frage nach dem Beziehungsstatus im RL immer ehrlich angegeben wird, ist sicherlich auch diskussionswürdig. Im Gegensatz zu der Bitkom-Studie belegen Back et al. anhand einer Studie, dass Onlineprofile keine idealisierte, virtuelle Identität, sondern die wahre Identität des Nutzers repräsentieren. Das Aufrechterhalten einer idealisierten Identität im Netz erweist sich auch als schwer. Schließlich gestalten die eigene Profilseite nicht nur selbstgenerierte Inhalte sondern auch freundesgenerierte Darstellungselemente (Pinnwandeinträge etc.). Diese sind kaum beeinflussbar. Deshalb wird bevorzugt direkt die „wahre Identität“ angegeben (Back et al. 2009). Um das Beispiel des Mädchens nun weiterzuführen, kann davon ausgegangen werden, dass

³⁴ vgl. <http://www.internetworld.de/Nachrichten/Medien/Zahlen-Studien/Studie-zu-Falschangaben-in-sozialen-Netzwerken-Community-aus-Schummelliesen-und-Flunkerfritzen-57122.html> - Stand 12.06.2011.

sich die in der VR gemachten Erfahrungen auf ihre Identität und ihr Verhalten im RL zurückspiegeln. Hier stellt sich noch die Frage, in welcher Weise unkommentiert oder negativ bewertete Bilder die Identitätsentwicklung beeinflussen? Bislang kann sich lediglich negativ durch die Kommentarfunktion geäußert werden. Buttons, wie „gefällt mir nicht“³⁵ oder „gefällt mir nur aus Mitleid“³⁶ werden aber von Facebook- Gruppen gefordert.

4.2.3 Zentrierte oder dezentrierte Identität?

Im Vergleich zur „modernen Identität“, die als Resultat sozialer Interaktion gesehen wurde, werden für die Konstruktion einer postmodernen Identität also auch mediale Interaktionen relevant (vgl. Mikos zit. n. Körber/ Schaffar 2002, S. 81). Offen bleibt hier noch die Frage: Tragen die medialen Interaktionen zu einer postmodernen, multiplen Identität oder einer postmodernen Identität mit kohärenten Kern bei?

Die amerikanische Soziologin Sherry Turkle beschreibt 1995 in ihrem Buch „Leben im Netz. Identitäten in Zeiten des Internets“, das Netz als eine „große Spielwiese der Freiheit“. In ihrer Identitätstheorie postuliert sie eine postmoderne, multiple Identität, charakterisiert durch „Vielfalt, Heterogenität, Flexibilität und Fragmentisierung“. Sie betrachtet das Internet nun als „Medium zur Theorie“. Das Einloggen in verschiedene Accounts, ermöglicht dem Subjekt das Experimentieren mit verschiedenen Identitätsvarianten (vgl. Herbold 2011). Die Grundlage für Multiplizität stellt für Turkle die Beschaffenheit der Computerbildschirmoberfläche dar. Diese erlaubt dem Nutzer dann durch „das Öffnen verschiedener Fenster gleichzeitig an unterschiedlichen Prozessen“ teilzunehmen. Unterschiedliche Teilidentitäten können damit parallel und unabhängig voneinander im WWW aktiv sein (vgl. Turkle zit. n. Misoch 2004, S. 103). Hier könnte aber auch einfach die Rede von Multitasking- Fähigkeit sein.

„Die Autorin verband [...] [mit dem Internet] große emanzipatorische Hoffnungen; womöglich würde ein ‚neuer, vielfältigerer Persönlichkeitsbegriff‘ entstehen. Stattdessen scheint aus dem spätmodernen Plural wieder ein digitaler Singular zu werden. Widersprüchliche Teilidentitäten, brüchige Erwerbsbiografien, inkompatible Interessen? Bei der Google- Suche oder auf Facebook fließt alles problemlos in eins. Da geht der Dozent nahtlos in den Familienvater über, und der wiederum in den Hobbysegler und Gelegenheitsgärtner“ (Herbold 2011). Facebook und Google tragen zum Herstellen eines „zentralen Ichs“ bei. Anstelle von Pseudonymen und Nicknames entwickelt sich der Trend dahin, mit Klarnamen und „wahrer

³⁵ <http://www.facebook.com/Dislike.Funktion> - Stand 13.06.2011.

³⁶ <http://www.facebook.com/pages/Gefällt-mir-aus-Mitleid/144348125638171> - Stand 13.06.2011.

Identität“ im Netz zu agieren (vgl. Herbold 2011). Und dies, „ob wir wollen oder nicht“ (Herbold 2011). Funktionen wie die Gesichtserkennung bei Facebook machen „die Trennung der digitalen von der echten Person“ (Kreye 2011) schwieriger.

„Die Wege durchs Internet waren lange mit permanenten Einlog- Auslog- Mühen verbunden. Rein ins Youtube- Konto, rüber zum Xing- Account, bei Web.de, Amazon oder eBay einchecken, für Kommentare auf Blogs anmelden. Dies ändert sich gerade. Ein separates Youtube- Konto gibt es mittlerweile nicht mehr, die Nutzer mussten es kürzlich mit ihren Google- Konten synchronisieren. Auch der Fotoalbedienst Picasa wurde mit dem Google- Profil zwangsvermählt“ (Herbold 2011). Ein „Universal- Account“ setzt sich als neuer Trend durch. Dies zeigt u. a. der „Facebook- Hype“. Ein wichtiges Instrument für „Facebooks Zentralisierungsmodell“ sind, wie beschrieben, die Social Plugins. „Ein- Auslog- Mühen“ und das Merken verschiedener Nutzernamen und Passwörtern werden damit überflüssig (vgl. Herbold 2011). „Stattdessen: Einmal hin, für immer drin in der zentralen Ich-Identität“ (Herbold 2011). Aufgrund der Menge an Informationen über eine Person, die sich in einem Profil zentrieren, werden Profile damit aber auch immer wertvoller und vermarktbarer. Und das weiß die Ökonomie zu schätzen und zu nutzen. Die Entwicklung hin zum Zentralisierungsmodell ist dem Medienwissenschaftler Jörissen zufolge kein Zufall. Dass viele Nutzer das Angeben ihrer wahren Identität bevorzugen, hängt damit zusammen, „dass die Trennung von Offline und Online nicht mehr existiert“ (Jörisson zit. n. Herbold 2011).

5 Fazit

Kinder und Jugendliche wollen bzw. müssen erwachsen werden (vgl. Fasco 2010, S. 7) und Voraussetzung hierfür ist die Bewältigung von altersspezifischen Entwicklungsaufgaben. Diese zu meistern, bedeutet im Jugendalter nichts anderes als für verschiedene Lebensbereiche eine Antwort auf die Frage „Wer bin ich?“ zu finden (vgl. Mienert 2008, S. 75). So wurde in die Thematik der vorliegenden Bachelorarbeit eingeleitet. Als Zielsetzung der Arbeit wurde formuliert, die Bedeutung und Funktion des Mediums Internet für die Identitätsentwicklung von Jugendlichen herauszuarbeiten. Abschließend kann nun Folgendes festgehalten werden: Um Identität aktiv herzustellen, bedarf es eines sozialen Kontextes. Identität wird stets intersubjektiv konstruiert (vgl. Körper/ Schaffar 2002, S. 80). Im Jugendalter nimmt bei der Identitätskonstruktion die Meinung der Peergroup einen bedeutenden Stellenwert ein (vgl. Guth 2010, S. 15). Grundsätzlich bieten Netzwerke, dazu gehören auch die virtuellen Beziehungs-

netze, einen „Verständigungs- und Bestätigungsrahmen“ (Fritz 2003) für Identitätswürfe. Das Web 2.0 mit seinen Anwendungen ermöglicht Jugendlichen, sich z. B. in Form hochgeladener Bilder selbstbestimmt und interaktiv auszuprobieren, Erfahrungen zu sammeln und sich als eigenständige Person kennenzulernen (vgl. Guth 2010, S. 13). Der Großteil der Jugendlichen nutzt das Internet zur unmittelbaren Realitätsverlängerung bereits bestehender sozialer Beziehungen (vgl. Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 19). Das Web 2.0 eröffnet Jugendlichen also einen erweiterten „Handlungs- und Erfahrungsraum“. Offline- Welt und virtuelle Welt stellen keineswegs Gegensätze dar. Vielmehr ergänzen sie sich bzw. gehen ineinander über (Fasco 2010, S. 7).

„[...] [D]er Spagat zwischen den Bedürfnis nach Selbstdarstellung im Netz und dem medienpädagogischen Zeigefinger, der vor den Gefahren des Netzes warnt, [ist dabei] nicht so einfach [...]“ (Moser 2009). Jugendliche haben nicht nur das Bedürfnis, sich auf ihren Profildaten selbst darzustellen, sondern es ist auch grundlegende Voraussetzung, damit ein Kommunikations- und vor allem Aushandlungsprozess stattfinden kann. „Wenn Jugendliche übers Netz z. B. miteinander flirten und Beziehungen aufnehmen, [...] kann das für die aktuelle Entwicklungsphase wichtig sein [...]“ (Moser 2009). Geht es aber um bspw. den Einstieg in die Arbeitswelt können „Bilder aus dieser Vergangenheit“ (ebd.) sich als hinderlich entpuppen. Denn „das Netz vergisst nichts“ (ebd.). Daten werden gespeichert (vgl. Moser 2009). Die Frage ist hier grundsätzlich, was mit der Vielzahl an gespeicherten Inhalten passiert? Und für welche nicht selbst intendierten Zwecke sie benutzt werden? Bilder, auf denen sich „zu krass und provokativ“ präsentiert wird und das gilt es zu betonen, können außerdem auch auf den Profildaten von Freunden oder generell anderen Netzwerk- Usern veröffentlicht worden sein. Eine Löschung dieser, vor allem im Fall, dass nach einigen Jahren der Kontakt abgebrochen ist, erweist sich als umso schwieriger (vgl. Moser 2009).

Das Sammeln von „Als- ob- Erfahrungen“ (Schmidt/ Paus- Hasebrink/ Hasebrink 2009, S. 19) im Web 2.0 wird aufgrund den gegenwärtigen Entwicklungen (z. B. Gesichtserkennungsprogramm bei Facebook) zunehmend schwierig. Es ist jedoch, ohne Frage, immer noch möglich. Bei der Wahl für ein bestimmtes Soziales Netzwerk zeigt sich ein eindeutiger Trend. Das Zentralisierungsmodell Facebook boomt. Im Netz wird eine Ich- Identität bevorzugt. Dies erscheint als logische Konsequenz. Eine Trennung von Offline- und Online- Welt existiert nicht mehr (vgl. Herbold 2011). Und in der realen Welt reden die Menschen schließlich auch in erster Person Singular, und nicht als „wir“ von sich selbst (vgl. Wegener 2008, S. 48). Mark Zuckerberg betont nun, dass ein Mensch immer nur „eine Identität“ hat und Facebook dementsprechend konzipiert ist. Ist es in der realen Welt durchaus möglich, zwar nicht die Kern-

identität aber verschiedene Teilidentitäten bzw. Rollen zu verbergen, verbindet Facebook alles in einem Profil. So können z. B. berufliche und private Informationen schwer voneinander getrennt werden (vgl. Kirkpatrick 2010, S. 217). In der Offline- Welt muss der Lehrer nicht zwangsläufig wissen, wie sich sein Schüler verhält, wenn er nicht die Rolle des Schülers, sondern des Freundes einnimmt. Dem Facebook- Profil des Schülers kann er es höchst wahrscheinlich entnehmen. Wenn nicht anhand von Selbstdarstellungselementen, dann anhand der Posts der Freunde. Die Überzeugung, die hinter Zuckerbergs Konzept liegt, ist, dass mehr „Transparenz“ - die Einsicht in die verschiedenen Teilidentitäten und Rollen einer Person - zu einer „gesünderen Gesellschaft“ beiträgt (vgl. Kirkpatrick 2010, S. 218). „In einer ‚offeneren und transparenteren‘ Welt wird der Mensch für die Konsequenzen seines Verhaltens zur Verantwortung gezogen und sich von daher wahrscheinlich verantwortungsbewusster verhalten“ (Kirkpatrick 2010, S. 218). So lautet die These. Zuckerberg selbst merkt hier aber auch an, dass diese Ansicht mit all den Bedenken hinsichtlich der eigenen Privatsphäre kollidiert (vgl. Zuckerberg zit. n. Kirkpatrick 2010, S. 218). Gibt es überhaupt noch so etwas wie Privatsphäre?

„Wie viel von uns selbst sollten wir der Welt zeigen?“ (Kirkpatrick 2010, S. 217). Mit dieser Frage muss sich zwangsläufig beim Erstellen eines Facebook- Profils auseinandergesetzt werden (vgl. Kirkpatrick 2010, S. 217). Doch Selbstbestimmung, als Prinzip der Postmoderne, ist hier nicht wirklich gegeben. Die Darstellung der eigenen Person ist nie ausschließlich selbstbestimmt, sondern eben auch immer freundesbestimmt. Zwar könnte hier angemerkt werden, dass die Wahl der „Freunde“ selbstbestimmt getätigt wird, aber Informationen über eine Person lassen sich überall im Netz ausbreiten. Hier sollte auch immer kritisch bedacht werden: Wer liefert die Inhalte, derer sich zur Selbstdarstellung bedient werden kann und warum? Im Zusammenhang mit der Postmoderne wurde Gates Kausalitätsgedanke, dass eine bessere Informationsverteilung ein selbstbestimmtes Leben mit sich bringt, angeführt (vgl. Gates 1995, S. 360). Diese Annahme ist jedoch in Frage zu stellen. Denn wer liefert die Informationen im WWW? Wird eine Suchanfrage bei Google gestartet, ist es vielfach Werbung, die auf der ersten Seite erscheint. Online vertretene Firmen können mittlerweile sogenannte SEO- Agenturen (Search- Engine- Optimization) engagieren. Diese sorgen dann dafür, dass die Firma bei Suchanfragen möglichst bei den ersten Treffern angezeigt wird (vgl. von Bischopinck/ Ceyp 2009, S. 116). Die Ökonomie weiß längst das WWW und damit eben auch Soziale Netzwerke zur eigener Gewinnerzielung zu nutzen. Profit und nicht das Individuum ist dabei vorrangig. Beim Modell „Google +1“ sind es die „Freunde“, die über bereitgestellte Inhalte entscheiden.

Der zunehmende Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien vor allem im Kindes- und Jugendalter erfordert nun seitens der Pädagogen immer mehr die Bereitschaft, sich die erforderlichen Kenntnisse für den Umgang mit Computern und dem Internet anzueignen. Die Auseinandersetzung mit sämtlichen Aspekten der Medienwelt ist Voraussetzung, um Kinder und Jugendliche aktiv im Medienalltag begleiten zu können³⁷. Kinder und Jugendliche werden von unterschiedlichen Sozialisationsinstanzen beeinflusst. Medien stellen solch eine Instanz dar (vgl. Nestmann zit. n. Rätz- Heinisch/ Schröder/ Wolff 2009, S. 112). Informationen ohne Wahrheitsgehalt können nirgendwo leichter als via Internet verbreitet werden (vgl. Richard/ Krafft- Schöning 2007, S. 106). Außerdem haben Kinder und Jugendliche Zugriff auf sämtliche Seiten, die Inhalte präsentieren, welche als jugendgefährdend eingestuft werden. Sie gelten damit als negative Beeinträchtigung der physischen und psychischen Entwicklung des Kindes oder Jugendlichen³⁸. Da Erwachsene ihren „Wissens- und Erfahrungsvorsprung“ vor allem bezüglich des Internets nur teilweise behaupten können, ist es allem voran wichtig, dort anzusetzen (vgl. Fritz/ Sting/ Vollbrecht 2003, S. 7). Eine Beschäftigung mit dem Medium ist Voraussetzung, um sowohl Gefahren wie auch Chancen, die das World Wide Web beinhaltet, zu erkennen. Eltern und Pädagogen müssen nachvollziehen können, wo sich Kinder im virtuellen Raum des Internets bewegen³⁹. Kinder eignen sich zumeist sehr schnell jegliche notwendige Kompetenzen hinsichtlich der Internutzung an. Medien im Hinblick ihres Wahrheitsgehaltes, „nützlicher oder schädlicher Wirkungen auf sich selbst oder gar die Gesellschaft“ (Vollbrecht 2003, S. 14) kritisch zu hinterfragen, bleibt dabei jedoch oftmals aus. Deshalb bedarf es pädagogische Anleitung, Begleitung und vor allem das Erlernen von sogenannten Medienkompetenzen (vgl. Vollbrecht 2003, S. 14). Medienkompetenz definiert nach Dieter Baake beinhaltet vier Bereiche von Fähigkeiten und zwar „Medienkritik“, „Medienkunde“, „Mediennutzung“ und „Mediengestaltung“ (vgl. Mikos/ Wiedemann 2000, S. 11). „Medienkompetenz in der Multimedia- Welt zu fördern heißt, allen zu ermöglichen, sich die Systeme zugänglich zu machen, deren Strukturen und Angebote selbstbestimmt und kritisch zu nutzen, sich der technischen Möglichkeiten für eigene Zwecke zu bedienen; und es heißt nicht zuletzt, die Bedeutung der Systeme für das individuelle und gesellschaftliche Leben zu begreifen und einzuschätzen“ (Theunert zit. n. Mikos/ Wiedemann 2000, S. 11). Medienkompetenz gilt als Schlüsselqualifikation, um sich in einem von Medien beeinflussten Alltag gut zurechtzufinden (vgl. Richard/ Krafft- Schöning 2007, S. 105). Kinder müssen also durch Medienerziehung in ihrer „Wahrnehmungs- und Kritikfähigkeit“ gestärkt werden (vgl. Fritz/

³⁷ vgl. http://www.bpb.de/methodik/DCBMXS,0,Medienalltag_von_Kindern.html - Stand 12.06.2011.

³⁸ vgl. http://www.kjm-online.de/de/pub/jugendschutz_in_telemedien/beurteilungsmassstaebe.cfm - Stand 12.06.2011.

³⁹ vgl. http://www.kjm-online.de/de/pub/jugendschutz_in_telemedien/beurteilungsmassstaebe.cfm - Stand 12.06.2011.

Sting/ Vollbrecht 2003, S. 8). Primäres Erziehungsziel muss dabei sein: „Wichtiges von Unwichtigem und Wahres von Unwahrem zu unterscheiden“ (Richard/ Krafft- Schöning 2007, S. 106). Eine permanente Kontrolle ist, wie Mikos und Wiedemann anmerken, nicht wünschenswert, da Kinder eine Art ‚Geheimnisraum‘ zur „Subjektkonstitution“ und „Identitätsbildung“ bedürfen (vgl. Mikos/ Wiedemann 2000, S. 9). Es geht vielmehr darum, Kinder und Jugendliche in ihrer Reflexionsfähigkeit zu stärken und sie damit zu mündigen und selbstbestimmten Personen zu erziehen.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Baacke, Dieter (1985): Die 13- bis 18- Jährigen. Weinheim.

Back, Mitja/ **Stopfer**, Juliane M./ **Vazire**, Simine/ **Gaddis**, Sam/ **Schmukle**, Stefan C./ **Egloff**, Boris/ **Gosling**, Samuel D. (2009): Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self- Idealization. In: URL: <http://www.psych.uni-mainz.de/abteil/pp/back.html> - Stand 13.06.2011.

Bahl, Anke (1997): Zwischen On- und Offline: Identität und Selbstdarstellung im Internet. München.

Barthelmes, Jürgen/ **Sander**, Ekkehard (2001): Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in der Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen. München.

Beerlage, Irmtraud (1993): Beliebtheit. Komponenten eines Alltagsbegriffes aus der Sicht von Kindern und Jugendlichen. München und Wien.

Bierhoff, Hans Werner (2006): Sozialpsychologie. Ein Lehrbuch. Stuttgart.

Blauwhoff, Peter (2010): Geleitwort von Shell zur 16. Shell Jugendstudie. In: Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2010): Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich. Frankfurt am Main.

Böhm, Winfried/ **Schiefelbein**, Ernesto/ **Seichter**, Sabine (2010): Projekt Erziehung. Ein Lehr- und Lernbuch. Paderborn.

Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Reinhard Kreckel (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt. Sonderheft 2. Göttingen, 183-198.

Bruner, Jerome S. (1997): Sinn, Kultur und Ich- Identität. Zur Kulturpsychologie des Sinns. Heidelberg.

Bundesministerium der Justiz (Hrsg.): Jugendgerichtsgesetz (JGG). In: URL: <http://www.gesetze.juris.de/jgg/BJNR007510953.html#BJNR007510953BJNG000100319> - Stand 15.05.2010.

Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Medienalltag von Kindern. In: URL: http://www.bpb.de/methodik/DCBMXS,0,Medienalltag_von_Kindern.html - Stand 12.06.2011.

Di Blasi, Luca (2011): Hinter jedem Freund steckt eine Werbung. In: Zeit Online (Hrsg.): URL: <http://www.zeit.de/2011/11/Facebook-Profilseiten-Facenapping/komplettansicht> - Stand 10.06.2011.

Döring, Nicola (1999): Sozialpsychologie des Internets. Die Bedeutung des Internets für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle.

Dudenredaktion (2009): Duden. Die deutsche Rechtschreibung. Mannheim, S. 1000.

Ermann, Michael (2010): Identität, Identitätsdiffusion, Identitätsstörung. Vortrag am 21. April im Rahmen der 60. Lindauer Psychotherapiewochen 2010. In: LP. Lindauer Psychotherapiewochen – Fort- und Weiterbildung mit Tradition (Hrsg.). In: URL: http://www.lptw.de/archiv/vortrag/2010/ermann_m.pdf - Stand 03.05.2011.

Etzioni, Amitai (1968): The Active Society. A Theory of Societal and Political Processes. New York.

Etzioni, Amitai (1975): Die aktive Gesellschaft. Eine Theorie gesellschaftlicher und politischer Prozesse. Opladen.

Facebook (Hrsg.): Startseite. In: URL: <http://de-de.facebook.com/> - Stand 29.05.2011.

Facebook (Hrsg.): Erklärung der Rechte und Pflichten. In: URL: <https://www.facebook.com/terms.php> - Stand 01.06.2011.

Facebook (Hrsg.): Fakten. In: URL: <https://www.facebook.com/press/info.php?factsheet> - Stand 01.06.2011.

Facebook (Hrsg.): Hilfebereich. In: URL: <http://www.facebook.com/help/?faq=232979830050743> - Stand 08.06.2011.

Facebook (Hrsg.): I Love Music! In: URL: <https://www.facebook.com/pages/I-Love-Music/62584727474?sk=info> - Stand 08.06.2011.

Facebook (Hrsg.): I hate homework. In: URL: <http://www.facebook.com/pages/I-hate-homework/94982870540> - Stand 08.06.2011.

Facebook (Hrsg.): Statistik. In: URL: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> - 08.06.2011.

Facebook (Hrsg.): Facebook for Websites. In: URL: <http://developers.facebook.com/docs/guides/web/> - Stand 10.06.2011.

Facebook (Hrsg.): HomePage. In: URL: http://creative.ak.fbcdn.net/ads3/creative/pressroom/jpg/n_1265831219_HomePage.jpg - Stand 10.06.2011.

Facebook (Hrsg.): Orte mit Freunden besuchen. In: URL: http://www.facebook.com/note.php?note_id=163354990344014&id=197589525931&ref=mf - Stand 12.06.2011.

Facebook (Hrsg.): Gefällt mir nicht. In: URL: <http://www.facebook.com/Dislike.Funktion> - Stand 13.06.2011.

Facebook (Hrsg.): Gefällt mir aus Mitleid. In: URL: <http://www.facebook.com/pages/Gefällt-mir-aus-Mitleid/144348125638171> - Stand 13.06.2011.

Fasco, Jochen (2010): Vorwort. In: Fuhs, Burkhard/ Lampert, Claudia/ Rosenstock, Roland (Hrsg.) (2010): Mit der Welt vernetzt. Kinder und Jugendliche in virtuellen Erfahrungsräumen. München, S. 7- 8.

Fritz, Karsten/ **Sting**, Stephan/ **Vollbrecht**, Ralf (2003): Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten. Opladen.

Fritz, Jürgen (2005): Ich chatte also bin ich. Virtuelle Spielgemeinschaften zwischen Identitätsarbeit und Internetsucht. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): In: URL: <http://www.bpb.de/themen/YBL3QW.html> - Stand 14.05.2011.

Gates, Bill (1995): Der Weg nach vorn. Die Zukunft der Informationsgesellschaft. Hamburg.

Goffman, Erving (1969): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München.

Goffman, Erving (2009): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München.

Goller, Hans (2009): Erleben. Erinnern. Handeln. Eine Einführung in die Psychologie und ihre philosophischen Grenzfragen. Stuttgart.

Google (Hrsg.): Google +1. In: URL: vgl. <http://www.google.com/+1/button/> - Stand 12.06.2011.

Gritti, Félice (2011): Facebook steigert Selbstwertgefühl. Ich? Gefällt mir! In: Taz. Die Tageszeitung (Hrsg.): In: URL: <https://www.taz.de/1/netz/netzkultur/artikel/1/ich-gefaellt-mir/> - Stand 12.06.2011.

Guth, Birgit (2010): Kinderwelten 2008. Zur Rolle des Web 2.0 bei den 8- bis 14- Jährigen. In: Fuhs, Burkhard/ Lampert, Claudia/ Rosenstock, Roland (Hrsg.) (2010): Mit der Welt vernetzt. Kinder und Jugendliche in virtuellen Erfahrungsräumen. München, S. 13- 28.

Hank, Rainer (2010): Was ist eigentlich sozial? Ein Alltagsbegriff und die Wandlung seiner Bedeutung. In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 21.11.2010, Nr. 46.

Haußer, Karl (1995): Identitätspsychologie. Heidelberg.

Herbold, Astrid (2010): Wenn die Festplatte das Leben erzählt. In: Zeit Online (Hrsg.). In: URL: <http://www.zeit.de/digital/internet/2010-12/lifelog-lifecasting/komplettansicht?print=true> - Stand 10.06.2011.

Herbold, Astrid (2011): Die Zentralisierung der Identität. In: Zeit Online (Hrsg.). In: URL: <http://www.zeit.de/digital/internet/2011-04/identitaet-internet/komplettansicht?print=true> - Stand 10.06.2011.

Hessischer Rundfunk (hr) (Hrsg.): Ich poste, also bin ich. In: URL: http://www.hr-online.de/website/radio/hr2/index.jsp?rubrik=14224&mediakey=podcast/derTag/derTag_20110330&type=a&key=standard_podcasting_derTag - Stand 13.06.2011.

Hoffmann, Bernward (2003): Medienpädagogik. Paderborn.

Hurrelmann, Klaus (2006): Einführung in die Sozialisationstheorie. Weinheim und Basel.

Internetworld (2011): Google führt Empfehlungsfunktion ein. Mit "+1" Suchergebnisse bewerten. In: URL: <http://www.internetworld.de/Nachrichten/Medien/Medien-Portale/Google-Suche-bekommt-Empfehlungsbutton-Mit-1-Suchergebnisse-bewerten-55466.html> - Stand 13.06.2011.

Internetworld (2011): Studie zu Falschangaben in sozialen Netzwerken. Ein Viertel Schummelliesen und Flunkerfritzen. In: URL: <http://www.internetworld.de/Nachrichten/Medien/Zahlen-Studien/Studie-zu-Falschangaben-in-sozialen-Netzwerken-Community-aus-Schummelliesen-und-Flunkerfritzen-57122.html> - Stand 12.06.2011.

Kabani, Shama Hyder/ **Brogan**, Chris (2010): The Zen of Social Media Marketing. The Zen of Social Media Marketing: An Easier Way to Build Credibility, Generate Buzz, and Increase Revenue. Dallas.

Kellner, Douglas (1992): Popular culture and the construction of postmodern identities. In: Lash, Scott/ Friedman, Jonathan (Hrsg.): Modernity and Identity. Oxford und Cambridge, S. 141- 177.

Keupp, Heiner (1987): Soziale Netzwerke. Frankfurt am Main und New York.

Keupp, Heiner (1990): Lebensbewältigung im Jugendalter aus der Perspektive der Gemeindepsychologie. Förderung präventiver Netzwerkressourcen und Empowermentstrategien. In: Sachverständigenkommission 8. Jugendbericht (Hrsg.) (1990): Risiken des Heranwachsens. Probleme der Lebensbewältigung im Jugendalter. Weinheim und München, S. 3- 51.

Keupp, Heiner/ **Ahbe**, Thomas/ **Gmür**, Wolfgang/ **Höfer**, Renate/ **Mitzscherlich**, Beate/ **Kraus**, Wolfgang/ **Straus**, Florian (1999): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Reinbeck bei Hamburg.

Kirkpatrick, David (2010): Der Facebookeffekt. Hinter den Kulissen des Internet- Giganten. München.

Klicksafe (Hrsg): Cybermobbing - Was ist das? In: URL: <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/cyber-mobbing-was-ist-das.html> - Stand 12.06.2011.

Klinger, Walter (2008): Jugendliche und ihre Mediennutzung 1998 bis 2008. Eine Analyse auf Basis der Studienreihe Jugend, Information und (Multi-)Media/ JIM. In: Reitze, Helmut (Hrsg.) (2008): Media Perspektiven. Frankfurt am Main, S. 625- 634.

Klopp, Tina (2009): Was eine Freundschaft im Netz wert ist. In: Zeit Online (Hrsg.): URL: <http://www.zeit.de/online/2009/37/Facebook-Freunde/komplettansicht?print=true> - Stand 03.06.2011.

Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (kjm) (Hrsg.): Beurteilungsmaßstäbe. In: URL: http://www.kjm-online.de/de/pub/jugendschutz_in_telemedien/beurteilungsmaassstaebe.cfm - Stand 12.06.2011.

Körber, Christian/ **Schaffar**, Andrea (2002): Identitätskonstruktionen in der Mediengesellschaft. Theoretische Annäherungen und empirische Befunde. In: Bundesministerium für Bildung Wissenschaft und Kultur (Hrsg.) (2002): Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik. Heft Nummer 41. Wien, S. 80- 86.

Krappmann, Lothar (1997): Die Identitätsproblematik nach Erikson aus einer interaktionistischen Sicht. In: Keupp, Heiner/ Höfer, Renate (Hrsg.): Identitätsarbeit heute. Frankfurt am Main, S. 79.

Kraus, Wolfgang (1996): Das erzählte Selbst. Die narrative Konstruktion von Identität in der Spätmoderne. Pfaffenweiler.

Kraus, Wolfgang/ **Mitzscherlich**, Beate (1997): Abschied vom Großprojekt. In: Keupp, Heiner und Höfer, Renate (Hrsg.): Identitätsarbeit heute. Frankfurt am Main, S. 163.

Kraus, Wolfgang (1999): Identität als Narration. Die narrative Konstruktion von Identitätsprojekten. In: Freie Universität Berlin (Hrsg.): In: URL: <http://web.fu-berlin.de/postmoderne-psych/berichte3/kraus.htm> - Stand 03.05.2011.

Kreye, Andrian (2011): Gesichtserkennung bei Facebook. Wer bin ich im Netz? In: Sueddeutsche.de. (Hrsg.): In: URL: <http://www.sueddeutsche.de/digital/gesichtserkennung-bei-facebook-die-evolution-der-digitalen-persoenslichkeit-1.1106658> - Stand 13.06.2011.

Kübler, Hans- Dieter (2005): Leben mit der Hydra. Medienwelten von Kindern und Jugendlichen. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): In: URL: <http://www.bpb.de/themen/HSGEQ7.html> - Stand 03.05.2011.

Kübler, Hans- Dieter (2010): Medienwirkungen versus Mediensozialisation. In: Vollbrecht, Ralf/ Wegener, Claudia (Hrsg.) (2010): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden, S. 17- 31.

Leven, Ingo/ Quenzel, Gudrun/ Hurrelmann, Klaus (2010): Familie, Schule, Freizeit: Kontinuitäten im Wandel. In: Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2010): Eine pragmatische Generation behauptet sich. Frankfurt am Main.

Luhmann, Niklas (1994): Copierte Existenz und Karriere. Zur Herstellung von Individualität. In: Beck, Ulrich/ Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hrsg.) (1994): Kinder der Freiheit. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt am Main, S. 193.

Lüke, Stephan (2010): Jugendliche? Hier nicht! In: Behnken, Imbke/ Breidenstein, Georg/ Michels, Inge/ Philip, Maik/ Von Salisch, Maria/ Wischer, Beate (Hrsg.) (2010): Szenen, Gruppen, Peers. Wissen für Lehrer. Seelze, S. 36- 37.

Lutz, Martin (2010): Die NPD unterwandert Facebook und StudiVZ. In: Welt Online: In: URL: <http://www.welt.de/politik/deutschland/article7087244/Die-NPD-unterwandert-Facebook-und-StudiVZ.html> - Stand 15.05.2011.

Marcia, James E./ Waterman, Alan S./ Matteson, David R./ Archer, Sally L./ Orlofsky, Jacob L. (1993): Ego identity. A Handbook for Psychological Research. New York.

Maurer, Markus/ Reinemann, Carsten (2006): Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM 1998- 2008. In: URL: <http://www.mpfs.de/index.php?id=150> - Stand 25.05.2011.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (1998): JIM- Studie 1998. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19- Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2008): JIM- Studie 2008. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19- Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2010): JIM- Studie 2010. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19- Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2010): KIM- Studie 2010. Kinder + Medien. Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13- Jähriger in Deutschland. Stuttgart.

Mienert, Malte (2008): Total Diffus. Erwachsenwerden in der jugendlichen Gesellschaft. Wiesbaden.

Mikos, Lothar/ Wiedermann, Dieter (2000): Aufwachsen in der „Mediengesellschaft“ und die Notwendigkeit der Förderung von Medienkompetenz. In: Richter, Karin/ Riemann, Sabine (Hrsg.) (2000): Kinder. Literatur. „Neue“ Medien. Baltmannsweiler.

- Misoch**, Sabina (2004): Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz.
- Moser**, Heinz (2006): Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter. Wiesbaden.
- Moser**, Heinz (2009): Selbstdarstellung im Netz. In: Wordpress (Hrsg.): In: URL: <http://heinzmoser.wordpress.com/2009/11/22/selbstdarstellung-im-netz/> - Stand 12.06.2011.
- Müller**, Helmut M. (2003): Schlaglichter der deutschen Geschichte. Bonn.
- Müller**, Bernadette (2011): Empirische Identitätsforschung. Personale, soziale und kulturelle Dimensionen der Selbstverortung. Wiesbaden.
- O'Reilly**, Tim (2005): What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the next Generation of Software. In: URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>- Stand 19.05.2011.
- Palfrey**, John/ **Gasser**, Urs (2008): Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben. Was sie denken. Wie sie arbeiten. München.
- Petersen**, Anita (2002): Interpersonale Kommunikation im Medienvergleich. Münster, New York, München, Berlin.
- Pilarczyk**, Hannah (2011): Soziale Spaltung im Netz. Ich will keine Assis als Freunde. In: Spiegel Online (Hrsg.): In: URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,757280,00.html> - Stand 12.05.2011.
- Postman**, Neil (1983): Das Verschwinden der Kindheit. Frankfurt am Main.
- Rätz- Heinisch**, R./ **Schröer**, W./ **Wolff**, M. (2009): Lehrbuch Kinder- und Jugendhilfe. Grundlagen, Handlungsfelder, Strukturen und Perspektiven. Weinheim und München.
- Richard**, Rainer/ **Krafft- Schöning**, Beate (2007): Nur ein Mausclick zum Grauen. Jugend und Medien. Halle.
- Richard**, Birgit/ **Grünwald**, Jan/ **Recht**, Marcus/ **Metz**, Nina (2010): Flickernde Jugend- Rauschende Bilder. Netzkulturen im Web 2.0. Frankfurt am Main.
- Riesman**, David/ **Denney**, Reuel/ **Nathan**, Glazer (1958): Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters. Reinbek bei Hamburg.
- Roth**, Phillipp/ **Wiese**, Jens: Facebook Nutzerdaten Deutschland. In: Web Media Brands, Inc. (Hrsg.): Allfacebook.de. previously facebook marketing.de. In: URL: <http://allfacebook.de/userdata/> - Stand 01.06.2011.

Roth, Phillipp/ Wiese, Jens: Facebook Infografik und Statistiken. In: Web Media Brands, Inc. (Hrsg.): Allfacebook.de. previously facebook marketing.de. In: URL: http://allfacebook.de/zahlen_fakten/facebook-infografik-und-statistiken - Stand 01.06.2011.

Safko, Lon/ Brake, David K. (2009): The Social Media Bible. Hoboken.

Schadwinkel, Alina (2011): Virtuell bin ich besser. In: Zeit Online (Hrsg.). In: URL: <http://pdf.zeit.de/zeit-wissen/2011/03/Amber-Case.pdf> - Stand 18.05.2011.

Schloemann, Johan (2011): Wie wir uns im digitalen Zeitalter erinnern. In: Sueddeutsche.de (Hrsg.): In: URL: <http://www.sueddeutsche.de/digital/internet-gesellschaft-wie-wir-uns-im-digitalen-zeitalter-erinnern-1.1052706> - Stand 09.06.2011.

Schmidt, Jan- Hinrik/ Paus- Hasebrink, Ingrid/ Hasebrink, Uwe (2009): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0- Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Düsseldorf.

Schmidt, Axel (2010a): Ausgelacht, abgedisst, eingegliedert. Schaukämpfe in der Gruppe. In: Behnken, Imbke/ Breidenstein, Georg/ Michels, Inge/ Phillip, Maik/ Von Salisch, Maria/ Wischer, Beate (Hrsg.) (2010): Szenen, Gruppen, Peers. Wissen für Lehrer. Seelze, S. 12- 15.

Schmidt, Jan- Hinrik (2010b): Netzwerkplattformen als Räume des Heranwachsens. In: Fuhs, Burkhard/ Lampert, Claudia/ Rosenstock, Roland (Hrsg.) (2010): Mit der Welt vernetzt. Kinder und Jugendliche in virtuellen Erfahrungsräumen. München, S. 163- 177.

Schröder, Jens (2011): Wie Facebook die Konkurrenz auffrisst. In: ZDF (Hrsg.): In: URL: <http://blog.zdf.de/hyperland/2011/05/wie-facebook-die-konkurrenz-auffrisst/> - Stand 13.06.2011.

Schulz, Winfried (2004): Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. In: European Journal of Communication (Hrsg.) (2004): Vol. 19. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, S. 87- 101.

Serrao, Marc Felix (2009): Freundschaft? Nein, danke. In: Sueddeutsche.de (Hrsg.): In: URL: <http://www.sueddeutsche.de/digital/facebook-freundschaft-nein-danke-1.159587> - Stand 28.05.2011.

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH (Hrsg.): Sinus-Milieus. In: URL: <http://www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html> - Stand 12.05.2011.

Solis, Brian (2010): Defining Social Media: 2006 – 2010. In: Solis, Brian (Hrsg.): Brian Solis. Defining the convergence of media and influence. URL: <http://www.briansolis.com/2010/01/defining-social-media-the-saga-continues> - Stand 13.06.2011.

Stöber, Rudolf (2003): Mediengeschichte. Die Evolution „neuer“ Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung. Band 1: Presse- Telekommunikation. Wiesbaden.

Straus, Florian/ **Höfer**, Renate (1997): Entwicklungslinien alltäglicher Identitätsarbeit. In: Keupp, Heiner/ Höfer, Renate (Hrsg.) (1997): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt am Main, S. 270- 307.

Süß, Daniel/ **Hipeli**, Eveline (2010): Medien im Jugendalter. In: Vollbrecht, Ralf/ Wegener, Claudia (Hrsg.) (2010): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden, S. 142- 150.

Till, Cornelia (2003): Die republikanischen Grundlagen der Ehrungen und der Selbstdarstellung Caesars. Göttingen.

Tilmann, Angela (2008): Identitätsspielraum Internet. Lernprozesse und Selbstbildungspraktiken von Mädchen und jungen Frauen in der virtuellen Welt. Weinheim und München.

Turkle, Sherry (1999): Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internets. Reinbeck bei Hamburg.

Vogt, Peter (2007): Vorwort. In: Richard, Rainer/ Krafft- Schöning, Beate (2007): Nur ein Mausklick zum Grauen. Jugend und Medien. Halle, S. 9.

Vollbrecht, Ralf (2003): Aufwachsen in Medienwelten. In: Fritz, Karsten/ Sting, Stephan/ Vollbrecht, Ralf (Hrsg.) (2003): Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten. Opladen, S. 13- 24.

Von Bishopinck, Yvonne/ **Ceyp**, Michael (2009): Suchmaschinen- Marketing. Konzepte, Umsetzung und Controlling für SEO und SEM. Berlin und Heidelberg.

Von Salisch, Maria (2010): Wer oder Was ist ein Peer? In: Behnken, Imbke/ Breidenstein, Georg/ Michels, Inge/ Phillip, Maik/ Von Salisch, Maria/ Wischer, Beate (Hrsg.) (2010): Szenen, Gruppen, Peers. Wissen für Lehrer. Seelze, S. 4- 5.

Wahrig, Gerhard/ **Krämer**, Hildegard/ **Zimmermann**, Harald (1982): Der Grosse Brock- haus. Achtzehnter Band. Stuttgart und Wiesbaden, S. 605/ S. 625/ S. 672.

Wahrig, Gerhard/ **Krämer**, Hildegard/ **Zimmermann**, Harald (1983): Der Grosse Brock- haus. Neunzehnter Band. Stuttgart und Wiesbaden, S. 158/ S. 180/ S. 246.

Wegener, Claudia (2008): Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden.

Welsch, Wolfgang (2002): Unsere postmoderne Moderne. Berlin.

Wissenschaftlicher Rat der Dudenreaktion: Drosdowski, Günther/ Scholze- Stubenrecht, Werner/ Wermke, Matthias (1997): Duden, das Fremdwörterbuch. Mannheim, Wien, Zürich, S. 344.

Wolter, Clarice (2011): Gesichtserkennung bei Facebook. Gesucht, erkannt, verlinkt. In: FAZ- Net (Frankfurter Allgemeine) (Hrsg.): In: URL: <http://www.faz.net/artikel/C31158/gesichtserkennung-bei-facebook-gesucht-erkannt-verlinkt-30434927.html> - Stand 09.06.2011.

Zinnecker, Jürgen (2003): Jugend als Moratorium. Essay zur Geschichte und Bedeutung eines Forschungskonzepts. In: Reinders, Heinz/ Wild, Elke (Hrsg.) (2003): Jugendzeit- Time out? Zur Ausgestaltung der Jugendzeit als Moratorium. Opladen, S. 37- 64.