

## Ich im Netz.

# Selbstdarstellung von weiblichen und männlichen Jugendlichen in sozialen Netzwerken.

Bericht zum Forschungsprojekt „imaGE 2.0. Selbstdarstellung und Image-Management von weiblichen und männlichen Jugendlichen in digitalen Medien“

Gefördert wird das Projekt von der FFG (Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft) mit Mitteln des BMVIT (Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie) im Förderschwerpunkt „Talente“ FEMtech Forschungsprojekte – Gendergerechte Innovation, 1. Ausschreibung mit der Projektnummer 835543.

Wien, 30. Dezember 2013

Erstellt von:

Dipl.-Ing.<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Bente Knoll sowie

Bernadette Fitz, BSc, Patrick Posch, BA und Lukas Sattlegger, BA

**Büro für nachhaltige Kompetenz B-NK GmbH**

Schönbrunner Straße 59–61/26

A-1050 Wien

office@b-nk.at

<http://www.b-nk.at>

## Inhaltsverzeichnis

Zum Forschungsprojekt imaGE 2.0.....	2
Forschungsfragen und methodisches Vorgehen.....	3
Herausforderungen bei der Datenerhebung/Überraschendes.....	7
Lebenswelten von Jugendlichen im Zeitalter des Social Web .....	9
Ergebnisse der Erhebung .....	15
Anlässe, Facebook zu nutzen/nicht mehr zu nutzen .....	15
Konkretes Nutzungsverhalten der Jugendlichen .....	18
Identitätsbildung über Facebook.....	21
Theoretischer Exkurs: Identität .....	21
Selbstdarstellung .....	24
Bestätigung der Identität durch andere.....	29
Kollektive Identität .....	31
Geschlechterbilder auf Facebook .....	34
Starke und hübsche Mädchen – Weiblichkeitsbilder auf Facebook.....	36
Starke und hübsche Burschen – Männlichkeitsbilder auf Facebook .....	38
Facebook und Körperbilder – Freizügigkeit als weibliches Phänomen .....	41
Facebook und Gewalt – „Facebookfights“ als männliches Phänomen .....	43
Identitätskonstruktionen am Beispiel von Profilfotos .....	46
Bewertung unterschiedlicher Profilfotos.....	47
Datenschutz/Privatsphäre und damit verbundene Gefahren.....	53
Tipps und Vorschläge der Jugendlichen für einen sicheren Umgang mit Facebook.....	58
Tipps für Kinder .....	58
Tipps für ältere Geschwister und/oder Freundinnen und Freunde .....	59
Tipps für andere Akteurinnen und Akteure .....	60
Ausblick und Ansatzpunkte für die Weiterarbeit .....	61
Zusammenfassung .....	63
Literaturverzeichnis .....	69
Tabellen- und Abbildungsverzeichnis .....	72
Über das Büro für nachhaltige Kompetenz .....	73

## Zum Forschungsprojekt imaGE 2.0

Die vorliegende Studie „Ich im Netz. Selbstdarstellung von weiblichen und männlichen Jugendlichen in sozialen Netzwerken“ wurde im Rahmen des kooperativen Forschungsprojektes „imaGE 2.0. Selbstdarstellung und Image-Management von weiblichen und männlichen Jugendlichen in digitalen Medien“ erstellt. Das Projekt imaGE 2.0 beschäftigt sich mit dem Onlineidentitätsmanagement und Image-Repertoire von männlichen und weiblichen Jugendlichen und erforscht im empirischen Teil die konkreten Praktiken bei der Selbstdarstellung von männlichen und weiblichen Jugendlichen in digitalen Medien.

Die nun vorliegenden Ergebnisse der empirischen qualitativen Studie tragen dazu bei, die Selbstdarstellung und das Image-Management von weiblichen und männlichen Jugendlichen in Österreich (besser) zu verstehen. Aufbauend auf die Studie werden in den nächsten Projektmonaten didaktische Empfehlungen in Form eines Handbuchs und ein Train-the-Trainer-Kurs erstellt. Diese didaktischen und methodischen Anleitungen sollen dazu beitragen, dass weibliche und männliche Jugendlichen ihren eigenen Umgang mit digitalen Medien reflektieren und das Social Web (noch) besser und zugleich sicherer nutzen (können).

Das Projektkonsortium setzt sich aus dem Österreichischen Institut für angewandte Telekommunikation (ÖIAT) und dem Büro für nachhaltige Kompetenz (B-NK GmbH) zusammen. Gefördert wird das Projekt von der FFG (Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft) mit Mitteln des BMVIT (Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie) im Förderschwerpunkt „Talente“ FEMtech Forschungsprojekte – Gendergerechte Innovation, 1. Ausschreibung mit der Projektnummer 835543. Die Projektlaufzeit ist von 1. September 2012 bis 31. Oktober 2014 (26 Monate).

## Forschungsfragen und methodisches Vorgehen

Die konkreten Praktiken bei der Selbstdarstellung von männlichen und weiblichen Jugendlichen in digitalen Medien sind unter der Genderperspektive wenig erforscht. Zwar gibt es geschlechterdifferenziert aufbereitetes Datenmaterial zur Nutzung von digitalen Medien, es fehlt jedoch der genderspezifische Blickwinkel auf die Onlinepräsenz von weiblichen und männlichen Jugendlichen. Es liegen nahezu keine Ergebnisse zu den genderspezifischen Anforderungen von Jugendlichen an digitale Medien sowie zu (möglichen) genderspezifischen Ursachen vor. Einige Studien verweisen auf eine größere Vorsicht von weiblichen Jugendlichen bei der Selbstdarstellung (Vgl. Institut für Jugendkulturforschung: s.a.); andere stellen einen höheren Aktivitätslevel von Mädchen beim Veröffentlichen von Inhalten fest. „Es sind in der Tendenz eher die weiblichen Befragten, die im schülerVZ besonders aktiv sind. Besonders deutlich treten diese Unterschiede im Hinblick auf das Hochstellen, Anschauen und Kommentieren von Bildern zutage. Sind es von den Burschen z. B. gerade einmal 22 %, die angeben, oft Bilder ins schülerVZ zu stellen, so sind es von den Mädchen mit 40 % fast doppelt so viele, die oft Bilder hochladen.“ (Vgl. Schorb, Bernd et al.: 2010, 32)

Verschiedenste Bewusstseinsbildungsinitiativen (saferinternet.at-Initiative, watch your web, Click & Check, klicksafe etc.) rücken mittlerweile den Schutz der Privatsphäre in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten. Es zeigt sich aus den Erfahrungen der Projektpartnerin ÖIAT, die die Initiative saferinternet.at betreibt, dass es oft sehr schwer ist, Jugendliche zu erreichen – überhaupt dann, wenn sich die zentrale Botschaft (oftmals mit „erhobenem Zeigefinger“) darauf konzentriert, welche persönlichen Daten **nicht** veröffentlicht werden sollen. Ein Perspektivenwechsel ist erforderlich, der auf die Frage fokussiert: „Wie gestalte ich ganz bewusst ein meinen persönlichen Ansprüchen gerecht werdendes Onlineimage?“ Die Sinnhaftigkeit dieses Perspektivenwechsels liegt auch darin begründet, dass Jugendliche digitale Medien nicht nur für Information, Kommunikation und Entspannung nutzen, sondern das Social Web mit seinen Möglichkeiten der Selbstdarstellung und Selbstinszenierung eine

wichtige Rolle für die Identitätsbildung von Jugendlichen spielt. Jugendliche befinden sich meist auf der Suche nach der eigenen Identität und sind in einer Phase, in der Proberhandlungen gesetzt werden und das Feedback des sozialen Umfelds darauf für sich interpretiert wird. Digitale Medien unterstützen massiv sowohl individuelle Identitätsbildungsprozesse als auch Prozesse der soziokulturellen Verortung. (Vgl. Institut für Jugendkulturforschung: s.a.; Großegger, Beate: 2010)

Aus diesen theoretischen Überlegungen heraus wurden folgende **Forschungsfragen** für die vorliegende Studie formuliert:

- Wie stellen sich jugendliche Mädchen/Burschen in digitalen Medien dar?
- Wie ist der Umgang von weiblichen und männlichen Jugendlichen mit deren Onlinereputation bzw. beim eigenen Image-Management in digitalen Medien?
- Welche geschlechtsspezifischen Unterschiede lassen sich erkennen und auf welche Vorstellungen von „Männlichkeit“/„Weiblichkeit“ beziehen sich Jugendliche

Das **Forschungsdesign** orientierte sich an interpretativen, rekonstruktiven Methoden der empirischen Sozialforschung und der theoriegeleiteten Analysepraxis der Grounded Theory (Vgl. Glaser, Barney; Strauss, Anselm: 1967). Für die Datenerhebung selbst wurde dabei auf die erstmals von Kurt Lewin (1946) formulierten Ideen zur partizipativen Aktionsforschung zurückgegriffen. Aktionsforschung erhebt den Anspruch, die Menschen, die im Fokus des Forschungsinteresses stehen, nicht nur wissenschaftlich verstehen zu lernen, sondern ihnen zu helfen, sich selbst und ihre soziale Umwelt besser zu verstehen, soziale Zusammenhänge, Probleme und Herausforderungen als Gruppe und in der Gruppe zu erkennen und Praktiken durch dieses Bewusstsein möglicherweise zu verändern (vgl. u.a. Atweh, Bill et al.: 2002; Rearson, Peter: 1995; Rearson, Peter; Bradbury, Hilary: 2008). Aktionsforschung macht die Forschungsobjekte selbst zu Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Forschungs- und Erkenntnisprozesses – im Projekt imaGE 2.0 also Jugendliche. Im Rahmen von multimethodisch angelegten Workshops zur Datenerhebung waren die Jugendlichen die

Expertinnen und Experten, die, durch entsprechende Diskussionsfragen und Aufgaben angeregt, die eigenen Handlungen und Bewertungen reflektieren konnten.

Die **Erhebungen** fanden an fünf Schultypen (AHS und BHS) in Wien, Niederösterreich und Oberösterreich statt. Im Sinne eines Theoretical Sampling wurden die Schulen nach Raumtyp (Stadt, Stadtumland und ländlicher Raum) sowie nach dem Ansehen der Schule in der Öffentlichkeit ausgewählt, um ein möglichst breites Spektrum abzudecken. An den Workshops nahmen Jugendliche im Alter zwischen 14 und 20 Jahren teil. Die erste Erhebungsrunde wurde im Februar 2013 durchgeführt, die zweite im Juni 2013. Die Workshops dauerten jeweils zwei Unterrichtseinheiten inklusive einer 10-minütigen Pause. Die teilnehmenden Jugendlichen zeigten eine hohe Motivation, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen, und waren zum größten Teil sehr kooperativ. Ebenfalls waren die zuständigen Lehrkräfte, die Direktorinnen und Direktoren sehr engagiert und unterstützten uns durch das Rekrutieren der SchülerInnen und bei organisatorischen Details.

Die Mitarbeit und die Inputs der Jugendlichen wurde in Form von Audioaufnahmen, Fotos und in schriftlicher Form – sowohl von den Jugendlichen selbst geschrieben als auch von den Forscherinnen und Forschern in Form von Beobachtungsprotokollen – festgehalten. Jeweils direkt anschließend an die Erhebung an den Schulen wurde gemeinsam im Forschungsteam der Workshop reflektiert und ein Gedächtnisprotokoll niedergeschrieben. Die transkribierten Audioaufnahmen wurden mittels des qualitativen Datenanalyseprogramms AtlasTI 7 digital codiert. Die anderen Materialien (wie z. B. Post-IT, Collagen, Computerausdrucke) wurden für die Auswertung schriftlich aufbereitet.

Für die zweite Erhebungsrunde wurde zusätzlich ein Onlinefragebogen entwickelt, mit dem Ziel, mehr über die Hintergründe der Jugendlichen bezüglich deren Bewertung anderer Facebook-NutzerInnen – am Beispiel von Profildfotos – herauszufinden. Aufgabe war es, (fiktive) Personen anhand derer Facebook-Profilbilder zu charakterisieren. Durch eine Einstiegsgeschichte wurden die SchülerInnen auf einer persönlichen Ebene angesprochen.

„Stell dir vor, eine Freundin von dir hat auf Facebook zwei Freundschaftsanfragen von unbekanntenen Personen erhalten. Bevor sie die Freundschaftsanfragen bestätigt, schaut sie sich die Facebook-Profile dieser Personen an. Bei beiden ist – bis auf den Namen und das Profilbild – nichts öffentlich gestellt. Deine Freundin zeigt dir die folgenden zwei Profilbilder und möchte gerne deine Meinung dazu wissen.“ Zu den zwei Profilbildern waren jeweils vier Fragen zu beantworten, wobei die Texte für Mädchen weiblich „Du rätst deiner Freundin, sich mit dieser Person zu befreunden“ und die Texte für Burschen „Du rätst deinem Freund, sich mit dieser Person zu befreunden“ männlich formuliert waren. Der Fragebogen wurde als Onlineumfrage mit der freien Onlineumfrage-Applikation LimeSurvey erstellt. Für jede der teilnehmenden Schulen wurde ein eigener Link erstellt. Dieser wurde zwei Wochen vor der zweiten Erhebungsrunde an die Ansprechpersonen in den jeweiligen Klassen versendet. Die ausgefüllten Fragebogen wurden aus LimeSurvey in Tabellenform exportiert. Der Fragebogen wurde von 35 (von 46) Schülerinnen und Schülern vollständig ausgefüllt.

Die **Anzahl der SchülerInnen**, die an den Workshops teilgenommen haben, ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

Schultyp	Erste Erhebungsrunde Februar 2013		Zweite Erhebungsrunde Juni 2013	
	Anzahl Schüler	Anzahl Schülerinnen	Anzahl Schüler	Anzahl Schülerinnen
Handelsakademie (HAK)/ Handelsschule (HAS)	2	4	2	3
Gymnasium (G)/ Realgymnasium (RG)	6	4	4	4
Höhere land- und forstwirtschaftliche Schule (HLFS)	0	10	0	9
Gymnasium (G)/ Realgymnasium (RG)	10	1	10	1
Gymnasium (G)/ Realgymnasium (RG)/ Wirtschaftskundliches Realgymnasium	7	2	7	2

Tabelle 1: Anzahl der teilnehmenden SchülerInnen aufgeteilt nach Schule und Erhebungsrunde

Es gab SchülerInnen, die nach unseren Workshops (nach der zweiten Erhebungsrunde) an uns herangetreten sind und sich bedankt haben. Sie hätten durch unsere Arbeit mit ihnen im Laufe des letzten halben Jahres eine gewisse Persönlichkeitsentwicklung und reflektiertere Herangehensweise bei der Nutzung von sozialen Medien erfahren.

## Herausforderungen bei der Datenerhebung/Überraschendes

Die Verteilung der Geschlechter in den Workshops war nicht ausgeglichen. Dies hatte mehrere Gründe:

- Die Teilnahme an den Workshops war freiwillig und wurde teils vom Lehrpersonal, teils von den Klassensprecherinnen und -sprechern selbst organisiert.
- Das Forschungsteam hatte wenig bis gar keinen Einfluss darauf, welche SchülerInnen sich freiwillig zu den Workshops meldeten. Anscheinend wollten eher Burschen daran teilnehmen oder die Mädchen im Klassenverbund hielten sich bewusst oder unbewusst zurück. Es kann auch sein, dass durch die Geschlechterrollen die Mädchen zurückhaltender agierten.
- In einer Schule haben ausschließlich Mädchen an beiden Workshops teilgenommen.

Die Jugendlichen haben in der ersten Erhebungsrunde durchgehend aktiv und engagiert mitgearbeitet. Bei der zweiten Runde waren manche SchülerInnen nicht mehr so enthusiastisch bei der Sache. Dies kann daran liegen, dass die Sommerferien bald begonnen haben oder das Thema die Jugendlichen nicht mehr interessierte.

Auffallend war, dass die Burschen tendenziell ein extrovertierteres Auftreten an den Tag legten, sich stärker an den Diskussionen beteiligten und versuchten, lustig zu sein und aufzufallen. Dies ist ein Verhalten, das laut den Ergebnissen eher weniger die Situation auf Facebook widerspiegelt als das in der realen Gruppendiskussion.

Die erwähnte Unterzahl der Schülerinnen bedingte daraus folgend eine schwierigere Situation für die Mädchen, sich Gehör zu verschaffen. Die Persönlichkeit der teilnehmenden Mädchen spielte sicherlich auch eine Rolle. Manche machten einen eher schüchternen Eindruck bzw. andere wollten seltener etwas zu den Themen sagen. Daher wurde auch versucht, im Laufe der Erhebungen die Mädchen zu animieren, ihre Meinungen zu den Fragestellungen abzugeben. Bei der Auswertung und Interpretation wurde der Umstand – dass weniger Mädchen an der Untersuchung teilnahmen und dass diese weniger im Plenum sagten – berücksichtigt.

Die Jugendlichen legten eine hohe Reflexionsfähigkeit der eigenen Handlungen bezüglich Facebook an den Tag. Sie machen sich anscheinend mehr Gedanken darüber, wie sie diesen Kanal nutzen, als dies in den Medien oder der vermeintlichen „gesellschaftlichen Meinung“ der Fall ist. Es entsteht jedoch der Eindruck, dass die SchülerInnen einiges an Phrasen parat haben, die sie aus diversen Schulungen oder Medien übernommen haben.

## Lebenswelten von Jugendlichen im Zeitalter des Social Web

Web-2.0-Anwendungen („Mitmach-Internet“, „Social Web“) sind ein selbstverständlicher Bestandteil des Medienalltags – auch bei Kindern und Jugendlichen – geworden. Web 2.0 ist ein von Tim O'Reilly (2004) geprägter Neologismus, der sich auf eine wahrgenommene zweite Generation webbasierter Dienstleistungen – wie Social Networking Sites, Wikis, interaktive Kommunikationstools und Social Tagging –, die die Onlinezusammenarbeit und die gemeinsame Benutzung von digitalen Ressourcen hervorheben, bezieht. Web-2.0-Websites ermöglichen den Userinnen und Usern mehr als nur das Abrufen von Informationen. Sie stützen sich auf die interaktiven Möglichkeiten, um „Netzwerk als Plattform“-Informatik anzubieten. Dies ermöglichte es, Softwareanwendungen komplett über einen Browser laufen zu lassen. Web-2.0-Websites bieten oftmals eine „Teilnahmearchitektur“ an, die dazu ermutigt, einen (Informations-)Mehrwert in Form von Kommentaren, Bewertungen oder Ähnlichem hinzuzufügen.

Kinder und Jugendliche bewegen sich schon in sehr jungen Jahren im Internet. Die europaweite Studie „EUKidsonline“ zeigt, dass fast alle Kinder in Österreich, die online gehen, das Internet von zu Hause aus nutzen (98 %). Gegenüber dem europäischen Durchschnitt (34 %) nutzen relativ viele Kinder in Österreich (53 %) das Internet über Mobiltelefone oder Smartphones. Das durchschnittliche Einstiegsalter für die Internetnutzung beträgt in Österreich 10 Jahre und liegt somit um ein Jahr über dem europäischen Durchschnitt. 51 % der befragten österreichischen Kinder nutzen das Internet täglich oder fast täglich; dieser Wert liegt unter dem europäischen Durchschnitt von 60 %. (Vgl. Livingstone, Sonia et al.: 2011) Das Surfen im World Wide Web bedingt jedoch einiges an Ausstattung und Zeit, wie die „JIM-Studie Jugend, Information, (Multi-)Media“ aus Deutschland für 2012 feststellt. Haushalte, in denen Jugendliche aufwachsen, sind bezüglich Computer, Handy, Fernseher und Internetzugang gut ausgestattet. Speziell für Smartphones (plus 20 Prozentpunkte, auf 63 %) und Tablet-PCs (plus 9 Prozentpunkte, auf 19 %) wird ein deutlicher Zuwachs dokumentiert.

Knapp die Hälfte der Zeit, die Jugendliche im Netz verbringen, nutzen sie zur Kommunikation über soziale Netzwerke, per E-Mail oder Chat. 79 % der 12- bis 19-Jährigen nutzen soziale Netzwerke zumindest mehrmals pro Woche, wobei auf Facebook 81 % der Jugendlichen aktiv sind. (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: 2012)

Die Kinder und Jugendlichen haben eine große Auswahl an verschiedensten Social-Media-Kanälen. Laut dem Report von shareaholic aus dem Jahr 2013 sind jedoch die drei meistgenutzten Social-Media-Kanäle Facebook, Twitter und Pinterest (Zeitraum September 2012–September 2013). Facebook wird am meisten genutzt und hatte in dem genannten Zeitraum einen Zuwachs von 59 %, Pinterest einen Zuwachs von 67 % und Twitter einen Zuwachs von 54 % (Wong, Danny: 2013).

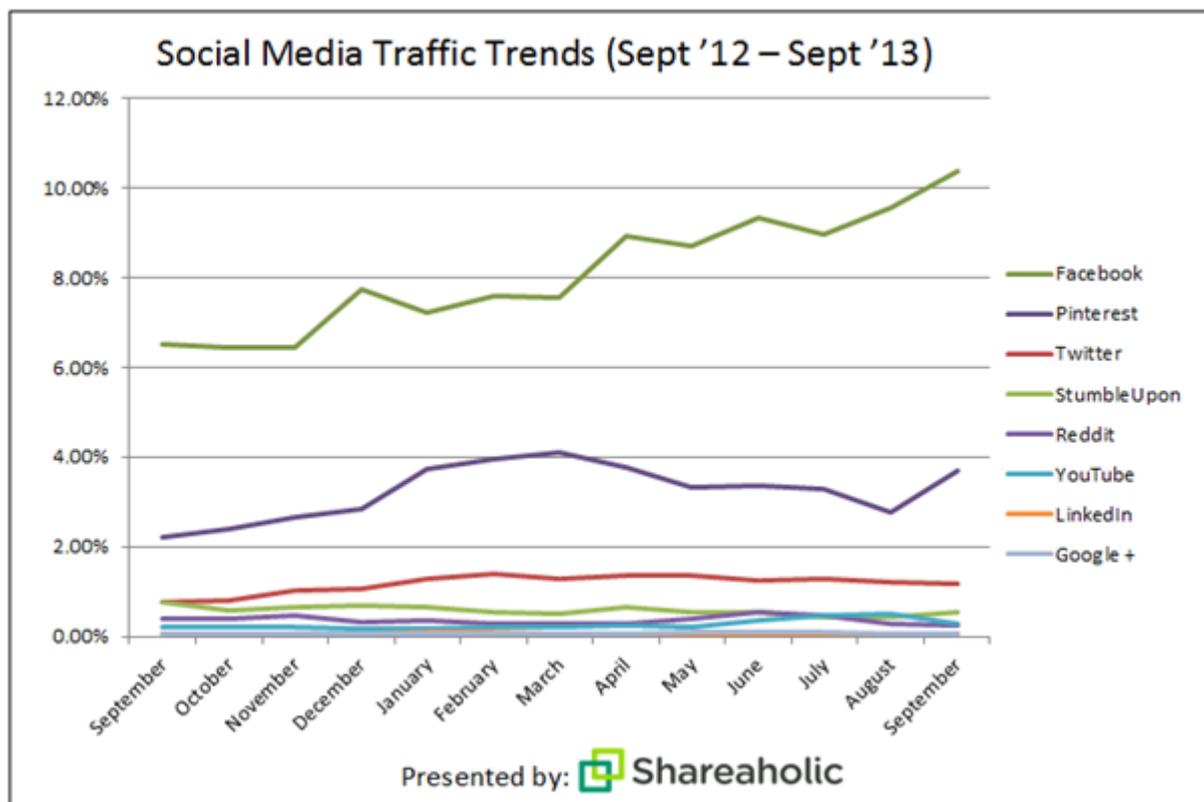


Abbildung 1: Traffic Trends Social Media

Facebook wurde als zu untersuchende Social-Media-Plattform herangezogen, da diese die Möglichkeit bietet, relativ unkompliziert Bilder hochzuladen und anderen zugänglich zu machen, in der Zielgruppe häufig genutzt wird und die Selbstdarstellung über diesen Kanal für die Jugendlichen einen gewissen Stellenwert hat.

Laut dem Report von shareaholic aus dem Jahr 2013 sind die drei meistgenutzten Social-Media-Kanäle Facebook, Twitter und Pinterest (Zeitraum September 2012–September 2013). Facebook wird am meisten genutzt und hatte in dem genannten Zeitraum einen Zuwachs von 59 % (Wong, Danny: 2013). Facebook ist ein webbasiertes soziales Netzwerk, in dem man mit Freundinnen und Freunden sowie mit Bekannten kommuniziert. Nach der Anmeldung können Inhalte von Nutzerinnen und Nutzern selbst eingestellt werden. Neben Statusmeldungen – oft wird gepostet, wie es einem gerade geht oder was man gerade macht – stellen die Mitglieder auch Fotos, Videos, Links zu Internetseiten oder Ähnliches online. Es gibt einen Live-Chat-Modus, bei dem NutzerInnen in Echtzeit miteinander kommunizieren können. Der Name Facebook geht auf Jahrbücher an amerikanischen Universitäten zurück, in denen alle Studierenden eines Jahrgangs mit Foto und Namen abgebildet sind. Dies ist auch beim sozialen Netzwerk Facebook so, wo Mitglieder ein Profilfoto und ein Titelbild hochladen müssen.

Für Österreich haben die BetreiberInnen der Website [www.socialbakers.com](http://www.socialbakers.com) die Facebook-Nutzungsdaten aufgearbeitet. Die größte Gruppe, die Facebook nutzt, sind die 25- bis 34-Jährigen, gefolgt von den 18- bis 24-Jährigen. Die 13- bis 17-Jährigen ergeben zusammen 12 % und sind die drittgrößte NutzerInnen-Gruppe. (Vgl. <http://www.socialbakers.com>)

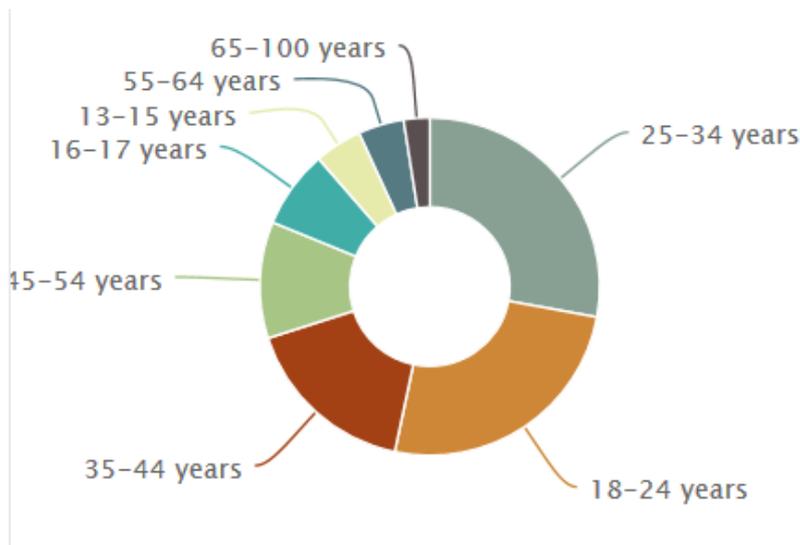


Abbildung 2: Facebook-Nutzung in Österreich nach Altersgruppen

Aufgeteilt nach Geschlecht ist ersichtlich, dass Frauen und Männer Facebook ausgewogen nutzen. Der Frauenanteil liegt bei 49 %, der Männeranteil bei 51 %.



Abbildung 3: Nutzung von Facebook nach Geschlecht

Die Internetnutzung hat sich durch die Möglichkeiten des Social Web verändert. Wie – und welche Strukturen hinter der Nutzung von Social-Media-Kanälen benötigt werden –, wird im folgenden Kapitel beschrieben.

Die Nutzung von sozialen Netzwerken ist neben den damit verbundenen Möglichkeiten, wie der Kontaktaufnahme mit anderen, Vernetzung zwischen unterschiedlichen Gruppen und Personen, auch mit der Herausforderung für die NutzerInnen verknüpft, das Spannungsfeld zwischen dem Schutz der eigenen Privatsphäre und der selbstbestimmten Pflege des eigenen Onlineimages auszubalancieren.

Digitale Technologien und im Speziellen das Internet sind für österreichische Jugendliche zu einem festen Bestandteil ihres Alltags geworden. Dabei schwimmt die Nutzung des Internets mithilfe mobiler Lösungen – wie z. B. durch Smartphones – immer mehr mit anderen Aktivitäten der Freizeitgestaltung. Die Schlagworte „Social Media“ und „Web 2.0“ benennen diese Veränderungen in der Anwendungskultur. Die Onlineaktivitäten wirken sich zunehmend auch auf die „Offlinekultur“ aus, indem sie etwa Kommunikationsroutinen verändern. Die beiden Welten wachsen gewissermaßen zusammen. Zeit- und Raumgefühl passen sich der Geschwindigkeit an, mit der räumliche und zeitliche Grenzen überwunden werden können. (Vgl. Großegger, Beate: 2013)

Laut einer europäischen Studie der Universitäten Mainz und Athen ist das Internet für Jugendliche entwicklungsbedingt besonders interessant, da es hilft, den altersbedingten Wissensdurst zu befriedigen. (Vgl. Dreier, Michael et al.: 2013, 8) Grundlegende Funktionen, die das Internet für Jugendliche erfüllt, sind demnach die rasche Beantwortung von Fragen, das schnelle Erhalten von hochaktuellen Informationen, die Verbindung zu vorhandenen und neuen sozialen Kontakten und Spaß zu haben. (Vgl. Dreier, Michael et al.: 2013)

Die **Jugendsprache** hat eine besondere Bedeutung für die Jugendlichen. Elena Santillán bezeichnet die „spielerische Komponente“ (Santillán, Elena: 2010, 129) als eine Essenz in der Jugendkommunikation. „Die Jugendlichen spielen kreativ mit Sprache und Kommunikation, sie greifen auf ihr gesammeltes Wissen zurück (das zum Großteil aus Medienwissen besteht), um ihre Sprache und ihre Kommunikation mit dem gewissen ‚Etwas‘ auszustatten und dabei neue Wörter, Redewendungen, Stile, Gesten etc. zu entwickeln“ (ebd.). Es entstehen neue Wörter im Spaß, im Spiel, im Witz; zur Belustigung der Gruppe. Nicht alle Erfindungen werden aber behalten; nur interessante Wortkreationen werden weitergeführt und nach und nach in die Jugendsprache eingeführt (vgl. ebd.). Begriffe tauchen auf, breiten sich rasant aus und verschwinden wieder. „Yolo“ (Anm.: You only live once), das „Inwort“ in der zweiten Erhebungsrunde, war in der ersten Runde noch weitgehend unbekannt bzw. wurde nicht so in den Vordergrund gestellt, wie dies bei der zweiten Erhebungsrunde der Fall war. Yolo wurde schon im November 2012 in Deutschland zum Jugendwort des Jahres gekürt (vgl. Wasshuber, Jakob: 2012). Im Frühjahr 2013 wurde dieses Jugendwort aber noch nicht in dem Ausmaß unter den von uns beforschten Jugendlichen in Österreich verwendet. Möglicherweise fanden die SchülerInnen diese Wortkreation (noch) nicht in dem Maße interessant, als dass sie diese in ihrem Sprachrepertoire aufnahmen.

In der Jugendsprache hat ein Begriff nicht immer dieselbe Bedeutung wie in der Sprache der Erwachsenen oder von Institutionen. So z. B. meinen Jugendliche, wenn sie von „Stalking“ sprechen, nicht den Tatbestand der „Beharrlichen Verfolgung“ laut StGB § 107a ([www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at)). Unter „Stalken“ werden das Lesen von Postings und die Onlineinformationsbeschaffung über andere Facebook-NutzerInnen verstanden. Genauso werden die Begriffe „schwul“ und „metrosexuell“ von den Jugendlichen synonym und mit abgewandelter Bedeutung für „nicht dem traditionellen Rollenbild“ entsprechende Burschen verwendet.

## Ergebnisse der Erhebung

In den folgenden Kapiteln werden die Ergebnisse der beiden Erhebungsrunden besprochen. Wie sieht die Facebook-Nutzung bei den befragten Jugendlichen aus? Wie bilden sie ihre Identität? Wie stellen sie sich mithilfe von Mitteilungen und Bildern selbst dar? Wie (re)produzieren sie Geschlechteridentitäten? Und welche Probleme ergeben sich punkto Datenschutz und Privatsphäre?

### Anlässe, Facebook zu nutzen/nicht mehr zu nutzen

*„Wenn mir eben langweilig ist, dann seh ich da immer nur zwei Möglichkeiten, Facebook oder YouTube.“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P11: #00:15:37#)*

Es hat sich gezeigt, dass Facebook für die Jugendlichen viele unterschiedliche Funktionen erfüllt. So stellt es für die SchülerInnen eine **Kommunikationsplattform** dar. Mit Posting-, Chat-, Veranstaltungs- und Gruppenfunktion – Fotos und Videos werden ebenfalls untereinander getauscht – bietet ihnen dieses soziale Netzwerk ein großes Angebot an nützlichen Kommunikationstools, die sie zur Aufrechterhaltung und zum Finden von Kontakten nutzen. Gleichzeitig ist Facebook die zentrale individualisierte **Informationsquelle** der Jugendlichen, die sowohl Informationsaustausch im persönlichen Umfeld als auch andere Informationen – über z. B. Sport, Bands, Computerspielerhersteller – ermöglicht. Es wird von den Schülerinnen und Schülern genutzt, um Neuigkeiten zu erfahren und sich auszutauschen; Hausübungen werden besprochen, Termine im Sportverein koordiniert. Dies geschieht über die jeweiligen Facebook-Gruppen. Diejenigen, die an einer Kommunikation via Facebook nicht teilnehmen können oder wollen, haben dabei keine Stimme und keine Information(en). So scheint für die Akteurinnen und Akteure sozialer und institutioneller Druck zu entstehen, ständig online zu sein. Es wird von z. B. Sporttrainerinnen und -trainern oder

Lehrerinnen und Lehrern angenommen und erwartet, dass die Ankündigungen in der Facebook-Gruppe von den Jugendlichen gelesen werden. Wer nicht an dieser Gruppe partizipiert, ist selbst für sein Uninformiertsein verantwortlich. Die Befürchtung, ohne Facebook viele – für die Jugendlichen wichtige – Dinge nicht zu erfahren, ist teilweise gegeben. Die SchülerInnen fühlen sich ausgeschlossen, wenn sie an relevanten sozialen Ereignissen nicht teilnehmen können.

Eine Interpretation dazu ist, dass sich eine Umverteilung bei der Verantwortlichkeit für das Gelingen der Kommunikation beobachten lässt. Dies deckt sich mit der Beobachtung von Schmidt et al. „Interpersonale Kommunikation im engeren Sinn findet entweder (asynchron) über das Versenden von Nachrichten oder (synchron) durch Instant-Messaging bzw. Chat-Dienste statt“ (Schmidt, Jan-Hinrik et al.: 2011, 78). Der oder die InformationssenderIn entzieht sich der Verantwortung, dass der oder die InformationsempfängerIn die Information auch erhält. Jede und jeder hat scheinbar die Aufgabe, sich immer und überall zu informieren. Diejenigen, die sich nicht von selbst die Informationen beschaffen wollen oder können – Personen, die keinen Facebook-Account haben – sind selbst schuld, meinen die Jugendlichen.

Das **persönliche Beziehungsmanagement** wurde als ein weiteres wichtiges Nutzungsmotiv von den Schülerinnen und Schülern genannt. Die Onlinekommunikation auf der Plattform Facebook ist ein Bestandteil des sozialen Lebens und der Kommunikationsprozesse in ihrer Peer-Gruppe, aber auch in einigen Fällen ein Werkzeug, um mit Leuten in Kontakt zu bleiben, die sich z. B. weiter entfernt von ihrem Wohnort befinden. Vor allem scheint das für Jugendliche mit Migrationshintergrund eine wichtige Rolle zu spielen. Jan-Hinrik Schmidt et al. (2011) kommen zu dem ähnlichen Schluss, dass die meisten Jugendlichen das Social Web Friendship-driven nutzen. Neben diesen Nah-Beziehungen hat das soziale Netzwerk dabei aber noch die Funktion, schwächere Beziehungen aufrechtzuerhalten und gegebenenfalls wieder aktivieren zu können. „Netzwerkanalytisch ausgedrückt resultiert das Beziehungsmanagement im Social Web sowohl in einer Bestärkung der ‚strong ties‘, also der starken und engen Beziehungen, die über einen weiteren Kanal gepflegt werden können, als

auch in einer Ausweitung der ‚weak ties‘, also den eher schwachen und auf einzelne Rollenkontexte bezogenen Beziehungen.“ (Schmidt, Jan-Hinrik et al.: 2011, 271 ff.)

Facebook wird auch als **Zeitvertreib** von den Schülerinnen und Schülern genutzt. Es ist ein bestimmendes Element der jugendlichen Zeitgestaltung. Ein Schüler bezeichnet dies folgendermaßen: „Wenn mir eben langweilig ist, dann seh ich da immer nur zwei Möglichkeiten, Facebook oder YouTube“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P11: #00:15:37#). Zur Unterhaltung nannten die jungen Erwachsenen z. B. auch Facebook-Seiten wie „9Gags“, auf der satirische Texte, Videos, Bilder etc. gepostet werden. Die Nutzung wird zur Alltagsroutine. „Es war halt früher so was Neues. Und jetzt ist es so wie Essen oder Schlafen. Wenn man gerade gar nichts macht und nicht weiß, was man machen soll, dann geht man halt auf Facebook“, (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 2, P26: #00:03:48#) benennt dies ein Jugendlicher.

Ein genderspezifischer Unterschied ist bei der Unterhaltungsfunktion des Mediums zu verzeichnen. So verwenden Burschen Facebook anscheinend häufiger zur Belustigung. Sie wollen über andere UserInnen, über sinnlose Diskussionen und Postings „ablachen“, wie es ein Schüler ausdrückt. Dies ist für Mädchen weniger zentral. Es stellt sich jedoch die Frage, ob das für Burschen tatsächlich wichtiger ist als für Mädchen oder ob die männlichen Teilnehmer dies in den beiden Erhebungsrunden stärker betont haben.

Ein weiteres Motiv für die Nutzung von Facebook, das stärker von den Schülern als den Schülerinnen betont wurde, ist das „Sichaufregen“ über Firmen oder Organisationen. Die SchülerInnen nannten Beschwerden über nicht funktionierende Internetverbindung, ein öffentliches Verkehrsmittel (Bus), das (der) nicht termingerecht kommt, und Ähnliches. Allgemein dient Facebook den männlichen Jugendlichen teilweise auch dazu, ihren Ärger abzulassen: „Ja. Und deswegen verwende ich Facebook auch, um mich aufzuregen“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P29: #00:18:28#). Mädchen artikulierten diese Form des Aggressionsabbaus nicht, was nicht bedeutet, dass sie das nicht tun. Die älteren Jugendlichen zeigten eine Distanzierung gegenüber den jüngeren betreffend ihr Onlineverhalten; Ältere grenzen sich bewusst ab.

Parallel zu den vielfältigen Nutzungsmotiven sprechen die SchülerInnen indirekt **Skepsis** bezüglich der eigenen Facebook-Nutzung an. Facebook werde zunehmend uninteressant, sie würden damit ihre Zeit verschwenden: „Es ist eigentlich der ur Zeitfresser“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 1, P19: #01:07:50#), beschrieb diese Situation ein Jugendlicher. Dies geht sogar so weit, dass sich die SchülerInnen wünschten, dass sie „es nie kennengelernt“ (Unisono, ER 1, P19: #01:07:46#) hätten. Facebook wird von den Schülerinnen und Schülern als Ablenkung erlebt, die sich negativ auf Schulnoten auswirken kann. Es scheint, dass es Diskrepanzen zwischen dem Nutzungsverhalten und der Meinung über die Sinnhaftigkeit der Nutzung von Facebook gibt.

**Sicherheitsbedenken** werden ebenfalls als Grund angeführt, Facebook weniger zu nutzen. Den Jugendlichen ist sehr wohl klar, dass das Internet nicht vergisst. Ein gepostetes Bild kann in den meisten Fällen immer gefunden und heruntergeladen werden. Auf das Thema Privatsphäre wird weiter unten eingegangen.

## Konkretes Nutzungsverhalten der Jugendlichen

*„[...] Also ich bin so ein Facebook-Typ, der nichts schreibt, sondern eben nur mitliest.“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P25: #00:06:06#)*

Der Großteil der SchülerInnen gab an, **wenig auf Facebook zu posten**, viel weniger als in früheren Jahren. Mittlerweile finden sie die Nutzung von Facebook als öffentliches Tagebuch unnötig und anstrengend. Sie beschreiben diesen Wandel von Vielposterinnen und Vielpostern hin zu Personen, die die vielen sinnlosen Postings nerven, als typische Facebook-Karriere. Dieser Prozess kann einerseits dem Alter, andererseits aber auch der Nutzungsdauer bzw. -intensität zugeschrieben werden. Betreffend Letzterem kommt Jan-Hinrik Schmidt et al. zum gleichen Schluss: „Unabhängig von der formalen Bildung zeigen

die Jugendlichen, die sich häufig intensiv im Social Web bewegen und für die seine Angebote eine hohe Relevanz erlangen, einen deutlich reflektierteren Umgang: Kompetenz scheint mit dem ‚Tun‘ zu wachsen“ (Schmidt, Jan-Hinrik et al.: 2011, 148).

Die Burschen gaben an, dass sie wenig aktiv posten, sondern Facebook zum Sichinformieren nutzen. Sie nennen das „passive Nutzung von Facebook“ und „Stalking“ (vgl. Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P6: #00:21:00#). Sie posten und liken nicht viel, aber lesen mit und sehen nach, was „die anderen so machen“. Ein Jugendlicher meint dazu: „Na ja, ich poste eigentlich so gut wie nie was [...] also eher so der stille Zuschauer“ (Jugendlicher, 14 Jahre, ER 1, P28: #00:06:07#). Die SchülerInnen meinten, dass die Burschen weniger aktiv auf Facebook kommunizieren als die Mädchen. Dies zeigen auch folgende Aussagen von einer Schülerin und einem Schüler: „Burschen posten generell nicht so oft“ (Jugendliche, 19 Jahre, ER 2, P33: #00:03:47#); „[...] Mädchen posten viel mehr als Jungs. Das sieht man, wenn man auf der Startseite runterscrollt bei den Neuigkeiten [...]“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 2, P31: #00:09:54#).

Die scheinbare Passivität der Jugendlichen auf Facebook muss insofern bei der Interpretation der Aussagen kritisch hinterfragt werden, als sie möglicherweise einer verzerrten Wahrnehmung der Jugendlichen selbst geschuldet ist. Die SchülerInnen vergleichen sich mit denjenigen, die sich am aktivsten zeigen und im Netzwerk am meisten auffallen. Es kann keine aktiven Freundinnen und Freunde geben, bei denen sie mitlesen und stalken können, wenn alle von sich selbst behaupten, eher passiv zu sein. Dieses Problem könnte an einer Diskrepanz in der Selbst- und Fremdwahrnehmung liegen. Die Profile der Jugendlichen zeigen – trotz der Aussagen der Jugendlichen über die Nichtnutzung der Postingfunktion – schon ein gewisses Maß an Aktivität. Ein Erklärungsansatz ist, dass sich die SchülerInnen-Gruppen als eine Art Ausnahme von den anderen Userinnen und Usern sehen. Dieses Herausstellen der eigenen Gruppe konnte bei einigen Workshops in den unterschiedlichen Schulen beobachtet werden.

Die Ergebnisse legen nahe, dass die **tatsächliche Kommunikation** auf Facebook hauptsächlich innerhalb der Cliques (Peergroups), aber nicht nur ausschließlich dort stattfindet. Auch wenn die SchülerInnen viele Freundinnen und Freunde auf Facebook haben, geschieht Interaktion eher mit denjenigen, zu denen sie auch offline ein Freundschaftsverhältnis pflegen und deren Gruppe sie sich zugehörig fühlen. Beliebt unter den Jugendlichen sind daher sogenannte „Insider“, die sie auf der Pinnwand posten. Das sind Wörter, Sätze oder Witze, die nur bestimmte Personen verstehen. Diese Insider bewirken, dass nur eine bestimmte Gruppe die Information versteht und sich diese Gruppe infolgedessen von anderen abgrenzt, obwohl die Information jeder und jedem zugänglich ist. Dies kann als Strategie begriffen werden, um auf Facebook Privatheit zu schaffen. Diese Art der Kommunikation ist anscheinend ein Exklusionsmechanismus, den Jugendliche gegenüber anderen anwenden.

Von den Jugendlichen wird Facebook außerdem genutzt, um **neue Kontakte** zu knüpfen und neue Leute kennenzulernen, die man auf der Straße nicht unbedingt direkt ansprechen würde. Eine Schülerin formuliert das so: „Ich hätte gesagt, damit man halt Leute kennenlernt, wo man sich sonst immer denkt, nein, mit denen kann ich jetzt nicht reden oder so. Und dann schreibt man sie halt zuerst auf Facebook an, ja, schaut man mal“ (Jugendliche, 14 Jahre, ER 1, P25: #00:06:59#).

**Gefühle** werden anscheinend von Burschen weniger über Facebook kommuniziert als von Mädchen. Burschen wollen laut eigenen Aussagen öffentlich keine Schwäche zeigen: „Das Internet kennt deprimierte Burschen nicht“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 1, P29: #00:36:46#). Dieses Rollenbild –Burschen dürfen keine Schwäche zeigen – kam in einigen Workshops intensiv zur Sprache. Daraus abgeleitet ergeben sich für die Burschen weniger Handlungsspielräume als für Mädchen. Burschen dürfen ihre Gefühle weniger preisgeben und nicht auf Facebook diskutieren.

## Identitätsbildung über Facebook

### Theoretischer Exkurs: Identität

Der menschliche Charakter ist nicht angeboren; er entwickelt sich durch die Verflechtung mit der sozialen und kulturellen Umwelt. Jedes Benehmen, Handeln, Verhalten hat einen sozialen Ursprung und ist angelehrt. Natürlich erscheinende gesellschaftlich geteilte Verhaltensweisen und -regeln, wie beispielsweise das Tragen von Kleidung, sind nicht natürlich gegeben, sondern sozial bestimmt. Sogar das individuelle Selbstverständnis als „Ich“ – als Individuum und Mensch – ist auf eben beschriebene Weise sozial determiniert (vgl. Eriksen, Thomas: 2001, 40 ff.). Diese soziale Determiniertheit des menschlichen Verhaltens lässt sich im Konzept der Identität erklären. Identitäten sind Verhaltensdispositionen, die Menschen im Verlauf ihres Lebens entwickeln. Identität liegt zwischen Kultur, Gesellschaft und Individuum. Der Begriff stellt eine Verbindung zwischen der Mikroebene des individuellen Handelns und der Makroebene der gesellschaftlichen Strukturen dar (vgl. Liebsch, Katharina: 2002, 68). Identitäten sind nichts Selbstgemachtes oder Individuelles, sondern historisch und sozial gewachsen (vgl. Alcoff, Linda: 2003, 3). Sie sind Ausdruck von sozialen Verhältnissen, Situationen und Beziehungen und werden im Wechselspiel zwischen bestehenden sozialen Strukturen und verändernder Aneignung ausgebildet. Identitäten transportieren damit sowohl Reaktionen auf Vorgegebenes wie auch selbst gestaltete Definitionen des eigenen Ichs (vgl. Liebsch, Katharina: 2002, 71 ff.).

Das Konzept von Identität ist konzentriert auf die Prozesse der Reflexion und Interaktion, mittels derer Individuen Selbst- und Gruppenbilder erstellen. Identitäten werden über soziale Benennungs- und Beziehungspraktiken gebildet. Sie sind ein kommunikatives Prinzip, das in Abhängigkeit von zeitlichem und kulturellem Wandel der Gesellschaft und der Individuen wirksam wird. Als kommunikatives Prinzip, als bestimmte Art, Individualität zu entwerfen, die wiederum selbst Wirkungen entfaltet und Bedeutungen hervorbringt, ist Identität nicht notwendigerweise Ausdruck einer dahinterstehenden Person mit einer entsprechenden

Subjektivität (vgl. Liebsch, Katharina: 2002, 71). Identität ist folglich nichts Fixes und Permanentes, sondern veränderlich und kontextgebunden – auch wenn sie von den sozialen Akteurinnen und Akteuren im Alltag meist als fix wahrgenommen wird. Das wird durch soziale Medien wie Facebook offensichtlich, bieten sie doch viele Möglichkeiten, Identitäten zu verändern.

**Soziale Identität** wird in vielen alltäglichen Situationen geprüft und vergeben, jeder Mensch beurteilt andere Menschen nach der Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen. Soziale Identitäten werden über Vergleiche erzeugt – dabei wird zwischen zwei Arten der Identitätsstiftung unterschieden: Ähnlichkeit und Differenz. Menschen klassifizieren Dinge und Personen und assoziieren oder distanzieren sich anschließend selbst dazu (vgl. Jenkins, Richard: 1996, 4). **Kollektive Identität** beruht demzufolge einerseits auf dem Sehen von Gemeinsamkeiten zu einer Gruppe und schafft dadurch andererseits immer Differenz und Unterschiede (vgl. Alcoff, Linda: 2003, 5). Soziale Identität ist eine Beziehung, sie entsteht in ihren Grenzen; dort wo sich innen und außen treffen (vgl. Jenkins, Richard: 1996, 24).

**Geschlechteridentität** kann auf diese Weise als soziale Identität, als Beziehung verstanden werden. Bei Geschlecht geht es vor allem um die sozialen Beziehungen, innerhalb derer Individuen und Gruppen handeln (vgl. Connell, Raewyn: 2013, 28). Es entsteht genauso in einem Prozess der Selbst- und Fremdzuschreibung wie alle anderen Formen von sozialer Identität auch. Männlichkeit und Weiblichkeit werden über Verhalten, Kleidung, Benennung erzeugt. Das Besondere an der sozialen Kategorie Geschlecht ist die Wirkmächtigkeit und Selbstverständlichkeit, die angenommene Unveränderlichkeit, die sie im soziokulturellen Raum besitzt. Der Zwang zur zweigeschlechtlichen Zuordnung in unserer Gesellschaft ist so stark, dass diese als einzige mögliche Geschlechtlichkeit erfahren wird. Die Beurteilung von Personen, ohne das Geschlecht zu identifizieren, ist uns sehr schwer möglich.

Die Besonderheit der Kategorie Geschlecht liegt in ihrer Beziehung zu Körpern. In der Alltagsdefinition von Geschlecht wird der Körper als Ausdruck einer angenommenen natürlichen Differenz anerkannt, des körperlichen Unterschieds zwischen männlich und

weiblich. Biologische Komplexität und Anpassungsfähigkeit werden, in der Annahme kulturelle Muster seien bloße „Ausdrucksformen“ körperlicher Unterschiede, in eine starre Dichotomie gezwängt. Diese biologische Grundlage gibt es aber nicht, dazu die Biologin Anne Fausto-Sterling (2002): „Je mehr wir nach einer einfachen biologischen Grundlage von Geschlecht suchen, desto klarer wird es, dass Geschlecht keine reine biologische Kategorie ist.“

Was es gibt, ist eine Arena, in der Körper in soziale Prozesse einbezogen werden, in der unser soziales Verhalten mit der reproduktiven körperlichen Differenz etwas anstellt. (Vgl. Connell, Raewyn: 2013, 29). In Bezug auf Identitäten im Social Web verweist Nicola Döring (2003) auf unsere „Teil-Identitäten“. So verfügt jedes Individuum zugleich über Geschlechtsidentitäten, Familien-, Berufsidentitäten, sexuellen, religiösen und nationalen Identitäten. All diese Identitäten zusammen ergeben erst das „Ich“ einer Person. (Vgl. Döring, Nicola: 2003, 325f.)

Folgend wird beschrieben, wie sich Nutzungsmuster der individuellen Identitäts(re)produktion der SchülerInnen darstellen.

## Selbstdarstellung

*„Weil ich finde, Facebook verleitet einen halt ur dazu, dass man sich selber die ganze Zeit in den Mittelpunkt stellt.“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 2; P20: #00:02:30#)*

Die SchülerInnen nutzen die Funktionen von Facebook, um anderen über ihr Leben und über ihre Aktivitäten **zu berichten**. Der Facebook-Community wird über den letzten Urlaub, eine Geburtstagsparty, zu der sie eingeladen war, oder eine sportliche oder künstlerische Leistung erzählt. Diese Selbstdarstellung wird teilweise auch als Zweck von Facebook verstanden: „Aber es ist ja eigentlich dazu gedacht, dass man was reinschreibt, wenn man irgendwas Interessantes macht. Und nicht, wenn man zum dritten Mal in der Woche mit den gleichen Freunden streitet“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 2, P20: #00:03:19#).

Ein wichtiges Medium der Onlineselbstdarstellung sind **Fotos**, im Speziellen das Profilbild und das Titelbild. Beide sind die erste visuelle Botschaft, die ein Facebook-Profil vermittelt. Über dieses entsteht der erste Eindruck über UserInnen. Anhand dieser Bilder versuchen die SchülerInnen sich so zu zeigen, wie sie von anderen gesehen werden wollen; es ist ihnen wichtig, sich mit dem Bild und dem gezeigten Inhalt identifizieren zu können. Die Jugendlichen sagen, dass das Bild etwas Besonderes sein und zur aktuellen Situation passen soll. Die Bedeutung der Profilbilder wird im Kapitel „Identitätskonstruktionen am Beispiel von Profilfotos“ näher erläutert.

Nicht nur Profilbild und Titelbild erfüllen wichtige Funktionen in der Selbstrepräsentation im Internet. Selbst gemachte Fotos machen Erlebnisse und in weiterer Folge Erinnerungen teilbar, wie dies die SchülerInnen ausdrücken: „Und das war beim Maturaball von meiner Schwester. Das war im Jänner. Und ja, ich habe das reingestellt, weil mir das halt wichtig ist.“ (Jugendliche 16, ER 1, P22: #00:00:56-0#) und „Da waren wir bei einer Veranstaltung bei der Landjugend. Da haben wir einen Preis gewonnen. Und dann halt einer, der wo mit

uns dort war, gleich ein Foto gemacht und hat das reingetan, damit die anderen Mitglieder das auch sehen, die was halt nicht dabei waren.“ (Jugendliche 16, ER 1, P22: #00:03:57-5#).

Außerdem ist das Aussehen bzw. die körperliche Attraktivität ein wichtiges Bewertungskriterium für sie. Anscheinend erhalten diese Aspekte mit steigendem Alter mehr Bedeutung und dies spiegelt sich in der Facebook-Nutzung wider. Der Körper ist ein Instrument der Selbstpräsentation. Dieser lässt sich über Fotos besser darstellen als über einen Text: Eine Schülerin formuliert dies so: „Und eben was ich glaube, dass die Jugendlichen eben versuchen, mehr Fotos zu posten, weil eben Aussehen wichtig ist, dass sie schön, cool, lässig und weiß nicht was alles wirken wollen [...]“ (Jugendliche, 15 Jahre, ER 2, P7: #00:15:01#). In seinen Theorien – besonders in der Theorie des Habitus und der Distinktion – führt Pierre Bourdieu die wesentliche Rolle des Körpers aus. In Körper sind die gesellschaftlichen Strukturen eingeschrieben und diese Strukturen werden wiederum von den Individuen reproduziert. (Vgl. Bourdieu, Pierre: 1985; 1987) Die Darstellung des Körpers ist Ausdruck des Lebensstils und dient gleichzeitig der Abgrenzung zu anderen sozialen Feldern. Der Körper kann ein Werkzeug sein, um die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe anzuzeigen oder aber auch um sich von anderen Gruppen abzugrenzen. Für die befragten SchülerInnen bedeutet das, dass sie versuchen, sich durch die Selbstpräsentation in der Peergroup zu bestätigen, und reproduzieren die Art der Selbstdarstellung in dieser.

**Geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Art der Fotos**, die der Selbstrepräsentation der eigenen Person, des eigenen Körpers dienen, sind in den Gruppen erkennbar. So definieren die an der Studie teilnehmenden Burschen ihr Aussehen stärker als eigene Leistung (z. B. Trainingsfotos), während Mädchen ihre Attraktivität als natürlich und selbstverständlich erscheinen lassen wollen. Dahinter steckt ein traditionelles Geschlechterbild, welches den Mann als stark und aktiv, alle Lebensbereiche unter eigener Kontrolle habend definiert, während die Frau die passive Schönheit, die Trophäe für den Mann zu sein hat. Neben den Fotos spielen für die SchülerInnen ebenfalls Videos eine Rolle. Sie

dienen den Burschen der Selbstdarstellung, um vor allem sportliche Leistungen – wie Snowboardtricks – in Szene zu setzen.

Bei der Selbstdarstellung wird von den Jugendlichen in allen Schulen sehr oft auf die Wichtigkeit von **Authentizität und Ehrlichkeit** hingewiesen. Ein Mädchen drückt dies so aus: „Also ich bin ehrlich. Also was im Facebook ist, das bin ich auch in echt. Also ich tu da jetzt nichts fälschen oder so, oder bin irgendwie anders vom Verhalten“ (Jugendliche, 15 Jahre, ER2, P16: #00:02:18#). Eine weitere Schülerin meint dazu: „Ich glaube, wenn man ein Foto hat, wo man normal lacht, dann wirkt das deswegen selbstbewusst, weil eigentlich fast jeder sich verstellt. Jeder, der so Fotos reinstellt mit derselben Pose, mit dem Duckface, die sind alle gleich. Und wenn man normal lacht, dann verstellt man sich nicht. Man ist sich selber“ (Jugendliche, 16 Jahre, ER2, P18: #00:07:49#). Hier wird eine Diskrepanz zwischen Eigen- und Fremdwahrnehmung deutlich: Die SchülerInnen sehen sich selbst als positive Ausnahmen von den anderen Negativbeispielen auf Facebook. Einerseits versuchen sie sich aktiv darzustellen, andererseits regt es viele der SchülerInnen auch auf, wenn Leute auf Facebook zu aktiv nach Aufmerksamkeit suchen. Die SchülerInnen teilen die Ansicht, dass die Funktionen von Facebook dazu verleiten können, sich besser darzustellen, als man ist, und um die Aufmerksamkeit von anderen auf sich zu ziehen.

Einerseits gilt die Regel „natürlich sein“ unter den Jugendlichen, andererseits soll man den von den Schülerinnen und Schülern selbst auferlegten Darstellungsnormen gehorchen. Dies scheint zu bedeuten, dass „echte“ traurige Gefühle theoretisch akzeptiert werden, in der Praxis aber jede Traurigkeit als nicht authentisch diffamiert wird. Folgender Kommentar eines Jugendlichen soll diese Interpretation verdeutlichen: „Na ja, traurige Gefühle. Wenn einmal wirklich was ist, soll er es von mir aus posten oder sie. Aber wenn das dann dann permanent jeden Tag einen Deprikommentar [Anm.: Gefühlsäußerung von Traurigkeit auf Facebook] oder Depri-Irgendwas gibt, ist das dann ja zu viel.“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER2, P31: #00:09:03#).

Es scheint Anerkennung zu bringen, sich in der Selbstdarstellung zu verstellen, aber nur versteckt und nicht zu offensichtlich. Der Schein der Authentizität und Ehrlichkeit muss dabei immer gewahrt bleiben. Dazu eine weitere ebenfalls widersprüchliche Interviewpassage:

*[Schüler:] „Weil, ich meine, jeder mag im Facebook gut aussehen, und ich meine, mit Ehrlichkeit erreicht man das nicht immer.“*

*[InterviewerIn:] „Das heißt, man muss sich schon verstellen?“*

*[Schüler:] „In gewissem Maße schon.“*

*[...]*

*[Schüler:] „Man sollte sich so verhalten, wie man eigentlich wirklich ist. Also man sollte nicht irgendwie versuchen, die ganze Zeit den Ansprüchen der Gesellschaft zu entsprechen. Nicht irgendwie sich zu verstellen und sich dann denken, yo, ich bin cool. Ich poste genau das, was die hören wollen. Das ist halt etwas, was nicht echt rüberkommt.“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER2, P32: #00:07:23#)*

Obwohl von den Jugendlichen mehrmals gefordert und als wünschenswert beschrieben, („Ich selbst sein, aber nicht zu viel“), ist der Anspruch der Jugendlichen nicht pure Authentizität und Ehrlichkeit, sondern eine gespielte Authentizität innerhalb der sozial erwünschten Darstellungsnormen, die als „echt rüberkommt“.

Die Mädchen beschreiben sich selbst eher als nicht authentisch. Die Burschen behaupteten ebenfalls, dass männliche Jugendliche sich nicht so verstellen wie Mädchen. Es gibt SchülerInnen, die ihre **unterschiedlichen Identitäten** durch unterschiedliche Facebook-Profile bedienen. Bei den befragten Schülerinnen und Schülern waren dies vor allem Mädchen mit Migrationshintergrund. Diese hatten ein Profil extra für die Eltern, Verwandten, Bekannten und eines für ihre Freundinnen und Freunde.

Facebook bietet gewisse **Freiheiten in der Selbstdarstellung**. Die SchülerInnen meinten, dass man auf Facebook eher aus den eingefahrenen sozialen Zwängen und Strukturen ausbrechen und sich selbstbewusst darstellen und agieren kann. Es ist laut den Jugendlichen leichter, sich über Facebook gemäß den eigenen Wunschvorstellungen zu zeigen. Dies legt den Schluss nahe, dass man außerhalb des Internets – wo man Einschränkungen unterliegt, wie dem eigenen Körper, den Charaktereigenschaften oder Verhaltensgewohnheiten – nicht diese Möglichkeiten der Freiheit in der Selbstdarstellung hat. Ähnlich sieht dies Nicole Ellison, die die Asynchronität in der Kommunikation anspricht. Durch diese Asynchronität können sich die Jugendlichen Zeit lassen, um zu antworten (vgl. Ellison, Nicole: 2012, 51). Dieser Ansatz kann weitergedacht werden. Sobald die Jugendlichen mehr Zeit für die Antwort oder ihre Darstellung auf dem Social-Media-Kanal haben, können sie sich überlegen, wer sie sein wollen. Diese Vorgehensweise wird jedoch von den Schülerinnen und Schülern manchmal negativ bewertet.

**Facebook als Bühne** – man kann die- oder derjenige sein, welche/-r man im echten Leben gerne wäre; dies soll aber authentisch wirken. Ein Spannungsfeld, in dem sich die Jugendlichen zu bewegen haben.

## Bestätigung der Identität durch andere

*„Dass man halt die Bestätigung hat, ja, ich habe einen guten Körper, wenn ich so viele Likes habe, dass ich mit mir zufrieden sein kann.“ (Jugendliche, 16 Jahre, ER 2, P24: #00:11:17#)*

Eine Erkenntnis aus den Workshops ist, dass Selbstdarstellung eine **Reaktion von außen** braucht. Diese geschieht durch Bestätigung der eigenen Aktivitäten von den anderen Nutzerinnen und Nutzern in Form von Likes und Kommentaren. Die Anerkennung und Bestätigung festigt anscheinend die eigene Identität. Kommt hingegen keine Reaktion auf die eigenen Onlineaktivitäten, erzeugt dies bei den Schülerinnen und Schülern Unsicherheit. Diese zeigt sich im Löschen der jeweiligen Bilder oder Posts. Von den anderen auf Facebook wahrgenommen zu werden, ist für die Jugendlichen Voraussetzung dafür, Identität zu entwickeln. Am förderlichsten für die Bildung einer selbstbewussten Identität sind laut den Schülerinnen und Schülern bestätigende Reaktion, also soziale Anerkennung.

**Likes** sind die auf Facebook gebräuchlichste Form bestätigender Reaktionen. Sie drücken Anerkennung aus und festigen die Freundschaft. Freundinnen und Freunde haben die Aufgabe, diese Bestätigung auch zu erbringen. Eine Schülerin benennt dies folgendermaßen: „Was sie postet, tue ich immer gefällt mir (...)“ (Mädchen, 15 Jahre, ER 1, P13: #00:38:08#). Laut den Jugendlichen wird Liken nicht nur auf den Inhalt des Postings bezogen, sondern stark auf die Person, die diese Inhalte erstellt hat. Likes und die damit verbundene Anerkennung sind den Schülerinnen und Schülern wichtig, sie geben ihnen Sicherheit und Selbstbewusstsein: „Dass man halt die Bestätigung hat, ja ich habe einen guten Körper, wenn ich so viele Likes habe, dass ich mit mir zufrieden sein kann“ (Jugendliche, 16 Jahre, ER 2, P24: #00:11:17#). Die SchülerInnen finden es unfair, wenn schöne Bilder wenige Likes bekommen, es herrscht eine Art Wettbewerb unter ihnen.

Die Ergebnisse zeigen, dass Burschen die Likes im Gegensatz zu den Mädchen weniger direkt auf die Sympathie der Person, sondern eher auf die (z. B. sportliche) Leistung beziehen. Wenn auf die Darstellung jedoch wenig Reaktion kommt, kann das genauso enttäuschend sein. Ein zu offensives Haschen nach Likes, die jedoch nichts mit der eigenen Person zu tun haben, finden sowohl Mädchen als auch Burschen unangebracht und nervig: „Das Unnötigste ist immer noch: Like in 3 Sekunden oder du hast 7 Jahre Pech oder so irgendwas“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P18: #00:48:15#). Oder: „Like, wenn du Gott liebst, scrolle weiter, wenn du in die Hölle kommen willst“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P29: #00:14:34#). Ein Schüler formuliert diesen Trend folgendermaßen: „Diese ganze Like-Geilheit. Das ist ein Wahnsinn“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 1, P29: #00:21:00#). Zugespitzt lautet die Maxime der Jugendlichen: „Bekomme möglichst viele Likes und Anerkennung, aber so unaufdringlich und authentisch wie möglich.“

Mädchen und Burschen erschaffen sich über Facebook ein individuelles Profil. Vergleicht man diese individuellen Profile der SchülerInnen, zeigen sie dennoch einen starken Trend zur Normierung. Die SchülerInnen nennen dieselben Filme und Bands, sie verwenden dieselbe Wort- und Bildsprache. Das Medium erlaubt ihnen, durch die Selbstdarstellung und die ständige Möglichkeit der gegenseitigen Bewertung so weit aufeinander Bezug zu nehmen, dass sich die Darstellungsweisen innerhalb der sozialen Gruppen stark angleichen.

Die von den Jugendlichen angestrebte Individualität ist – bei einer Betrachtung von außen – keine. Durch die sozial erwünschten, impliziten Regeln des Handelns, was und wie etwas auf Facebook dargestellt werden soll oder muss, kommt es zu einer Normierung der Individualität in den Peergroups. Dies führt zur kollektiven Identität.

## Kollektive Identität

*„Ja halt unsere Freundschaft sozusagen zeigen.“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P11: #00:02:53#).*

Die Ergebnisse zeigen, dass neben der individuellen auch die unterschiedlichsten kollektiven Identitäten über Facebook (re)produziert werden; wie dies etwa für Freundschaften, Cliques, Familien, Schulklassen, Vereine und andere Gruppen geschieht. Diese kollektiven Identitäten sind deshalb so wichtig, weil sie die individuellen Identitäten festigen und stärken. Eine Form der Abgrenzung und Konstruktion von Zusammengehörigkeit auf Facebook ist die der **Freundschaftsfunktion**. Die SchülerInnen bestimmen damit, wer zu ihrem sozialen Umfeld gehört und wer nicht. Sie allein haben es in der Hand, wer als Freundin bzw. Freund angenommen wird und wer nicht.

Eine andere von den Jugendlichen häufig genutzte Funktion auf Facebook, die Ab- und Eingrenzung und damit die Bildung kollektiver Identität ermöglicht, ist die **Gruppenfunktion**. Vereine, Schulklassen, Cliques haben oftmals eigene Facebook-Gruppen, die Zugehörigkeit leb- und sichtbar machen. Die Gruppen und ihre Identitäten entstehen also einerseits im „Doing“, dem Handeln und Kommunizieren nach innen; andererseits im „Displaying“, dem Darstellen und Zeigen der Gruppe nach außen. Dieses Darstellen hat durch soziale Medien, wie Facebook, neue Möglichkeiten und ein größeres Publikum erhalten. Die Begriffe „Doing“ und „Displaying“ wurden einem Ansatz aus der Familiensoziologie entlehnt, der Familie eben nicht als biologisch, sondern als sozial definierte (und damit veränderliche) Gruppe betrachtet. (Vgl. Finc, Janet: 2007, 66)

Die Aktivität und die Kommunikation auf Facebook sind ein wichtiger Teil der Freundschaftsbeziehungen zwischen den Jugendlichen. SchülerInnen, die nicht am sozialen Netzwerk partizipieren, laufen – nach Ansicht der befragten Jugendlichen – Gefahr, von der

Kommunikation in der realen (nicht internetbasierten) Freundschaftsgruppe ausgeschlossen zu werden. Eine Schülerin antwortete auf die Frage, was wäre, wenn sie auf Facebook verzichten würde: „Dann wüsste ich gar nicht, dass ich zum Franzi (Name geändert) seinem Geburtstag eingeladen bin“ (Jugendliche, 16 Jahre, ER 1, P24: #00:22:35#). Zu diesem Ergebnis kommen auch Jan-Hinrik Schmidt et al. (2011) und betonen, dass technisch vermittelte Kommunikation den Menschen nicht isolieren – sondern isoliert ist, wer nicht am Social Web teilnimmt.

Die SchülerInnen nutzen Facebook als Plattform, um miteinander in Verbindung zu bleiben und sich auszutauschen. Sie chatten miteinander, tauschen Fotos aus und teilen sich und ihrer Umwelt ihre Freundschaft durch Likes und Kommentare mit. Durch diese Aktivitäten reproduzieren sie ihre soziale Identität als Freundinnen bzw. Freunde. Ein Schüler auf die Frage, was er auf Facebook postet bzw. markiert: „Wenn man sich mit Freunden getroffen hat und so. Dass man noch einmal markiert halt, dass es ein cooler Tag war“ (Jugendlicher, 14 Jahre, ER 1, P7: #00:06:21#).

Eine weitverbreitete Art, Freundschaften im sozialen Netzwerk zu leben, sind **Insider**, also Posts und Kommentare, deren Bedeutung nur eine bestimmte Gruppe von Menschen versteht. Diese Insider definieren sich, wie der Name schon sagt, durch ein „Inside“ und ein „Outside“. Sie bilden – wie eine eigene Sprache – die Möglichkeit einer abgegrenzten Kommunikation in einer öffentlichen Sphäre. Die Insider können auch als Abgrenzung gegenüber der Erwachsenenwelt dienen. Durch die Herstellung einer Ingroup befindet sich diese in einer machtvolleren Position als die Outgroup (Erwachsene, LehrerInnen, andere Jugendliche, die nicht an der Interaktion partizipieren sollen) (Tajfel, Henri: 1978). Beispiele für Insider, die von den Jugendlichen genannt wurden, sind Zitate aus TV-Serien. Jugendliche und Erwachsene, die diese TV-Serien (z. B. Breaking Bad, How I Met Your Mother, Dexter etc.) nicht verfolgen, verstehen die Anspielungen der Jugendlichen auf Facebook nicht.

Eine andere Form, die Zusammenhörigkeit zu betonen, ist das bewusste **Spiel mit Identitäten**: Die SchülerInnen geben beispielsweise Freundinnen oder Freunde auf Facebook als Familienmitglieder an, um ihre Verbundenheit zu demonstrieren. „Paul [Name geändert] und ich kennen uns halt wirklich schon ziemlich viele Jahre. Und ich hab ihn halt auch als Bruder hinzugefügt“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 1, P18: #00:42:55). Oder die Jugendlichen geben an, mit dem besten Freund/der besten Freundin verheiratet zu sein; hier werden auch gleichgeschlechtliche EhepartnerInnen angegeben.

Eine weitere Möglichkeit, kollektive Identitäten darzustellen, bieten **Fotos**. Durch die Eindeutigkeit, wer auf dem Foto abgebildet ist und wer nicht, eignen sie sich, Gruppenzugehörigkeit darzustellen. Die SchülerInnen meinen, dass gute Freundinnen und Freunde viele gemeinsame Fotos auf Facebook haben. Dies zeigt, dass Freundschaft sich anscheinend nicht nur durch die befreundeten Personen definiert, sondern auch durch die Darstellung dieser Freundschaft nach außen via Fotos. Fünf Jugendliche haben in der ersten Erhebungsrunde das gleiche Titelbild von ihnen als Beispiel genannt. Dieses Darstellen von Freundschaft und Zusammengehörigkeit ist teilweise eine bewusst reflektierte Funktion der Fotos auf Facebook. Dies zeigt unter anderem folgende Aussage eines Schülers: „Ja halt unsere Freundschaft sozusagen zeigen“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P11: #00:02:53#).

Eine andere Funktion, die Facebook für Gruppen bietet, ist die weitgehende **Unabhängigkeit von geografischen und teilweise auch zeitlichen Einschränkungen**. Es ermöglicht das Pflegen von Freundschafts- und Verwandtschaftsbeziehungen über weite Entfernungen. Diese Funktion ist vor allem für Jugendliche mit Migrationshintergrund sehr interessant.

## Geschlechterbilder auf Facebook

Dieses Kapitel soll – anhand von den von Schülerinnen und Schülern zu bestimmten Geschlechterbildern erstellten Facebook-Profilen – aufzeigen, wie die soziale Kategorie Geschlecht die jugendliche Identitätsbildung beeinflusst und welche Auswirkungen diese auf die Facebook-Nutzung hat. Kurz gefragt: Wie wird Geschlecht als zentrale Identitätskategorie über die Facebook-Profile der Jugendlichen (re)produziert?

Das Internet mit seinen Diensten ist nicht von vornherein als weiblich oder männlich definiert, gleichzeitig ist es keine hierarchiefreie und von der Realität unabhängige Welt. Geschlechterbezüge werden situativ und kontextspezifisch hergestellt, das heißt, die geschlechtsspezifische Präsentation von Inhalten trägt zur Weiblichkeit und Männlichkeit des Internets bei (vgl. Döring, Nicola: 2007, 132).

Die **sozial geforderte Geschlechtszugehörigkeit** scheint in der Internetkommunikation, so auch auf Facebook, eine besonders wichtige Kategorie zu sein. Es besteht große Bereitschaft unter den Schülerinnen und Schülern, ihr Geschlecht anhand von Fotos, der Wahl der Nicknames (Onlinename, muss nicht der echte Name sein) oder direkter Kategorisierung zu präsentieren. Diese Kategorisierung wird von Facebook vorgegeben. Bei der Anmeldung muss man zwischen „weiblich“ und „männlich“ wählen. Geschlechtsneutralität bei der Darstellung im Internet wird häufiger von Frauen als von Männern genutzt. Diese Geschlechtsneutralität wird auf defensive Gründe (z. B. das Vermeiden von „Anmache“ oder von Marginalisierung) zurückgeführt (vgl. Döring, Nicola: 2007, 127). Auf Facebook kann man sich jedoch nicht geschlechtsneutral präsentieren. Onlinegeschlechtertausch wird vorgenommen, aber eher kritisch betrachtet, wobei sich hier Unterschiede zeigen: „Der Frau-zu-Mann-Geschlechtertausch gilt als selten und harmlos, während der Mann-zu-Frau-Geschlechtertausch als recht verbreitete, sexuell und/oder sexistisch motivierte und ethisch bedenkliche Praxis angesehen wird.“ (ebd. 129).

Da die Dichotomisierung der Geschlechter auch mit Rollenbildern und Zuschreibungen einhergeht, wurden die Jugendlichen bei den Workshops auch gebeten, ein fiktives Facebook-Profil für Mädchen bzw. Burschen, die in einer bestimmten Weise „rüberkommen“ wollen, zu erstellen. Dazu waren die Jugendlichen aufgefordert, sich einen passenden Profilnamen für die Person sowie weiteren Profilingos zu überlegen. Wie ist der Beziehungsstatus der Person? In welche Schule geht die Person bzw. welche Arbeit verrichtet sie? Welche Fernsehsendungen, Filme, Bücher, Musik mag diese Person? Des Weiteren haben die SchülerInnen einige Statusbeiträge verfasst und Fotos bzw. Videos gesucht, die aus der Perspektive der Person, die in einer bestimmte Weise „rüberkommen“ will, vermutlich viele Likes bekommen.

Die fiktiven Personen waren vorgegeben, es handelte sich um folgende:

- „ein Mädchen, das stark rüberkommen will“
- „ein Mädchen, das hübsch rüberkommen will“
- „ein Bursche, der stark rüberkommen will“
- „ein Bursche, der hübsch rüberkommen will“

Welche Geschlechterbilder und Zuschreibungen entstehen in den Köpfen der weiblichen und männlichen Jugendlichen? Welche körperlichen Eigenschaften und welchen Charakter werden den fiktiven Personen zugeschrieben? Die Mädchen und Burschen sollten ihre Bilder im Kopf über verschiedene Männlichkeits- und Weiblichkeitsrollen artikulieren. Im folgenden Teil werden diese Erwartungen der Jugendlichen an die Selbstdarstellung und der Fremdwahrnehmung von Frauen und Männern beschrieben und interpretiert.

## Starke und hübsche Mädchen – Weiblichkeitsbilder auf Facebook

### Starkes Mädchen

Die Jugendlichen meinen, dass sich starke Mädchen bei deren Facebook-Auftritt vor allem über Selbstbewusstsein definieren.

*„Im realen Leben sind sie einfach selbstbewusster und reden sich alles von der Seele. Egal um was es geht. Nur reden, quasseln und die Meinung dazu sagen. Also da verstellt man sich auch nicht. Das ist für mich Stärke. Du weißt, was du willst, hältst dich daran, gehst deinen Weg, deine Richtung, und sagst das auch.“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 2, P9: #00:02:54#)*

Diese Stärke zeigt sich auch in den Postings. Ein starkes Mädchen sei unabhängig und ungebunden. Außerdem traue es sich, seine Vorlieben (z. B. bei Musik) ohne Rücksicht auf die Mehrheitsmeinung zu zeigen. Laut den Schülerinnen und Schülern gibt sich ein starkes Mädchen auf den Fotos natürlich und macht keine übertriebenen Posen. Allgemein soll sich ein starkes Mädchen im Netz eher dezent verhalten. Die unterschiedliche Auffassung der Jugendlichen zur Fragestellung hat zu stark divergierenden Ergebnissen geführt. So machen die Jugendlichen enorme Unterschiede zwischen starken Mädchen und Mädchen, die stark rüberkommen wollen. Letztere sollten laut den Jugendlichen sehr aktiv in der Selbstdarstellung sein. Dieses Stark-rüberkommen-Wollen gilt für die Jugendlichen anscheinend mehr als Schwäche denn als Stärke. Stärke könne man über Facebook gar nicht beweisen, sagen die SchülerInnen.

Die Schwierigkeit in der Darstellung von Stärke hat Auswirkungen auf die Selbstdarstellung der Schülerinnen. Sich stark darzustellen äußert sich als ständige Gratwanderung zur Überpräsentation, die zu Schwäche umschlagen kann. Die Darstellung im Netz kommt hier nicht ohne das dazugehörige Offlineverhalten aus. Der vermeintliche Intellekt spielt bei der Zuordnung zu starken Mädchen für die SchülerInnen eine wesentliche Rolle. Intelligente Mädchen werden von ihnen als stark und selbstbewusst wahrgenommen. Die Darstellung

des Körpers sei eher Nebensache. Ein starkes Mädchen wird von den Jugendlichen nur als solches wahrgenommen, wenn es authentisch ist. Dies betrifft den Facebook-Auftritt genauso wie das Auftreten als reale Person.

### **Hübsches Mädchen**

Der Facebook-Auftritt hübscher Mädchen zeichnet sich für die SchülerInnen im Gegensatz zu den starken Mädchen durch eine gewisse Naivität aus:

*[Schülerin 1:] „Sie ist halt so, so irgendwie dumm, süß, für die Jungs halt irgendwie so.“*

*[Schülerin 2:] „(...) also auf dieses Naivchen tun, dieses kleine süße unschuldige Mädchen.“ (Jugendliche, 15 und 16 Jahre, ER 2, P28: #00:04:36#)*

Hübsche Mädchen legen – nach den Bildern in den Köpfen der Jugendlichen – sehr viel Wert auf Aussehen und Shopping, haben ständig neue Freunde, posten Kusssmileys und übertreiben bei allem. Es wurde mehrmals von den Jugendlichen gesagt, dass hübsche Mädchen nicht lesen. Bücher lesen und dies auch auf Facebook zu posten, ist für die SchülerInnen nicht denkbar. „Lesen“ ist negativ konnotiert und soll auf Facebook eher verheimlicht werden, da dies als uncool bezeichnet wird.

Auffallend in Bezug auf die zuvor vorgestellte Normierungsthese ist, dass bezüglich Musik und Filmauswahl keine merklichen Unterschiede zwischen hübschen und starken Mädchen von den Schülerinnen und Schülern artikuliert werden. Es scheint diesbezüglich eine Angleichung im Geschmack innerhalb der Jugendgruppen stattzufinden.

## Starke und hübsche Burschen – Männlichkeitsbilder auf Facebook

### Starker Bursche

Weibliche und männliche Jugendliche schreiben dem „starken Burschen“ **körperliche Stärke** zu. Diese kann über Fotos präsentiert werden. Diese Stärke geht auch mit einem bestimmten, als männlich definierten Auftreten einher, und zwar sollte der Bursch im Fitnessstudio trainieren, mit seiner *Gang* auf Fotos zu sehen sein, sich cool darstellen und den *Big Boss raushängen lassen*. Ebenfalls sollte der Kleidungsstil diese Stärke repräsentieren. Ein Schüler spricht so von Männlichkeit: „Weil die mit Sixpack und Muskeln fühlen sich ja als Mann, und würden ihre Männlichkeit auch vertreten, deswegen auch nicht eine Leggings anziehen, die die Männlichkeit sozusagen in den Boden runterzieht“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 2, P12: #00:12:07#). Sportlichkeit ist ebenso ein wichtiges Element der körperlichen Stärke.

Ein starker Bursche hat laut den Jugendlichen meist eine Freundin, wobei lange Beziehungen und Treue wiederum nicht so wichtig sind. Während ein starkes Mädchen nicht zu „leicht zu haben“ (Jugendliche, 17 Jahre, ER 2, P28: #00:02:38#) sein darf, soll ein starker Bursche beweisen, dass er jedes Mädchen erobern kann. Anscheinend sind bei den Schülerinnen und Schülern eher traditionelle Rollenbilder – der Mann als aktiver Eroberer, die Frau als zu Erobernde – verinnerlicht.

Neben dem eigenen Körper sind vor allem PS-starke Autos, nackte Frauen und Gangsterrap ein Zeichen für Stärke und Männlichkeit, wie die Burschen und die Mädchen gleichermaßen feststellen. Bei der Beschreibung von starken Burschen wurde von den Schülerinnen und Schülern eher eine rüde, mit vielen Kraftausdrücken geprägte Sprache verwendet. Eine gute Ausdauer bei Partys und vor allem Alkoholkonsum sind für die Jugendlichen ein Symbol männlicher Stärke. Lesen und Bildung sind nach Meinung der SchülerInnen nichts für starke Jungs. Ebenfalls als männliche Stärke definiert wird der Humor auf Kosten anderer. Starke Männer müssen extrovertiert sein und in der Kommunikation als lustig und schlagfertig

auffallen. Außerdem dürfen starke Burschen keine Gefühle zeigen, vor allem auch nicht öffentlich im Internet, und vor allem auch keine Gefühle, die Schwäche suggerieren. Dies wird sowohl von den Mädchen als auch den Burschen in den Workshops artikuliert.

Im Vergleich zu der Aufgabe, bei der die Jugendlichen starke Mädchen beschreiben sollten, wird bei den Burschen nicht zwischen *starkem Burschen* und *Stark-rüberkommen-Wollen* unterschieden. Ein Grund dafür dürfte sein, dass Stärke bei Burschen viel mehr über körperliche Attribute definiert wird und diese leichter präsentiert werden kann. Der Umstand kann aber auch dahingehend interpretiert werden, dass Burschen von den Jugendlichen als aktiver und selbstbestimmter definiert werden und daher auch eine andere Art der Selbstdarstellung möglich wird, ohne die Authentizität zu gefährden. Diese Erkenntnis deckt sich auch mit der weiter oben beschriebenen Beobachtung, dass Mädchen als stärker verstellt, also weniger authentisch, wahrgenommen werden als Burschen.

### **Hübscher Bursche**

Die Beschreibung der Jugendlichen eines hübschen Burschen gleicht in vielen Punkten dem eines starken. Angesprochen werden das Fitnessstudio, Sportlichkeit, Coolsein, Nichtlesen, Fußball. Hübsche Burschen haben nach der Meinung der SchülerInnen eine Freundin, und dies wird auch öffentlich gepostet. Die Beziehung wird jedoch als nicht so wichtig angesehen, ein hübscher Bursche kann durchaus Single sein, das macht ihn noch interessanter. Es wird von den Jugendlichen definiert, wie ein Bursche zu sein hat. Ob er stark oder hübsch *rüberkommen* will, ist dabei nebensächlich; beides entspricht demselben Ideal, und zwar sollte er viele Muskeln haben und eher wenige Gefühle zeigen.

Neben dem soeben beschriebenen Ideal des hübschen Burschen tauchte bei den Erhebungen eine zweite Kategorie hübscher Burschen auf. Diese bricht aus den traditionellen Rollenbildern aus und sorgt daher teilweise für Verwirrung und Unsicherheit bei den Burschen.

Sie beschreiben schlanke, nicht muskulöse Burschen, die auf Mädchen machen. Die Burschen artikulieren:

*„Ich denke mir da immer, wir leben in einer verkehrten Welt. Mädchen werden zu Burschen, Burschen zu Mädchen. Also ich meine, die Mädchen werden immer selbstbewusster, trauen sich immer mehr zu sagen. Werden stärker. Und die Burschen werden immer sensibler (lacht). Und immer dünnere Hosen.“*

*[Schüler 2:] „Das finde ich echt deftig, scheiße Mann, boa.“ (Jugendlicher, 20 Jahre, ER 2, P12: #00:11:40#)*

Die aus dieser Erhebungseinheit gewonnenen Erkenntnisse kann man mit den Aussagen von Nicola Döring in Verbindung setzen. Es kommt durch die neuen Medien einerseits zu einer Verfestigung von Geschlechterrollen und -hierarchien, andererseits zu einer Auflösung dieser (vgl. Döring, Nicola: 2007, 132). Die daraus resultierende Unsicherheit bei den Jugendlichen resultiert auch in der häufigen und abwertenden Verwendung der Begriffe „metrosexuell“ und „schwul“. Diese verwenden die Jugendlichen jedoch nicht sinngemäß, wie bereits ausgeführt. Metrosexualität wird mit „schwul sein“ gleichgestellt; mit all den Vorurteilen und Stereotypen, die der Begriff schwul mit sich bringt. Ein Wandel in der Sprache aufgrund der Political Correctness könnte ausschlaggebend für die sprachliche Verschiebung zu diesem Begriff sein.

Wie Angela Tillmann (2012) schreibt, ist weiterhin von einem stereotypen System der Zweigeschlechtlichkeit auszugehen: „Mädchen konfrontieren sich dabei weiterhin mit der Macht und Kontrolle der Jungen, sind auf der Suche nach Anerkennung. Jungen entziehen sich dem Blick von außen, definieren sich eher selbst als das Außen, lassen sich (körperlich) nicht berühren [...]“ (Tillmann, Angela: 2012, 166) Und alte Forderungen bleiben bestehen: „(Feministische) Kritik an sexuellen und rassistischen Diskriminierungen ist daher weiterhin erforderlich.“ (Tillmann, Angela: 2012, 167)

## Facebook und Körperbilder – Freizügigkeit als weibliches Phänomen

*„Aber bei Jungs ist das nicht so schlimm.“ (Jugendliche, 15 Jahre, ER 1, P25: 00:35:09#)*

Ein in den Workshops häufig thematisiertes Phänomen sind als freizügig beschriebene Fotos junger Facebook-NutzerInnen. Den Jugendlichen zufolge gelangen immer mehr Nacktfotos auf Facebook. Diese Facebook-Profile haben bei den Schülerinnen und Schülern auch schon eigene Synonyme: „So was, so, so eine Chronik, wo wirklich Nacktbilder sind, nenne ich immer FKK-Strand.“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P6: #00:07:30#)

Bei der Frage, was als (zu) freizügig gilt und was nicht, sind alters- und genderspezifische Unterschiede bemerkbar: „Es ist so, bei den Jüngeren, also es ist ein großer Unterschied zwischen dem Schwellenwert, was jetzt freizügig ist und was nicht. Bei Jüngeren ist es jetzt freizügig, wenn die Mädchen jetzt das T-Shirt so ein bisschen hochziehen. In unserer Altersgruppe und noch älter ist es da schon viel extremer. Manche Leute, ja, sind halt dann komplett freizügig. Das ist dann schon echt schlimm“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P10: #00:21:17#).

Das soziale Geschlecht hat für die Jugendlichen auf die Frage der Freizügigkeit einen noch größeren Einfluss, (zu) freizügige Bilder sind weitgehend ein weiblich konnotiertes Problem. Es zeigt sich, dass Burschen und deren Körper einer weniger sexualisierten Betrachtung durch die Jugendlichen unterliegen und damit bei ihnen das Thema Freizügigkeit weniger relevant ist. Diese Unterschiede in der Bewertung der Bilder sind den Jugendlichen bewusst. Es gibt den Aussagen zufolge auch Burschen, die sich einerseits über Mädchen aufregen, die zu viel nackte Haut zeigen, und andererseits selbst aber oberkörperfreie Fotos hochladen. Die Bewertung erfolgt anscheinend auf einer anderen Ebene. Frauen werden als „Schlampen“, Burschen werden als „Angeber“ und „hart“ bezeichnet. Die Erkenntnis ist, dass der männliche Körper einer Leistungsbewertung unterzogen wird und weniger sexuellen Restriktionen unterliegt als der weibliche. Einerseits kritisieren die SchülerInnen die Oben-

ohne-Darstellungen von Frauen und Männern, andererseits reproduzieren sie diese aber auch. Auch wenn die SchülerInnen berechtigte Kritik an den sexistischen Körperbewertungspraxen üben, darf nicht übersehen werden, dass sie selbst nicht unabhängig von diesen agieren. Ob die (Re-)Produktion von sexistischen Körperbewertungspraxen bewusst oder unbewusst geschieht, ist schwierig zu beantworten. Die Jugendlichen selbst zeigten eine hohe Bereitschaft zur Selbstreflexion. Sexismen wurden erkannt und besprochen. Inwieweit diese Sexismen nun von den Jugendlichen – teils wegen des sozialen Drucks in einer Peergroup – wieder reproduziert werden, kann aufgrund des Forschungsdesigns nicht beantwortet werden. Auffallend war jedoch, dass z. B. Oben-ohne-Bilder bei Burschen nicht in dem Maße sexualisiert von den Jugendlichen betrachtet wurden, wie dies bei Mädchen der Fall war, die z. B. das T-Shirt hoben und den Bauch zeigten. Dies wurde bei fast allen Workshops in den Plenen angesprochen und mit den Jugendlichen diskutiert.

Fotos von Mädchen gelten schneller als freizügig, weil sich die Mädchen in der Pose selbst diesem Blick unterwerfen, die Fotos mehr dem Bild von Freizügigkeit gerecht werden zu lassen. Demgegenüber unterwerfen sich die Burschen einem anderen Körperbild in ihrer Darstellung. Die als metrosexuell bezeichneten Burschen brechen mit diesen sozialen Normen und dies führt oftmals zu Unsicherheit und Widerstand beim Gegenüber. Ein Beispiel, das dies untermauert, ist eine Aussage einer Schülerin, die darlegt, dass es nicht nur darauf ankommt, was gezeigt wird, sondern vor allem auch in welchem Kontext es gezeigt wird: „Wenn man zum Beispiel jetzt ein Bikinifoto postet, finde ich das irgendwie nicht schlimm. Zum Beispiel wenn man auf einem Urlaub ist oder so, am Strand spazieren geht, finde ich das überhaupt nicht schlimm oder so. Aber wenn ich dann irgendwie so halt zum Beispiel ein Mädchen sehe, das ihren [sic!] Bauch herzeigt, finden das auf einmal alle schlimm“ (Jugendliche, 15, ER 1, P10: #00:21:35#). „Weil einfach zu Hause, wer zieht schon zu Hause einen Bikini an, und macht ein Foto vor dem Spiegel. Ich denke, das machen nur Mädchen, die halt Aufmerksamkeit wollen und hören wollen, dass sie eine gute Figur haben. Und am Strand ist es ja klar, dass jeder am Strand mit Bikini herumläuft“ (Jugendliche, 16 Jahre, ER 2, P24 #00:02:39#).

## Facebook und Gewalt – „Facebookfights“ als männliches Phänomen<sup>1</sup>

*„Entschuldige den Ausdruck, aber man kann sagen, im Internet hat jeder Eier. Im Internet kann jeder, weil man nämlich das nicht von Gesicht zu Gesicht regelt, kann auch jeder irgendeinen Blödsinn schreiben. Kann man auch einen mit seinen 2 Meter 30 und 1,50 Meter breiten Schultern beschimpfen aufs Letzte.“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 1, P30: #00:06:04#)*

Ein, den Workshops zufolge, ebenso präsenten Phänomen unter Jugendlichen in sozialen Netzwerken, wie Facebook, sind Onlinestreitereien unter den Schülerinnen und Schülern, von ihnen auch als „Facebookfights“ bezeichnet. Ein Schüler beschreibt das folgendermaßen: „Es äußert sich mit dem Ersten oder mit der Ersten, die etwas Negatives darunterschreibt, gegen die Person oder gegen das Bild. Worauf der Poster von dem Status oder vom Bild natürlich mit einer Beschimpfung drauf antwortet, und dann geht's schon los (...) und dessen Freunde und dann die Freunde von dem, der das schlecht gefunden hat, und dann sind da so 20 Leute, die da darunterschreiben: ‚Du bist so hässlich!‘“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P30: #00:12:01#).

Dieses Phänomen wurde im Gegensatz zu der Freizügigkeitsdebatte vorwiegend von den Schülern beschrieben; auch die erwähnten Beispiele betreffen durchgehend Burschen. Die Bedeutung von „Facebookfights“ dürfte ebenfalls von Geschlecht/Gender beeinflusst sein. Im Gegensatz zur Traurigkeit, welche vorwiegend Userinnen zugeschrieben wird, dürften Gefühle wie Wut männlichen Usern zugesprochen werden bzw. werden diese auch vermehrt von männlichen Usern auf Facebook ausgelebt. Das Onlinekommunikationsmedium dient den Schülern laut eigenen Aussagen als Ventil für ihre negativen Gefühle. Es bietet die Möglichkeit, Sachen zu sagen, die man normalerweise so nicht sagen würde.

---

<sup>1</sup> Die genannten „Facebookfights“ werden auch als CyberMobbing bezeichnet. Die Jugendlichen nannten auch zwei zum Erhebungszeitpunkt aktuelle Fälle, auf die jedoch im vorliegenden Bericht aus Platzgründen nicht näher eingegangen werden kann.

Die Gewaltschwelle in den Äußerungen und Angriffen wird durch den vermeintlichen Schutz des Internets herabgesetzt. Die Jugendlichen meinen, dass es dann kein Niveau und eine geringe Hemmschwelle, sich zu beschimpfen, gibt.

Die Schüler unterstellen ihren Altersgenossen beziehungsweise vor allem auch den jüngeren Burschen eine „große Fresse“ (Jugendlicher, 14 Jahre, ER 1, P10: #00:05:42#) in der Facebook-Kommunikation. Das Internet ermöglicht anscheinend denen Stärke, die diese im realen Leben, oder wie es die Schüler nennen „auf der Straße“, nicht haben. Es wird ein Bild von Stärke reproduziert, eine Stärke, die eigentlich männlich ist, aber durch Facebook auch den schwachen, metrosexuellen Burschen zugänglich wird. Es wird durch Sprache eine sexualisierte Dichotomie der Männlichkeit projiziert, zwischen stark – „Eier haben“ – und schwach – „schwul sein“. Manchmal eskalieren diese „Facebookfights“ laut den Jugendlichen, sodass sie das Medium Internet verlassen und in körperlicher Gewalt außerhalb der Social-Media-Kanäle münden, wie der folgende Gesprächsausschnitt zeigt:

*[Schüler 1]: „Ja, die sind den Peter [Name geändert] angegangen. Und der eine hat ihm eine ins Gesicht gehaut.“*

*[InterviewerIn]: „Und die waren auf Facebook befreundet?“*

*[Schüler 1]: „Ja befreundet. Haben dort unter dem Foto halt diskutiert. Auf jeden Fall haben wir denen gesagt, sie sollen sich schleichen und so. Und dann war das noch eine längere Geschichte irgendwie. Wo die dann gemeint haben, sie warten vor der Schule auf den Peter.“*

*[Schüler 1]: „Sie haben auch zwei Tage lang gewartet dann vor der Schule. Da sind sie alle so da gestanden und dann haben sie das Klappmesser rausgeholt. Das war das.“ (Jugendlicher, beide 15 Jahre, ER 1, P30: #00:14:38-1#)*

Eine Erkenntnis ist, dass eine weitere Form der „Facebookfights“ sich weniger gegen Personen, sondern gegen z. B. soziale Gruppen richtet. Facebook kann als Medium für rassistische Hetze oder andere Formen von Diskriminierung verwendet werden. „Ich hab's halt einmal erlebt, dass so ein älterer, also wirklich ein älterer Mann, so 35 Jahre, auf Facebook gepostet hat ‚Schleicht's euch in euer Land zurück!‘ oder so. Ausländerfeindlich, ohne dass die irgendetwas gemacht haben. Die haben den Mann nicht einmal gekannt.“ (Jugendlicher 14 Jahre, ER 1, P10:#00:07:09-4# )

Die weiblichen Jugendlichen meinen selbst, dass Facebookfights ein eher männliches Problem seien und Mädchen diese nicht so oft hätten. Die Gewaltschwelle auf Facebook scheint bei den Schülerinnen deutlich höher zu liegen als bei ihren männlichen Kollegen. Der Drang, die Konflikte in der Öffentlichkeit auszutragen, ist nach den Aussagen der Schülerinnen zufolge bei Mädchen geringer. Hinter diesen Aussagen verbergen sich geschlechtsstereotypische Rollenbilder, die von den Jugendlichen reproduziert werden.

## Identitätskonstruktionen am Beispiel von Profildfotos

In einer Erhebungseinheit wurden die SchülerInnen zu ihren persönlichen Einstellungen und Meinungen zu ausgewählten, vorgegebenen Facebook-Profilbildern von jungen Frauen und Männern befragt. Die Auswahl der Profilbilder wurde entlang der Kategorisierung Passbild, Dummy, Paare/Gruppen und Körperposen (vgl. Astheimer, Jörg et al.: 2011) vorgenommen. Verkörpern diese Bilder „typische Mädchen“ und „typische Burschen“? Was sind überhaupt die Eigenschaften und Charakterzüge von „typischen Mädchen“ und „typischen Burschen“? Es wurde beim Forschungsdesign sowie bei der Diskussion darauf geachtet, dass sich durch die Fragen an die Jugendlichen die Rollenstereotypen nicht indirekt reproduzieren. Somit konnte nachgezeichnet werden, wie sich Identität im soziokulturellen Diskurs der SchülerInnen an bestimmten Merkmalen konstruiert und den jeweiligen Personen zugeschrieben wird.

**Fotografie** muss dabei als **soziale Praxis** verstanden werden und Fotos können nicht isoliert von ihrer Verwendung betrachtet werden. Motive von privater Fotografie sind nach Pierre Bourdieu (vgl. 2006, 36) auch nicht nur ein Abbild von Individuen, sondern auch ein Abbild sozialer Beziehungen und Rollen. Selbst wenn keine Menschen auf den Fotos abgebildet sind (z. B. Fotos von Sehenswürdigkeiten, Landschaftsfotografien), besteht die eigentliche Gebrauchsbestimmung darin, die Beziehung zwischen Fotografin bzw. Fotografen und fotografiertem Gegenstand zu signalisieren (vgl. ebd. 49). Das ist auch der Grund für die Regelmäßigkeiten der Fotografie und gleichzeitig für die Langweiligkeit der Bilder für Außenstehende. Private Fotos sind zu einem großen Teil nur dann interessant, wenn die Beziehung interessiert und nicht nur das Bild an sich. Diese soziale Komponente macht private Fotos wichtig für Identitätsbildung. Ihre Zirkulation und Verbreitung ist ein wichtiger Teil der Rolle für die Reproduktion sozialer Identitäten. Bedeutungen und Werte der Fotos können sich durch ihre Bewegung verändern (vgl. Rose, Gillian: 2010, 62). Deshalb sind Fotos in Verbindung mit digitalen Technologien und Onlinemedien, die diese Verbreitung ermöglichen, omnipräsent und wirkmächtig.

## Bewertung unterschiedlicher Profilfotos

### Profilfoto „Duckface“



Das Foto löste bei den Jugendlichen in der ersten Erhebungsrunde eine rege Diskussion aus. Sofort fiel das Wort „Duckface“ und die Jugendlichen machten sich lustig über das Mädchen. Die Pose erzeugte sofort ein sehr konkretes Bild über die Person und ihre Aktivität auf Facebook: Es wurde als Person beschrieben, das alles postet, auch der Meinung der Jugendlichen nach unwichtige Sachen wie: „Ich geh aufs Klo, ich geh in die Küche, gehe grad in den Garten, gehe jetzt schlafen“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P9: #00:24:28#).

Die SchülerInnen meinten, dass es sich gerne präsentiere, ständig Fotos mache, vor allem von sich in verschiedenen Posen und dann auch noch mit dramatischer Bildüberschrift bei jedem Bild. Es definiere sich stark über seine Aktivität auf Facebook, schreibe alles über sein Beziehungsleben und postet gerne. Ihm seien Likes wichtig und es denke auch darüber nach, durch welche Aktionen es auf Facebook noch mehr Likes bekommen könnte. Die SchülerInnen sagten, dass es jede Woche einen neuen Freund habe, aber dem Ende dieser Freundschaft mit Postings theatralisch nachweine. Es stelle sein Beziehungsleben offen ins Internet, gleichzeitig würde dies aber von den auf Facebook befreundeten Jugendlichen nicht ernst genommen. Die SchülerInnen beschrieben es als theatralisches, überemotionales, unreifes Mädchen, das gar keine „richtigen, ernst zu nehmenden“ Beziehungen führe, sondern sich ständig in Kleinigkeiten hineinsteigere.

Das Mädchen wird in den Gesprächen durch die Pose allgemein (im Gegensatz etwa zum Mädchen mit Kopftuch) sehr sexualisiert, und ihm wird auch die Absicht unterstellt, genau das zu wollen. Von den Burschen einer Schule kamen auch einige explizit sexistische Äußerungen.



**Profilfoto „Kapuzenmann“**



Der Mann wirkte auf die SchülerInnen „selbstbewusst“, aber gleichzeitig „mysteriös“ und „geheimnisvoll“. Eine Schülerin beschrieb ihn als „cool, aber auch irgendwie gefährlich“. Die Bewertung im Onlinefragebogen war nicht eindeutig. Anscheinend taten sich die Jugendlichen schwer, die Person hinter dem Bild einzuschätzen. Ist er der „schüchterne“, „introvertierte“, aber „nette“ Jugendlicher von nebenan, das „selbstbewusste“ und „sportliche“ „Model“ oder doch ein „zweilightiger“ und „gefährlicher“, vielleicht sogar „aggressiver“ „Gangster“?

Freundschaftsanfragen des Mannes würden die SchülerInnen jedoch fast einstimmig ablehnen. Zu unsicher und verdächtig waren ihnen seine Absichten, außerdem schätzten ihn die SchülerInnen um einiges älter ein, als sie es selbst sind. Die Vorsicht bei den Schülerinnen und Schülern ist größer als beim Profilbild „Freundinnen“.



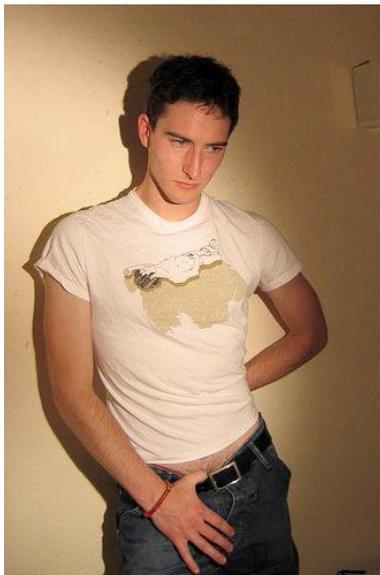
Abbildung 8: Tagcloud mit den assoziierten Eigenschaften

### Profilfoto „Spiegelpose“



Das Foto löste bei einigen Burschen sexuelle Assoziationen aus. Sonst konnten die SchülerInnen nur eher widersprüchliche Zuschreibungen geben. Das Mädchen wurde eher kritisch betrachtet: Es suche die Aufmerksamkeit, prahle mit seinem Smartphone und Körper. Die Jugendlichen unterstellten ihm ein hässliches Gesicht zu haben, weil sie das Gesicht versteckt.

### Profilfoto „Poser“



Dieser junge Mann wurde von den Schülerinnen als „Pedo-Bär“<sup>2</sup> bezeichnet. Er wirkte auf die Jugendlichen unsympathisch, komisch und bedrohlich. Diese Pose mit Hand in der Hose wurde von den Jugendlichen als sexuelle Pose gesehen und als „No-Go“ bezeichnet. Interessant war (z. B. im Vergleich zum Foto „Duckface“) vor allem die ganz andere Reaktion der SchülerInnen auf eine sexuelle Pose bei Burschen als bei Mädchen. Anscheinend entspricht diese Pose nicht den Vorstellungen der SchülerInnen über männliches Verhalten und löste daher eine gewisse Verstörung bei den Betrachterinnen und Betrachtern aus.

---

<sup>2</sup> Pedo-Bär oder auch Pedobear „was originally devised by members of the anarchic 4chan message board as a way of mocking users who expressed a sexual interest in young people“ (www.telegraph.co.uk). Einem Pedo-Bären wird nachgesagt, dass er sich an Minderjährige über das Internet wendet, mit der Absicht, mit ihnen in sexuellen Kontakt zu treten.

### Profilfoto „Trauriges Mädchen“



Die Traurigkeit des Mädchens wurde von den Schülerinnen und Schülern als unglaublich gesehen. Eine interessante Erkenntnis ist die schon erwähnte Schwierigkeit für Personen, negative Gefühle über Facebook so zu kommunizieren, dass sie von den anderen Nutzerinnen und Nutzern nicht negativ aufgenommen oder lächerlich gemacht werden.

### Profilfoto „Vermummter mit Handykamera“



Die SchülerInnen gingen davon aus, dass sich der Junge verstecken will. Er wurde als eher zurückhaltend beschrieben, sowohl auf Facebook (er postet wenig) als auch im echten Leben. Die SchülerInnen meinten, dass er ein einsamer, schüchterner, sonderbarer Bub sei, der seine Freizeit meist alleine und zu Hause mit Computerspielen und Musikhören verbringe. Sich nicht mit einem erkennbaren Foto auf Facebook zu zeigen, wurde von den Schülerinnen und Schülern als Zeichen dafür gesehen, dass die Person etwas zu verbergen habe oder sich verstecken wolle, sonderbar ist, nicht hübsch sei. Sich nicht zu zeigen, wurde negativ konnotiert. Datenschutz- oder Sicherheitsgründe wurden als Gründe nicht in Betracht gezogen.

### Profilfoto „Jugendliche mit Kopftuch“



Das Foto wurde von den Jugendlichen mit Bravheit, Zurückhaltung, Religiosität und Lesen verbunden. Es wurden dem Mädchen eher wenige Freundinnen und Freunde zugesprochen und wenn es welche habe, dann hauptsächlich aus der Familie und vor allem wenige Burschen. Außerdem zeige es ein vorsichtiges wohlüberlegtes Veröffentlichungs- und Postingverhalten. In den Workshops kamen bei diesem Bild manchmal latent rassistische Äußerungen, die von der Gruppe sofort sanktioniert wurden.

**Zusammenfassend** wird in den Bewertungen der Profilfotos durch die Jugendlichen selbst deutlich, welchen dominanten Einfluss diese auf die Wahrnehmung einer Person auf Facebook haben. Die Fotos werden durch die Jugendlichen anhand bestimmter soziokultureller Codes bewertet und gelesen, diese Codes entsprechen oftmals Stereotypen. So wird das Kopftuch von den Jugendlichen sofort mit traditionellen, konservativen Werten und damit einhergehend auch Langeweile, Bravheit etc. verbunden.

Bestimmte wiedererkennbare Posen und Gesten wie z. B. „Duckface“ sind mit sehr starken Bedeutungen behaftet, die je nach Referenzgruppe aber unterschiedlich ausfallen können. Häufig ändert sich die Bedeutung solcher Posen auch mit der Zeit und mit dem Alter, wie es für die Pose „Duckface“ erläutert wurde.

Es gibt unter den Schülerinnen und Schülern auch implizite, aber sehr genaue Regeln, was über ein Profilfoto dargestellt werden soll und was nicht. Folgt ein Foto nicht diesen gesellschaftlich geprägten Vorgaben, kann es schnell Unbehagen bei den Schülerinnen und Schülern auslösen. Die Fotos sollten anscheinend positive Gefühle und Offenheit vermitteln, aber gleichzeitig nicht zu freizügig oder „partymäßig“ sein, um bei den Jugendlichen gut anzukommen. Für die Jugendlichen ist es ebenfalls wichtig, sich am Foto klar und deutlich

zu zeigen, versteckte Gesichter geben den Schülerinnen und Schülern das Gefühl, die betroffene Person hat etwas zu verbergen und ist damit nicht vertrauenswürdig. Zusammenfassend zu diesem Kapitel kann gesagt werden, dass sich die Regeln und Konventionen einer angemessenen Darstellung zwischen und Schülerinnen und Schülern wie dargelegt unterscheiden. Das soziale Geschlecht spielt somit eine Rolle bei der Bewertung der Fotos. Gewisse Posen lösen je nach dem wahrgenommenen Geschlecht der abgebildeten Person sehr unterschiedliche Reaktionen bei den Betrachterinnen und Betrachtern aus. Was als freizügig oder unangemessen gilt, ist abhängig vom sozialen Geschlecht.

## Datenschutz/Privatsphäre und damit verbundene Gefahren

*„Weil mir ist es völlig egal, ob Facebook jetzt weiß, ob ich Coca-Cola mag oder nicht. Das ist mir so was von wurscht.“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P25: #00:20:30#)*

Neben der identitätsstiftenden Funktion bringen Onlinemedien, wie Facebook, auch Gefahren mit sich. Der jugendlichen Sicht auf diese wird das folgende Kapitel gewidmet. Aus der sozialen Praxis der Jugendlichen wurde im Rahmen der Studie eine Definition von Privatsphäre erarbeitet. Privatsphäre bedeutet für die Jugendlichen unter anderem:

- dass man nicht alles wissen muss
- nicht alles preisgeben muss
- seine eigenen Sachen nicht mit allen teilen muss
- und dass es Sachen gibt, die nur die Jugendlichen selbst wissen

Privatsphäre heißt also für die Jugendlichen, Geheimnisse haben zu dürfen und selbst darüber bestimmen zu können, ob und mit wem diese geteilt werden.

Bezüglich der Privatsphäreinstellungen auf Facebook herrscht teilweise großes Unwissen und manchmal auch Desinteresse unter den Schülerinnen und Schülern, das Thema „Privatsphäreinstellungen auf Facebook“ wird als unwichtig angesehen. Zum Teil kritisieren sie den unnötigen Aufruhr, der ihrer Meinung nach darum gemacht wird:

*„Also allgemein finde ich, aus meiner Sicht ist es schon ziemlich übertrieben [Anm.: Die Aufregung um den Datenschutz]... Also ich habe ja nicht irgendwelche geheimen Daten drin oder so, die ja nicht weitergegeben werden dürfen oder so. Und ob Facebook jetzt weiß, dass ich in Wien wohne oder nicht, das ist mir auch vollkommen egal. Das weiß sowieso jeder, der mich auf Facebook hat.“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P25: #00:20:30#)*

Bei der Einschätzung des Problems herrscht teilweise Uneinigkeit zwischen den Schülerinnen und Schülern. Sie sind anscheinend unterschiedlich stark für das Thema sensibilisiert. Einige Jugendliche werfen den Betreiberinnen und Betreibern von Facebook vor, dass die **Einstellungsmöglichkeiten** ziemlich kompliziert und intransparent sind. Die Privatsphäreinstellungen gelten vielfach als zu kompliziert für den Nutzen, den sie bringen, und so werden sie von den Jugendlichen nicht beachtet, wie sie selbst sagen.

Eine weitere beobachtbare Einstellung der Jugendlichen ist jene der eigenen Ohnmacht in Fragen des Datenschutzes. Den Datenschutzeinstellungen wird also die Legitimation dadurch entzogen, ihre Schutzfunktion infrage zu stellen. Die Jugendlichen meinten, dass alles, was man ins Internet stellt, sowieso für alle ersichtlich sein kann, wenn man dies wolle.

Selbst wenn es sich im eigenen Nutzungsverhalten oftmals nicht widerspiegelt, herrscht bei den Schülerinnen und Schülern Bewusstsein dafür, dass Facebook auf die Privatsphäre Einfluss nimmt. Der sensible Umgang mit den privaten Daten seitens Facebook wird infrage gestellt. Sie benennen die problematische Datenschutzpolitik von Facebook, ebenso wie die potenziellen Gefahren, die eine langfristige Datenspeicherung – wie sie Facebook betreibt – mitbringt. Eine ähnliche Einschätzung, dass eine generelle Wahrnehmung der Gefahren und Risiken zwar vorhanden, aber nur oberflächlich und nicht handlungsleitend ist, wird auch von

Jan-Hinrik Schmidt et al. (2011) geteilt. Während ihr Verhalten wenig Sensibilität diesbezüglich beweist, sehen viele SchülerInnen die Sicherheitsmodalitäten, Datenschutz- und Privatsphäreinstellungen aber als wichtigsten Punkt der Aufklärung für Jüngere an. Problem dabei ist laut den Jugendlichen die Handhabung der Einstellungen. Die Jugendlichen sehen Learning by Doing als einen Weg, andere Jugendliche beim Umgang mit sozialen Medien zu sensibilisieren.

Als eine Personengruppe, vor der Jugendliche ihre „Privatsphäre auf Facebook“ schützen wollen, kristallisierten sich in den Interviews die eigenen **Eltern** heraus. Die SchülerInnen verfolgen unterschiedliche Strategien. Diese reichen vom Verschweigen der Facebook-Nutzung vor den Eltern über das Ablehnen dieser als Freundinnen und Freunde auf Facebook, das Erstellen spezifischer Gruppen also die Einteilung der Facebook-Freundinnen und -Freunde in verschiedene Gruppen, die auf verschiedene Informationen Zugriff haben, bis hin zum Anlegen eines Zweitprofils für die Kommunikation mit Familienmitgliedern. Letzteres war nur in streng religiös-konservativen Familien der Fall, wie die Schülerin meinte: „Ich hab eigentlich zwei Accounts. Und einer ist für die Familie, nur für Familie, da hab ich alle Cousinen, Onkels und so und wir schreiben ab und zu.“ (Jugendliche 17 Jahre, ER 1, P12: #00:08:23-6#) Die Privatsphäre vor den Eltern zu schützen oder zu verbergen, ist ein sehr wichtiges Anliegen der SchülerInnen, das durch Facebook nicht immer leicht zu wahren ist und auch zu Konflikten mit diesen führen kann, wenn etwa die Freundschaft verweigert wird.

Neben der Privatsphäre vor den eigenen Eltern wird jener vor potenziellen **zukünftigen Arbeitgeberinnen und -gebern** die größte Aufmerksamkeit zuteil: „Jeder Boss checkt schon das Facebook-Profil“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 1, P19: #01:19:56#). Exzessive Party- und Alkoholfotos (vgl. Jugendlicher, 16 Jahre, ER 1, P30: #00:18:41#) oder Anzeichen psychischer Instabilität (Bursch, 16 Jahre, ER 1, P29: #00:37:37#) auf Facebook werden als mögliche Gründe gesehen, bei der Jobsuche unberücksichtigt zu bleiben. Andererseits wurde auch die Frage diskutiert, inwiefern Partyfotos überhaupt noch als Problem bei der

Jobsuche gesehen werden können oder diese Fotos vielmehr umgekehrt als Beweis für ein intaktes Sozialleben dienen können.

Nicht nur bei der Arbeitssuche, sondern auch im Job selbst birgt Facebook laut den Jugendlichen Gefahren: „Da ist eine in den Krankenstand gegangen von der Arbeit aus. Und ihr Chef war auch auf Facebook eingeloggt. Und sie hat das für alle frei gehabt, dass alle es sehen können. Und dann hat sie irgendwie gepostet, dass sie jetzt ausgeht. Ich weiß nicht, ob es ein Foto oder ein Status war, aber irgendwas vom Ausgehen halt. Und dann wurde sie gekündigt“ (Jugendliche, 16 Jahre, ER 1, P24: #00:05:30#). „So was Ähnliches war ja bei einem Bekannten von uns. Also weil der hat sich krank gemeldet und dann hat er reingeschrieben: ‚Haha der Chef ist so blöd, der glaubt wirklich, dass ich krank bin´. Und hat dann so Fotos reingestellt, wie er ausgegangen ist. Und er war halt mit dem Chef befreundet. Und der hat das halt dann gelesen. Und ist halt dann auch gekündigt worden“ (Jugendliche, 16 Jahre, ER 1, P24: #00:05:53#).

Eine weitere Gefahr, die laut den Jugendlichen von unüberlegten Informationspreisgaben im Internet ausgehen könnte, sind **Wohnungseinbrüche**. Wer in Facebook also beispielsweise öffentlich postet, für zwei Wochen auf Urlaub zu fahren, der läuft demnach Gefahr, Opfer eines Einbruchs zu werden: „Ja also mein Vater zum Beispiel, der hat mich manchmal darauf hingewiesen, dass ich nicht posten soll ‚super jetzt bin ich 2 Wochen lang auf Urlaub‘. Damit jeder weiß, dass bei mir niemand zu Hause ist und jeder einbrechen kann.“ (Jugendlicher 15 Jahre, ER 1, P19:#01:23:15-9#) Andere tätliche Übergriffe durch Dritte können ebenso über Facebook angebahnt werden: „Es ist ja auch so: Jeder kann da die Rolle von einer anderen Person annehmen auf Facebook. Also irgendein 40-jähriger Mann kann ein 12- oder 15-jähriges Mädchen nehmen, einfach irgendein Foto vom Internet herausnehmen. Und dann fängt er schon an zu chatten mit einem Bub oder einem Mädchen und dann treffen sie sich. Und dann kommt es zu ärgeren Situationen“ (Bursch, 16 Jahre, ER 1, P25: #00:22:57#). Die virtuelle Welt, in der alle selbst bestimmen können, wie sie sich präsentieren, erhöht anscheinend die Missbrauchsmöglichkeiten dieser Freiheit. Identitäten können dazu konstruiert werden, Mitmenschen zu täuschen. Sogar bei Leuten, die man im realen Leben

kennt, ist dieses Gefahrenpotenzial nicht ausgeschaltet, weil Facebook auch hier einen Raum der unauffälligen, unverfänglichen Annäherung bieten kann, wie dies die SchülerInnen ausdrücken. Es mangelt den Jugendlichen nicht an Wissen über solche Gefahren, anscheinend ist eher die Verbindung zwischen Theorie und Praxis zu abstrakt. Der Zusammenhang des theoretischen Wissens über solche Gefahren und der sozialen Interaktion in der eigenen Lebenswelt gelingt ihnen nicht. Beide Bereiche sind für die SchülerInnen zwei grundverschiedene Welten, was vielfach verhindert, dass sich dieses Wissen auch im Handeln niederschlägt. Die Sicherheitsbedenken der Jugendlichen wirken teilweise nachgesprochen und auswendig gelernt.

Eine weitere Gefahr, die von den Jugendlichen thematisiert wurde, sind **freizügige Bilder**. So können die im Internet veröffentlichten (Nackt-)Fotos außer Kontrolle geraten und erhebliche Probleme für die betroffenen Mädchen mit sich bringen. Fotos können als Druckmittel oder Denunzierung eingesetzt werden – ein Schüler berichtet: „Er wollte halt immer unbedingt Fotos von ihr haben. Und sie hat ihm aber immer nur welche mit BH oder Bikini oder so geschickt, in Unterwäsche halt. Und er wollte aber eins haben, wo sie ganz nackt ist. Und er hat zu ihr gemeint: Er macht Schluss, wenn sie ihm das Foto nicht schickt. Und sie war halt so dumm und hat es ihm geschickt, wo man halt ihre Brüste sieht. Und das Foto hat sich dann, wie er dann Schluss gemacht hat, hat er das Foto an seine Freunde geschickt“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 1, P19: #01:12:28#). Auch eine Schülerin berichtet Ähnliches: „Viele Mädchen lassen sich von den Jungs halt manipulieren. Weil wenn einer sagt: Schick mir ein Nacktfoto von dir und ich schenke dir meine Aufmerksamkeit und alles. Und sie glauben das halt, und sie wissen nicht, dass die Jungs einfach so sind, dass sie es weiterschicken. Und irgendwann landet es dann auf Facebook.“ (Mädchen, 15 Jahre, ER 1, P18: #00:47:13#). In den meisten Fällen sind es den Aussagen zufolge aber die Mädchen selbst, die die Fotos von sich hochladen, weil sie bei den anderen Eindruck schinden und sexy rüberkommen wollen. Die Folgen werden oft erst zu spät bedacht.

## Tipps und Vorschläge der Jugendlichen für einen sicheren Umgang mit Facebook

### Tipps für Kinder

- Kinder sollen sich nicht zu früh anmelden
- Kinder sollen nur Freunde annehmen, die sie auch im echten Leben kennen, besonders wenn diese älter/erwachsen sind
- Kinder sollen sich vorher mögliche Konsequenzen überlegen, bevor sie liken/posten/Fotos veröffentlichen (z. B. Partybilder, freizügige Bilder, Statusmeldungen, Beziehungsstatus ...)
- Kinder sollen aufpassen, wie viel Zeit sie auf Facebook verbringen
- Kinder sollten keine anderen Menschen auf Facebook provozieren/ärgern, indem sie beispielsweise unvorteilhafte Fotos veröffentlichen, Dinge über andere posten
- „Gib deine E-Mail-Adresse nicht her, gib deine Telefonnummer nicht her, gib deinen Namen nicht her, gib deine Adresse nicht her“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 1, P30: #00:29:38#)
- Politisches, Gewalttätiges, Sexuelles, schwarzen Humor und andere umstrittene Inhalte nicht veröffentlichen oder liken
- Ehrlichkeit bei den Angaben
- Private Gespräche, Meinungsverschiedenheiten, Streite nicht auf Facebook führen
- „Regel bei Bildern: Würdest du es deinen Eltern zeigen? Würdest du das deinen Lehrern zeigen?“ (Jugendliche, 15 Jahre, ER 2, P27: #00:01:34#)
- Learning by Doing

## Tipps für ältere Geschwister und/oder Freundinnen und Freunde

- Ältere Geschwister sollen Kindern Hilfe anbieten, weil diese mehr Erfahrung haben, näher an der Lebenswelt der Kinder sind, eher als Vertrauensperson in solchen Sachen angenommen werden als beispielsweise die Eltern
- Tipps der SchülerInnen für Eltern und LehrerInnen
- Nicht zu stark kontrollieren, die Kinder nicht unter Druck setzen, Erfahrungen machen lassen, auch Eltern sollten die Privatsphäre ihrer Kinder respektieren
- Konkrete Fälle als Beispiele für Gefahren aufzeigen
- Unterstützung anbieten, Facebook zum Gesprächsthema machen
- In der Schule Aufklärung der jüngeren Kinder durch SchülerInnen höherer Klassen organisieren
- Wichtig ist, dass sich die Eltern selbst gut im Internet und in Facebook auskennen und sich auch regelmäßig darüber informieren, nur dann können sie auch kompetente Hilfe leisten
- Keine einseitig negative Bewertung von Facebook und anderen Onlinemedien
- Hilfemöglichkeiten/Ansprechpersonen nennen
- Auf die Suchtgefahr aufmerksam machen
- „Eigentlich ist eher ‚Aufklären‘ das Richtige. Es ist so ähnlich halt wie mit der Sexualkunde, dass man einfach aufklärt, was sind die Risiken, was sind die Vorteile. Und dass sich die Kinder bzw. Jugendlichen halt einfach ein Bild davon machen können. Weil es halt einfach nichts bringt, ihnen einzubläuen, dass alles schlecht ist und so. Weil in dem Alter hat man sowieso seine eigene Meinung und so. Aber wenn man eben ihnen sagt, was die Risiken sind und worauf man aufpassen sollte. Und nicht alles nur schlecht darstellt, weil es eben nicht nur schlecht ist, sondern eben auch gute Seiten hat. Und wenn ein Kind eben mit 10 schon weiß, was kann ich falsch machen, dann ist es halt eben so, dass man daneben aufpassen kann, wenn man älter ist und mehr mit solchen Sachen zu tun hat“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 2, P20: #00:20:38#).

- „Also man sollte den Leuten jetzt nicht irgendwie Angst davor machen, dass sie sich anmelden, nur weil es halt auch schlechte Seiten gibt“ (Jugendlicher, 15 Jahre, ER 2, P20: #00:22:06#).
- „Also bei solchen Sachen eben, wenn man es in der Schule beigebracht bekommt, wird das sehr selten beachtet. Da geht es halt gleich einmal: Facebook, das ist schlecht, das ist schlecht. Und ja irgendwo hat es was Gutes, aber das ist nicht so wichtig“ (Jugendlicher, 16 Jahre, ER 2, P27: #00:03:40#).
- „Mitunter Social Networks in den Unterricht mit einbeziehen. Also dass man auch nicht nur gegen oder darüber aufklärt oder gegen die Social Networks arbeitet. Sondern dass man die sogar im Unterricht verwendet“ (Jugendlicher, 14 Jahre, ER 2, P27: #00:08:27#).

## Tipps für andere Akteurinnen und Akteure

- Medienaufklärung als Unterrichtsfach
- Workshops zum Umgang mit Facebook an Schulen anbieten, eventuell in Kombination mit vorangehenden Facebook-Freundschaftsanfragen/Stalking-Aktivitäten von Fakeprofilen, um den Schülerinnen und Schülern die Gefahren an der eigenen Person aufzuzeigen
- Facebook sollte selbst einen Workshop entwickeln und an Schulen anbieten und das Feedback der Workshops gleich für die Gestaltung von Facebook nutzen
- Facebook sollte ein Programm/Video beim Anmelden vorschalten, das über Privatsphäreinstellungen/Sicherheitsmodalitäten aufklärt
- Verstärkte Aufklärung/Berichte in den Medien (Fernsehen, Zeitung etc.)

## Ausblick und Ansatzpunkte für die Weiterarbeit

Die Studie „Ich im Netz. Selbstdarstellung von weiblichen und männlichen Jugendlichen in sozialen Netzwerken“ erforschte, wie Jugendliche mit dem Social-Media-Kanal Facebook umgehen, und gibt einen ersten Einblick in die Selbstdarstellung und das Onlinemanagement von Mädchen und Burschen aus der Genderperspektive.

Neben den Anregungen der Jugendlichen, was einen sicheren und selbstbestimmten Umgang mit Facebook betrifft (siehe Kapitel 5), ergeben sich aus der Bearbeitung noch folgende Ansatzpunkte für die Weiterarbeit.

Persönliche Auseinandersetzung (Zielgruppe Lehrkräfte, TrainerInnen, Eltern)

- Selbstreflexion der eigenen Positionierung im Web bzw. in sozialen Medien
- Analyse des eigenen Facebook-Auftritts
- Aufbau der eigenen Social-Media-Kompetenz

Entwicklung von Unterrichts- bzw. Trainingseinheiten

- Privatsphäreinstellungen eines Erwachsenen-Profiles, das „gute“ bzw. sichere Einstellungen hat, mit den Privatsphäreinstellungen der Jugendlichen vergleichen
- Reflexion des Umgangs mit konträren Einstellungen zur Datenschutzproblematik; voneinander lernen bei der Technik- und Medienkompetenz (wird den Älteren oftmals abgesprochen)
- Diskussion und kritische Auseinandersetzung mit den „virtual legends“, wie „Einbrecher“ und „Snowboard-Urlaub“
- In Bezug auf das Aufzeigen von Gefahren im Web (z. B. im Zusammenhang mit der Datenschutzproblematik, dem Sexting, dem Grooming): Weiterentwickeln von „Gefahrenbildern“, die Bezug nehmen zu den Lebenswelten von Jugendlichen
- Peer education im Bereich reflexives Onlinemanagement: Learning by Doing als Konzept von Jugendlichen für Jugendliche

- Geschlechterreflektierte Auseinandersetzung mit dem Wunsch der Jugendlichen nach „Authentizität“ im Social Web: Was gilt als „authentisch“ für Mädchen? Was gilt als „authentisch“ für Burschen? Welche Geschlechterzuschreibungen werden dabei getroffen?
- Geschlechterreflektierte Auseinandersetzung mit den Handlungsspielräumen von Jugendlichen in sozialen Netzwerken: Welche Emotionen „dürfen“ Mädchen zeigen? Welche Emotionen „dürfen“ Burschen zeigen?
- Geschlechterreflektierte Auseinandersetzung mit dem Thema „freizügige“ Fotos: Welche Fotos gelten bei Mädchen/jungen Frauen als „freizügig“? Welche Fotos gelten bei Burschen/jungen Männern als „freizügig“?
- Wandel der Sprache und Bedeutung von „Insidern“

## Zusammenfassung

In der vorliegenden Studie „Ich im Netz. Selbstdarstellung von weiblichen und männlichen Jugendlichen in sozialen Netzwerken“ wurde Facebook als zu untersuchende Social-Media-Plattform herangezogen, da Facebook die Möglichkeit bietet, relativ unkompliziert Bilder hochzuladen, Statusmeldungen zu posten, Informationen zu teilen und anderen zugänglich zu machen. In fünf Schulen in Österreich wurden mit insgesamt 46 Jugendlichen jeweils zwei Workshops zur Facebook-Nutzung durchgeführt.

Facebook erfüllt für Jugendlichen eine Reihe von Funktionen. So ist es für die SchülerInnen eine Kommunikations- und Beschwerdeplattform, Zeitvertreib und eine zentrale individualisierte Informationsquelle. Das persönliche Beziehungsmanagement erfolgt zum Teil ebenfalls über diesen Social-Media-Kanal. Trotzdem wurde auch Skepsis bezüglich der eigenen Facebook-Nutzung ausgesprochen; Facebook werde zunehmend uninteressant für die SchülerInnen, Sicherheitsbedenken wurden erwähnt. Der Großteil der SchülerInnen gab an, wenig auf Facebook zu posten. Die Profile der Jugendlichen zeigen jedoch ein gewisses Maß an Aktivität. Die Ergebnisse legen nahe, dass die tatsächliche Kommunikation auf Facebook hauptsächlich innerhalb der Cliquen (Peergroups) erfolgt, jedoch nicht ausschließlich. Der Prozess der Kommunikation hat sich verändert. Die Verantwortung für eine gelungene Informationsübergabe durch Facebook wird an die EmpfängerInnen der Nachricht übertragen. Der oder die Einzelne steht ständig unter Druck, auf dem Laufenden zu bleiben, den Anschluss nicht zu verlieren. Von den Jugendlichen wird Facebook außerdem genutzt, um neue Kontakte zu knüpfen. Die SchülerInnen nutzen die Funktionen von Facebook, um anderen über ihr Leben und über ihre Aktivitäten zu berichten. Diese Selbstdarstellung wird teilweise auch als Zweck von Facebook verstanden; außerdem braucht es eine Reaktion von außen: und zwar in Form von Likes und Kommentaren.

Ein wichtiges Medium der Onlineselbstdarstellung sind Fotos, im Speziellen das Profilbild und das Titelbild. Beide sind die erste visuelle Botschaft, die ein Facebook-Profil vermittelt. Über dieses entsteht der erste Eindruck über UserInnen. Anhand dieser Bilder versuchen die

SchülerInnen, sich so zu zeigen, wie sie von anderen gesehen werden wollen. Geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Art der Fotos, zur Selbstpräsentation der eigenen Person, des eigenen Körpers, sind in den Gruppen erkennbar. So definieren die an der Studie teilnehmenden Burschen ihr Aussehen stärker als eigene Leistung, während Mädchen ihre Attraktivität als natürlich und selbstverständlich erscheinen lassen wollen. Bei der Selbstdarstellung wird von den Jugendlichen in allen Schulen auf die Wichtigkeit von Authentizität und Ehrlichkeit hingewiesen. Einerseits gilt die Regel „natürlich sein“ unter den Jugendlichen, andererseits soll man den von den Schülerinnen und Schülern selbst auferlegten Darstellungsnormen gehorchen. Die Erkenntnis daraus ist, dass „echte“ traurige Gefühle theoretisch akzeptiert werden, in der Praxis aber jede Traurigkeit als nicht authentisch diffamiert wird. Gefühle werden anscheinend von Burschen weniger über Facebook kommuniziert als von Mädchen. Burschen wollen laut eigenen Aussagen öffentlich keine Schwäche zeigen. Dieses Geschlechterstereotyp kam in einigen Workshops intensiv zur Sprache. Daraus abgeleitet ergeben sich für die Burschen weniger Handlungsspielräume als für Mädchen: Burschen dürfen ihre Gefühle weniger preisgeben und es wird als unpassend für männliche Jugendliche gesehen, Emotionen auf Facebook zu diskutieren. Generell zeigte sich, dass der Handlungsspielraum von jungen Frauen und Männern sehr unterschiedlich ist: Bei Burschen gilt ein eher starres und einheitliches Rollenbild, ein davon abweichendes Verhalten darf und sollte nicht vorkommen. Mädchen haben hingegen mehr Möglichkeiten und Handlungsspielräume in ihrem Verhaltens- und Darstellungsrepertoire.

Insgesamt gesehen, sind die SchülerInnen der Ansicht, dass Facebook gewisse Freiheiten in der Selbstdarstellung bietet. Die SchülerInnen meinten, man könnte auf Facebook eher aus den eingefahrenen sozialen Zwängen und Strukturen ausbrechen und sich selbstbewusst darstellen und agieren.

Die sozial geforderte Geschlechtszugehörigkeit scheint in der Internetkommunikation, so auch auf Facebook, eine besonders wichtige Kategorie zu sein. Diese Kategorisierung bzw. Dichotomisierung der Geschlechter wird von Facebook vorgegeben. Bei der Anmeldung muss man zwischen „weiblich“ und „männlich“ wählen. Onlinegeschlechtertausch wird von

Mädchen und Burschen kritisch gesehen. Das soziale Geschlecht hat für die Jugendlichen auf die Frage der Freizügigkeit einen bestimmten Einfluss – freizügige Bilder sind weitgehend ein weiblich konnotiertes Problem. Es zeigt sich, dass Burschen und deren Körper einer weniger sexualisierten Betrachtung durch die Jugendlichen unterliegen und damit bei ihnen das Thema Freizügigkeit weniger relevant ist – die Erkenntnis ist, dass der männliche Körper bei den Schülerinnen und Schülern einer Leistungsbewertung unterzogen wird und weniger sexuellen Restriktionen unterliegt als der weibliche Körper. Auch wenn die SchülerInnen berechnete Kritik an den sexistischen Körperbewertungspraxen üben, darf nicht übersehen werden, dass sie selbst nicht unabhängig von diesen agieren.

Das Phänomen „Facebookfights“ wurde im Gegensatz zu der Freizügigkeitsdebatte vorwiegend von den Schülern beschrieben. Die Bedeutung von Facebookfights dürfte ebenfalls vom sozialen Geschlecht beeinflusst sein. Im Gegensatz zu Traurigkeit, welche vorwiegend Userinnen zugeschrieben wird, werden Gefühle, wie Wut oder Hass, eher männlichen Usern zugesprochen. Die weiblichen Jugendlichen meinten selbst, dass Facebookfights ein eher männlich konnotiertes Problem seien und Mädchen diese nicht so oft hätten.

Die Nutzung von sozialen Netzwerken ist neben den damit verbundenen Möglichkeiten, wie der Kontaktaufnahme mit anderen, Vernetzung zwischen unterschiedlichen Gruppen und Personen, auch mit der Herausforderung für die NutzerInnen verknüpft, das Spannungsfeld zwischen dem Schutz der eigenen Privatsphäre und der selbstbestimmten Pflege des eigenen Onlineimages auszubalancieren. Privatsphäre bedeutet für die Jugendlichen unter anderem, dass man nicht alles wissen muss, nicht alles preisgeben muss, seine eigenen Informationen nicht mit allen teilen muss, dass es Bereiche gibt, die nur die Jugendlichen selbst wissen. Privatsphäre heißt, Geheimnisse haben zu dürfen und selbst darüber bestimmen zu können, ob und mit wem diese geteilt werden. Bezüglich der Privatsphäreinstellungen auf Facebook herrscht teilweise großes Unwissen und manchmal auch Desinteresse unter den Schülerinnen und Schülern. Bei der Einschätzung des Problems

herrscht teilweise Uneinigkeit zwischen ihnen. Sie sind anscheinend unterschiedlich stark für das Thema sensibilisiert. Eine weitere beobachtbare Einstellung der Jugendlichen ist jene der eigenen Ohnmacht in Fragen des Datenschutzes.

### Highlights der Studie

- **„Privacy Paradoxe“.** Jugendliche sprechen anders über ihr Handeln auf Facebook, als dies in der Realität geschieht. Sie wissen um die Gefahren in sozialen Medien Bescheid. Werden die von den Jugendlichen genannten Verhaltensregeln für den sicheren Umgang mit sozialen Medien mit deren eigenen Umgang mit Facebook verglichen, zeigt sich ein widersprüchliches Verhalten. Die meisten der von den Jugendlichen genannten Vorsichtsmaßnahmen werden in der eigenen Praxis – wissentlich – ignoriert.
- Die Nutzung von sozialen Medien führt zur **Verlagerung der Informationspflicht**. Das klassische Kommunikationsmodell SenderIn–EmpfängerIn, bei dem die Senderin bzw. der Sender für einen funktionierenden Informationsaustausch und Kommunikation mitverantwortlich ist, wird verändert. Informationen – über z. B. Terminverschiebungen in Sportvereinen oder Informationen die Schule betreffend wie Hausaufgaben o. Ä. – werden online bekannt gegeben. Die Verantwortung, die Information zu erhalten, wird ganz auf die Empfängerin/den Empfänger übertragen. So entsteht für die Jugendlichen der Zwang, zu jeder Zeit und an jedem Ort online sein zu müssen, um informiert zu sein.
- **Selbstdarstellung im Genderkontext.** Der Handlungsspielraum durch die von den Jugendlichen selbst aufgestellten Regeln und Normen zur Selbstdarstellung und zum Verhalten in sozialen Medien scheint für Burschen eingeschränkter zu sein als für Mädchen. Burschen haben dadurch ein wesentlich geringeres Repertoire an Selbstdarstellungsmöglichkeiten als Mädchen. Stellen sich Burschen anders dar, als

es der Norm „Burschsein“ entspricht, werden sie als „mädchenhaft“ bzw. „schwul“ bezeichnet und im sozialen Netzwerk wie auch in der Schule abgewertet. Ein weiterer wesentlicher Punkt der Selbstdarstellung mit Genderkontext ist die Reproduktion von Geschlechterstereotypen durch die Jugendlichen selbst.

- **Fotos.** Nicht nur als Profilbild und Titelbild erfüllen Fotos wichtige Funktionen in der Selbstpräsentation im Internet. Selbst gemachte Fotos machen Erlebnisse und in weiterer Folge Erinnerungen teilbar. Bei den Fotos ist das Aussehen bzw. die körperliche Attraktivität ein wichtiges Bewertungskriterium für die Jugendlichen.
- **Happy Gesellschaft Facebook versus Authentizität.** Bei der Selbstdarstellung erwarten sich die Jugendlichen Authentizität. „Authentisch sein“ oder „echt sein“ als wichtige Verhaltensregel in sozialen Medien bzw. bei Facebook steht im direkten Konflikt mit der abweisenden Haltung der Jugendlichen gegenüber negativen Inhalten oder Informationen. „Sei du selbst, aber bitte nur positiv“, ist die Grundaussage der Jugendlichen. Gefühle, wie Trauer oder Einsamkeit, werden von den Schülerinnen und Schülern als Mittel gesehen, um Aufmerksamkeit zu erlangen. Hingegen wird Positives eher kritiklos angenommen.
- **Widersprüche bei der Selbstdarstellung.** Auffällig bei der Selbstdarstellung der Jugendlichen ist die Widersprüchlichkeit, wie diese gestaltet wird. Bei der Facebook-Nutzung anderer wird oft genau das kritisiert, was für die eigene Facebook-Nutzung charakteristisch ist. Dies zeigt sich deutlich in den Aussagen der Jugendlichen bezüglich „Likes“. Sie geben an, dass Likes ihnen persönlich unwichtig sind, in ihrem Handeln erweist sich das Gegenteil. Fotos, die wenige Likes bekommen, werden von den Jugendlichen, die dieses Foto online gestellt haben, wieder entfernt und die Enttäuschung ist groß. Likes gelten bei den Jugendlichen quasi als Währung für Beliebtheit. Die Selbstpräsentation auf Facebook ist – wie die Erhebungen zeigen – auch altersabhängig. Weitere Einflussfaktoren könnten sein: Anmeldezeitpunkt auf

Facebook, soziales Verhalten der eigenen Peergroup, kalendarisches Alter, Kenntnisse in Bezug auf Privatsphäreinstellungen bzw. die persönliche Nutzungsmotivation.

- Die **Facebook-Karriere**. Der Großteil der SchülerInnen gab an, wenig auf Facebook zu posten, viel weniger als in früheren Jahren. Mittlerweile finden sie die Nutzung von Facebook als öffentliches Tagebuch unnötig und anstrengend. Sie beschreiben diesen Wandel von Vielposterinnen und Vielpostern hin zu Personen, die die vielen sinnlosen Postings nerven, als typische Facebook-Karriere. Eine Interpretation ist, dass dieser Prozess einerseits dem Alter, andererseits aber auch der Nutzungsdauer bzw. -intensität zugeschrieben werden kann.

## Literaturverzeichnis

- Astheimer, Jörg; Neumann-Braun, Klaus; Schmidt, Axel, 2011: MyFace: Die Porträtfotografie im Social Web. In: Neumann-Braun, Klaus (Hg.): Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web. Bildbezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co. Baden-Baden: Nomos, Ed. Fischer (Short cuts - cross media, 2), S. 79–122.
- Atweh, Bill, Kemmis, Stephen; Weeks, Patricia, 2002: Action Research in Practice: Partnership for Social Justice in Education. London: Routledge.
- Alcoff, Linda Martín, 2003: Introduction: Identities: Modern and Postmodern. In: Alcoff, Linda Martín (Ed.): Identities: race, class, gender, and nationality. Malden, Mass: Blackwell, 1-8.
- Bourdieu, Pierre, 1985: Sozialer Raum und „Klassen“. Leçon sur la leçon. Frankfurt: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre, 1987: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre, 2006: Kult der Einheit und kultivierte Unterschiede. In: Bourdieu, Pierre; Boltanski, Luc et al. (Hg.): Eine illegitime Kunst: Die Sozialen Gebrauchsweisen der Fotografie. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt, 25-84.
- Connel, Raewyn, 2013: Gender. Wiesbaden: Vs Verlag für Sozialwissenschaften.
- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Hogrefe, Verl. für Psychologie (Internet und Psychologie, 2).
- Döring, Nicola: Männlichkeit und Weiblichkeit im Netz: Dimensionen des Cyber-Gendering. In: Internet-Bildung-Gemeinschaft, S. 119–141.
- Dreier, Michael; Duven, Eva; Müller Kai W.; Beutel, Manfred E.; Behrens, Peter; Holtz, Sebastian; Wölfling, Klaus, 2013: Studie über das Internetsuchtverhalten von europäischen Jugendlichen. Online abrufbar unter [http://www.unimedizinmainz.de/fileadmin/kliniken/verhalten/Dokumente/EU\\_NET\\_ADB\\_Broschuere\\_final.pdf](http://www.unimedizinmainz.de/fileadmin/kliniken/verhalten/Dokumente/EU_NET_ADB_Broschuere_final.pdf), abgerufen am 20.09.2013.
- Ellison, Nicole B.; Hancock, Jeffrey T.; Toma, Catalina L., 2012: Profile as promise: A framework for conceptualizing veracity in online dating self-presentations. In: New Media & Society 14 (1), 45-62. DOI: 10.1177/1461444811410395.
- Eriksen, Thomas Hylland, 2001: Small places, large issues: an introduction to social and cultural anthropology. London: Pluto.
- Fausto-Sterling, Anne, 2002: Sich mit Dualismen duellieren. In: Pasero, Ursula (Hg.): Wie natürlich ist Geschlecht? Gender und die Konstruktion von Natur und Technik. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 17-64.
- Finch, Janet, 2007: Displaying Families. In: Sociology 41 (1), 65-81.
- Glaser, Barney; Strauss, Anselm, 1967: The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research. New York: Aldine Transaction.
- Großegger, Beate, 2010: „Meine Lieblingsbeschäftigung ist fernsehen und ich schlafe ab und zu auch gern.“ Medien- und Konsumwelten von Kindern und Jugendlichen in sozialen

- Randlagen. In: medien & zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart 1/2010, 28-38.
- Grossegger, Beate, 2013: Schöne neue Online-Welt. Die „Generation Facebook“ kommuniziert entgrenzt, mobil und in Echtzeit – wohin führt der Trend? Dossier 2013. Wien: Institut für Jugendkulturforschung. Online abrufbar unter [http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Dossier\\_schoene\\_neue\\_Onlinewelt\\_Grossegger\\_2013.pdf](http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Dossier_schoene_neue_Onlinewelt_Grossegger_2013.pdf), abgerufen am 12.10.2013.
- Institut für Jugendkulturforschung (Hg.), s.a.: Safer Internet. Ergebnisse der quantitativen Untersuchung. Online verfügbar unter [http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Ergebnisse\\_Safer-Internet\\_Quantitativ.pdf](http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/Ergebnisse_Safer-Internet_Quantitativ.pdf), zuletzt geprüft am 12.10.2013.
- Jenkins, Richard, 1996. Social Identity. London: Routledge.
- Jernej, Helmut, 2004: Die Konstruktion von Identität in unserer modernen Informationsgesellschaft. Eine Analyse über konstruierte Identitäten anhand von konkreten Beispielen aus Wirtschaft, Kultur und Medien. Dissertation Universität Wien.
- Knoll, Bente; Ratzer, Brigitte, 2010: Gender Studies in den Ingenieurwissenschaften. Wien: facultas Verlag.
- Lewin, Kurt, 1946: Action research and minority problems. In: J Soc. Issues 2(4): 34-46.
- Liebsch, Katharina, 2002: Identität und Habitus. In: Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (Hg.): Einführung in die Hauptbegriffe der Soziologie. Opladen: Leske + Budrich, 67-84.
- Livingstone, Sonia; Leslie Haddon, Anke Görzig and Kjartan Ólafsson, 2011: Risks and safety on the internet. The perspective of European children. London. Online verfügbar unter [http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf](http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf), zuletzt geprüft am 12.10.2013.
- Mead, George Herbert, 1966. The Social Foundations and Functions of Thought and Communication. In: Hare, A. Paul (Ed.): Small groups: studies in social interaction. New York: Knopf, 20-39.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.), 2012: JIM-Studie 2012. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Online verfügbar unter [http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf12/JIM2012\\_Endversion.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf12/JIM2012_Endversion.pdf), zuletzt geprüft am 12.10.2013.
- Reason, Peter, 1995: Participation in Human Inquiry. London: Sage.
- Reason, Peter; Bradbury, Hilary, 2008: The Sage Handbook of Actions Research: Participative Inquiry and Practice, London: Sage.
- Rose, Gillian, 2010: Doing Family Photography: the domestic, the public and the politics of sentiment. Aldershot: Ashgate.
- Santillán; Elena, 2010: Digitale Jugendkommunikation in der Informationsgesellschaft. Spanisch, Italienisch und Deutsch im Vergleich. Dissertation. Universität Wien, Wien.
- Schmidt, Jan-Hinrik; Paus-Hasebrink, Ingrid; Hasebrink, Uwe (Hrsg.), 2011: Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. 2, unveränderte Auflage. Berlin: VISTAS (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen).

- Schorb, Bernd; Kießling, Matthias; Würfel, Maren; Keilhauer, Jan, 2010: MeMo\_SON10. Medienkonvergenz Monitoring. Soziale Online-Netzwerke-Report 2010. Online abrufbar unter [www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo\\_SON10.pdf](http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_SON10.pdf), abgerufen am 12.09.2013.
- Tajfel, Henri (Hg.), 1978: Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations. London: Academic Press.
- Tillmann, Angela 2012: MyBody - MySelf: Körper- und Geschlechter(re)konstruktionen in sozialen Netzwerken. In: Martina Schuegraf, Angela Tillmann (Hg.): Pornografisierung von Gesellschaft. Perspektiven aus Theorie, Empirie und Praxis: UVK Verlagsgesellschaft mbH (Alltag, Medien und Kultur, Bd. 9), S. 159–168.
- Wasshuber, Jakob, 2012: derstandard.at. <http://derstandard.at/1353208963535/Jugendwort-Rankings-Leider-gar-nicht-geil>, abgerufen am 09.09.2013.
- Wong, Danny 2013: Facebook, Pinterest, Twitter, and YouTube referrals up 52%+ in past year. Report Oct 15, 2013. Online verfügbar unter <https://blog.shareaholic.com/social-media-traffic-trends-10-2013/>, abgerufen am 29.09.2013.

### Internetquellen

- <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/austria>, abgerufen am 30.10.2013.
- <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/7187027/Polish-newspaper-claims-Pedobear-is-2010-Vancouver-Olympic-mascot.html>, abgerufen am 30.10.2013.
- [www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at),  
<http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Bundesnormen/NOR40093002/NOR40093002.pdf>,  
abgerufen am 29.09.2013.
- [www.ris.bka.gv.at](http://www.ris.bka.gv.at),  
<http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Bundesnormen/NOR40093002/NOR40093002.pdf>,  
abgerufen am 29.09.2013.

## Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1: Anzahl der teilnehmenden SchülerInnen aufgeteilt nach Schule und Erhebungsrunde; Quelle: Eigene Darstellung .....	Seite 6
Abbildung 1: Traffic Trends Social Media; Quelle: <a href="https://blog.shareaholic.com/social-media-traffic-trends-10-2013/">https://blog.shareaholic.com/social-media-traffic-trends-10-2013/</a> .....	Seite 10
Abbildung 2: Facebook-Nutzung in Österreich nach Altersgruppen; Quelle: <a href="http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/austria">http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/austria</a> .....	Seite 12
Abbildung 3: Nutzung von Facebook nach Geschlecht; Quelle: <a href="http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/austria">http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/austria</a> .....	Seite 12
Abbildung 4: Profilfoto „Duckface“; Quelle: <a href="http://www.flickr.com/photos/23370075@N03/2599676198/">http://www.flickr.com/photos/23370075@N03/2599676198/</a> .....	Seite 47
Abbildung 5: Profilfoto „Freundinnen“; Quelle: <a href="http://www.flickr.com/photos/self-portrait/1565218436/in/photostream/">http://www.flickr.com/photos/self-portrait/1565218436/in/photostream/</a> .....	Seite 48
Abbildung 6: Tagcloud mit assoziierten Eigenschaften (erstellt mit <a href="http://www.wordle.net/">www.wordle.net/</a> ) .....	Seite 48
Abbildung 7: Profilfoto „Kaputzenmann“; Quelle: <a href="http://www.flickr.com/photos/7933170@N03/2476530207/sizes/z/in/photostream/">http://www.flickr.com/photos/7933170@N03/2476530207/sizes/z/in/photostream/</a> .....	Seite 49
Abbildung 8: Tagcloud mit assoziierten Eigenschaften (erstellt mit <a href="http://www.wordle.net/">www.wordle.net/</a> ) .....	Seite 49
Abbildung 9: Profilfoto „Spiegelpose“; Quelle: <a href="http://www.flickr.com/photos/89665467@N00/5027133024/">http://www.flickr.com/photos/89665467@N00/5027133024/</a> .....	Seite 50
Abbildung 10: Profilfoto „Poser“; Quelle: <a href="http://www.flickr.com/photos/inconsistency/28453260/sizes/m/in/photostream/">http://www.flickr.com/photos/inconsistency/28453260/sizes/m/in/photostream/...</a> .....	Seite 50
Abbildung 11: Profilfoto „Trauriges Mädchen“; Quelle: <a href="http://www.flickr.com/photos/64636777@N03/7338699590/">http://www.flickr.com/photos/64636777@N03/7338699590/</a> .....	Seite 51
Abbildung 12: Profilfoto „Vermummter mit Handykamera“; Quelle: <a href="http://www.flickr.com/photos/37138982@N08/3413763647/">http://www.flickr.com/photos/37138982@N08/3413763647/</a> .....	Seite 51
Abbildung 13: Profilfoto „Jugendliche mit Kopftuch“; Quelle: <a href="http://www.flickr.com/photos/44124425616@N01/417936161/">http://www.flickr.com/photos/44124425616@N01/417936161/</a> .....	Seite 52

## Über das Büro für nachhaltige Kompetenz

Das Büro für nachhaltige Kompetenz arbeitet, forscht und berät zu den ökologischen, ökonomischen, sozialen und gesellschaftlichen Dimensionen der Nachhaltigkeit. Das Büro ist spezialisiert darauf, in den scheinbar „geschlechtsneutralen“ Bereichen wie Stadt-, Landschafts- und Verkehrsplanung, Mobilitätsforschung, Technik- und Ingenieurwissenschaften, Umwelt- und Nachhaltigkeitsforschung – aber auch in Planungs- und Kommunikationsprozessen sowie in technologieorientierten Forschungs- und Entwicklungsprojekten generell – die Relevanz von Gender und Diversity aufzuzeigen und gemeinsam mit den handelnden Personen Strategien zu entwickeln, Genderperspektiven auch in diese Felder einzubringen. Wir begleiten und beraten Organisationen bei gender- und zielgruppengerechter Mediengestaltung sowie bei Veränderungsprozessen insgesamt. Wir sind mit der Konzeption und Planung von urbanen und ländlichen Freiräumen befasst und haben die GartenBox, ein fixfertiges Bepflanzungssystem mit mehrjährigen Stauden und torffreien Biosubstraten, mitentwickelt.

Geschäftsführerin Dr.<sup>in</sup> Bente Knoll verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen Landschafts- und Verkehrsplanung, Umwelt- und Ingenieurwissenschaften, nachhaltige Entwicklung, gleichstellungsorientierte Organisationsentwicklung und Managementsysteme sowie systemische Kommunikation und Social Media. Des Weiteren ist sie als Universitätslektorin an der TU Wien, der JKU Linz, an der Universität Wien sowie an der FH Eisenstadt zu Gender Studies in den Technik- und Ingenieurwissenschaften tätig.

Gemeinsam mit ihrem interdisziplinären Team (Soziologie, Landschafts- und Raumplanung, Mediendesign, Umwelt-, Bio- und Ressourcenmanagement, Geografie und Erwachsenenbildung) unterstützt sie Kundinnen und Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen und Lösungen, die den Bedürfnissen der Zielgruppen angepasst sind und sich an den Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung orientieren.

Für die wissenschaftlich fundierte Aufbereitung des Themenkomplexes „Gender Equality in der Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ sowie die praxisorientierten Beratungsangebote und Workshops wurde das Büro im September 2007 von der Österreichischen UNESCO-Kommission als „erfolgreiches UN-Dekadenprojekt“ ausgezeichnet. Geschäftsführerin Dr.in Bente Knoll wurde vom BMVIT im Oktober 2013 als FEMtech-Expertin des Monats ausgezeichnet. Das Büro für nachhaltige Kompetenz ist mit dem Firmencode 46436 im AuftragnehmerInnenkataster Österreich als für öffentliche AuftraggeberInnen geeignetes Unternehmen registriert.

### Büro für nachhaltige Kompetenz B-NK GmbH

Schönbrunner Straße 59–61/26, A-1050 Wien

+43 (0)1 9908996

+43 (0)676 6461015

office@b-nk.at

<http://www.b-nk.at>

