

Warum durch Phänomene wie *YouNow* die Vermittlung von Medienkompetenz immer wichtiger wird. Ein Beitrag aus medienethischer Sicht.

Clarissa Henning

Aktuell überschlägt sich die Medienberichterstattung über die neue Social Media-Plattform *YouNow*, Journalisten/-innen und Experten/-innen schlagen Alarm. Hier streamen junge Menschen sich selbst live aus ihren Kinderzimmern und die Community kann das, was sie von den Personen präsentiert bekommt, per schriftlichen Livechat kommentieren. Damit stellt *YouNow* eine Weiterentwicklung aller bisher untersuchten Social Media-Angebote in Bezug auf Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion dar, und erneut steht die Frage nach Nutzungsmotiven und Risiken in einer zunehmend digitalisierten Gesellschaft im Raum.⁶

Bereits seit 2011 existiert die Social Media-Plattform www.younow.com schon, aber erst jetzt scheint sie in Deutschland – oder vielmehr bei deutschen Heranwachsenden – angekommen zu sein. Jugendliche (und häufig auch Kinder) nutzen diese Plattform, um über ihren Tagesablauf zu sprechen und beantworten Fragen, die ihnen die Zuschauer/-innen zeitgleich im Chat stellen. Hierbei kommt es in aller Regel dazu, dass sie eine Unmenge an persönlichen Daten wie Name, Wohnort, Alter oder Familiensituation preisge-

⁶ So kommen Schmidt, Paus-Hasebrink und Hasebrink (2009, S. 266) noch zu folgenden Untersuchungsergebnissen: „Außerhalb von Netzwerkplattformen [z. B. Videoplattformen] wird mit Social Web-Angeboten also kaum Identitätsmanagement betrieben. [...] Ebenso wenig werden Video- oder Musikplattformen zur Selbstpräsentation herangezogen. Denn den wenigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die Social Web-Angebote tatsächlich kreativ nutzen und z. B. ein Video produzieren und dieses auf *YouTube* stellen [...], geht es nicht in erster Linie um den Aspekt der Selbst(re)präsentation, sich als Person vor- oder auszustellen, sondern vielmehr um das Anliegen, etwas selbst zu produzieren, also eigene Fähigkeiten zu testen, indem sie etwas selbst gestalten, oder - dies weniger kreativ - z. B. den Mitschnitt eines Live-Konzerts hochzuladen, um ihn Gleichgesinnten zur Kenntnis zu geben.“

ben und auch nicht selten verraten sie ihre Handynummer, damit andere Jugendliche auch über WhatsApp oder Instagram mit ihnen Kontakt aufnehmen können. Themen wie Privatsphäre im Internet oder Datenschutz, die seit über zehn Jahren in Bezug auf (jugendliche) Kommunikation in Sozialen Online-Netzwerken thematisiert und untersucht wurden, scheinen bei ihnen nicht angekommen zu sein. Und so werden erneut Fragen danach laut, welche Bedürfnisse von Jugendlichen auf einer Plattform wie *YouNow* befriedigt werden, die sie dazu treiben, auch private und schutzwürdige Informationen von sich zu veröffentlichen und hierfür nun auch die Grenze zum Privatraum im wortwörtlichen Sinne zu überschreiten. Hieran schließt sich die Problematik der durch die von der Plattform angelegten Kommunikationsstruktur in Bezug auf Informationspreisgabe, Kommunikationssituation, Status und semiotischen Implikationen. Abschließend wird zusammengefasst, warum Medienkompetenz unabdingbar für ein gelingendes Leben in einer digitalisierten Gesellschaft ist.

Ich bin on, also bin ich⁷

Die Jugend ist klassischerweise die Lebensphase, in der es für das Individuum im Besonderen darum geht, sein Selbst zu finden und zu festigen. Durch die Auflösung traditioneller Rollenerwartungen, die ursprünglich in gesellschaftlichen Rahmen wie Familie, Religion oder Beruf organisiert waren, rückt verstärkt eine durch Individualität gekennzeichnete Identität in den Mittelpunkt eines gelingenden Lebens für jeden einzelnen. Hierzu bedarf es eines gefestigten Verständnisses von sich selbst, um den Flexibilitätsanforderungen der heutigen Gesellschaft gerecht werden zu können, ohne sich selbst zu verlieren. Es ist von Nöten, seine Identität und die in ihr realisierten Rollenanforderungen wie ein Mosaik zusammensetzen, um sie flexibel an sich wandelnde

⁷ Da *YouNow* im medialen und wissenschaftlichen Diskurs recht neu ist, beruhen die Ausführungen und Einordnungen der Motivlagen und Risikobereiche zu *YouNow* in diesem Aufsatz auf Arbeiten, die sich mit den „klassischen“ sozialen Medien und deren Nutzung beschäftigen. Dennoch halte ich es für sinnvoll, die Ergebnisse auf *YouNow* als neues soziales Online-Netzwerk zu übertragen und weiterzuführen.

gesellschaftliche Anforderungen anpassen und der eigenen lebenslangen Weiterentwicklung seiner Identität gerecht werden zu können. Somit ist es eine entscheidende Entwicklungsaufgabe in der heutigen digitalisierten Gesellschaft, „sein eigenes biografisches und ethisches ‚Gesamtkunstwerk‘ [zu] schaffen und [zu] inszenieren, ein Kunstwerk, dessen Inhalt [man] selbst ist“ (Deutsche Shell 2000, S. 95.). Wie sich hier andeutet, steht das Individuum im Wechselspiel seiner selbst mit der Umgebung. Man betrachtet und bewertet sich selbstreflexiv im Licht der Reaktionen anderer Menschen, die wie ein Spiegel fungieren, um das Ich betrachten und einschätzen zu können. „Identität [entsteht demnach] in einem dialogischen Austausch zwischen Selbst- und Fremdidentifikation im Rahmen einer sozialen Interaktion.“ (Röll 2007, S. 128.)

Den Raum für eine derartige soziale Interaktion in einem vermeintlich geschützten Umfeld bietet in besonderem Maße das Web 2.0. Hier haben Menschen die Möglichkeit, sich selbst „zu erfinden“, sich so darzustellen, wie sie wahrgenommen werden möchten und sich in verschiedenen Rollen auszuprobieren. Im Gegensatz zu Offline-Rollenerfahrungen bekommen Menschen in der Online-Realität⁸ wie bei YouNow sofort und live Rückmeldung zu ihrer Person. Hierdurch wird das handelnde Subjekt (der YouNower, der sich streamt) selbst zum Kommunikationsobjekt des aktuellen Dialogs, also zum Erzählgegenstand der Geschichte des eigenen Selbst (vgl. Krotz 2003, S. 39). „Bei [dieser] Suchbewegung hin zu einer Kernnarration, der narrativen Verdichtung der Darstellung der eigenen Person“, befördert die Unmittelbarkeit der Kommunikation, wie sie YouNow zu eigen ist, dass die Jugendlichen nur in eingeschränktem Maße ihr Selbstbild bewusst und gezielt gestalten (z.B.

⁸ Mit diesem nach meiner Meinung sehr treffenden Begriff charakterisiert Krotz den Zustand, dass es sich bei Identitätskonstruktionen im Internet, in sozialen Medien, nicht um einen fiktiven Raum handelt. Virtualität hat in diesem Zusammenhang nichts mit „irreal“ oder „unecht“ zu tun, da soziale Netzwerke zur gesellschaftlichen Realität gehören und die Rolle, die man dort einnimmt, vergleichbar mit denen in anderen gesellschaftlichen Lebenszusammenhängen wie Schule, Sportverein, Familie u. dgl. ist (vgl. hierzu Krotz 2012).

durch Styling oder Wahl der Örtlichkeit, von der aus sie streamen), „sondern vielmehr im Kontext des aktuell geführten Dialogs“ (Röll 2007, S. 131). Folglich ist Identitätsentwicklung untrennbar mit dem Aufbau sozialer Beziehungen verbunden. Auch hierfür bieten Soziale Netzwerke einen Kommunikationsraum, sich über seine Peergroup hinaus mit anderen Menschen zu vernetzen und auszutauschen und im Fall der (jugendlichen) Suche nach Selbstbestätigung und Anerkennung diese schnell, direkt und in großer Zahl zu bekommen, wie es im Offlineleben in dieser Quantität im Normalfall nicht möglich wäre. Bei positiver Rückmeldung – die man normalerweise schon dadurch evoziert, dass die Selbstdarstellung auf der Grundlage gesellschaftlich anerkannter und positiv konnotierter Aspekte beruht – wird das Selbstwertgefühl erhöht, die eigene Person wird bestätigt und man bekommt das Gefühl von Respekt. YouNow treibt die Befriedigung dieser Bedürfnisse auf die Spitze, indem die User nicht nur, wie bisher, Fotos und Statusmeldungen etc. von sich posten können, wofür sie von einer „persönlichen Öffentlichkeit“⁹ mit Likes und Kommentaren belohnt werden.

Durch das Videostreaming, der Broadcast der eigenen Person, wird die Möglichkeit, Selbstbestätigung zu bekommen, potenziert, dadurch dass 1.) fremde Menschen, die einem nicht persönlich verbunden sind, Interesse haben, einem zuzusehen und zuzuhören, dass diese Fremden 2.) ihr Interesse an der eigenen Persönlichkeit durch persönliche Fragen und Komplimente im Livechat bekunden, dass Anerkennung 3.) durch Emoticons wie Herzen oder Buddyfists unterstrichen wird und 4.), als stärkste Form der „Zuneigung“, die Viewer Fan vom eigenen Selbst werden können. YouNow befriedigt vordergründig also vornehmlich zwei essentielle Entwicklungsbedürfnisse des Selbst, zum einen Anerkennung als der Mensch, als der man sich präsentiert

⁹ „Persönliche Öffentlichkeiten unterscheiden sich dabei in Reichweite und Anspruch von etablierten medialen Öffentlichkeiten. Das adressierte Publikum, also diejenigen, die der/die Kommunikator/in mit seinem/ihrem Kommunikat explizit erreichen will, ist eher klein und die subjektive Relevanz fungiert als maßgebliches Kriterium der ‚Veröffentlichung‘.“ (Würfel 2011, S. 93) Siehe auch: Schmidt 2014, S. 26.

und der man sein möchte, und zum anderen das Knüpfen von Freundschaften und im Besonderen auch von Beziehungs-/Flirtkontakten.¹⁰

Tiefergehend betrachtet bedingt die Kommunikationsstruktur jedoch auch, dass man sich die Zuneigung seiner Viewer permanent verdienen oder erarbeiten muss, indem man interessant bleibt. Da die Konversation in den jugendlichen Chats zumeist stark an der Oberfläche bleibt und keinen zusammenhängenden Gesprächsverlauf aufweist, muss man auf anderem Weg versuchen, die Aufmerksamkeit der Viewer dauerhaft zu gewinnen bzw. aufrechtzuerhalten. Daher ist der Schritt dahin, sich nackt zu präsentieren oder Mutproben zu absolvieren, um Aufmerksamkeit zu generieren und seine Fans nicht zu enttäuschen, zu häufig nicht weit. So sind Mutproben bspw. ein typisches Initiationsritual, vornehmlich unter Jungen, sich in ihrer Männlichkeit zu beweisen und sich Respekt und Anerkennung in einer Gruppe (hier der Community) zu verschaffen. Auch wenn in den Richtlinien von YouNow¹¹ derartige Aktionen, ebenso wie Drogenkonsum oder sexualisierte Inhalte, untersagt sind, dienen nackte Haut oder die Belustigung durch besonders ekelhafte oder quälende Herausforderungen der Unterhaltung und damit der Begeisterung des Publikums.¹²

Abgesehen von der Gefahr, die von manchen Wetten unter Umständen für Leib und Leben des YouNowers¹³ ausgehen, stellt sich bei dem Entblößen vor der Kamera das Problem der Kinderpornographie. Laut den Statuten von YouNow ist die Plattform an Jugendliche ab 13 Jahren gerichtet. Unabhängig davon, dass auch 13jährige die Kommunikationssituation mit all ihren Risiken

¹⁰ Wenn man die Chats eine Weile verfolgt, stößt man schnell darauf, dass bspw. der jeweilige Broadcaster gefragt wird, ob er/sie eine Freundin/einen Freund habe und er über Instagram Fotos der Interessierten zugeschickt bekommt.

¹¹ Vgl. YouNow Rules & Community Guidelines 2015.

¹² So schildert die Huffington Post bspw. eine Mutprobe, in der ein Mädchen von einem Viewer dazu aufgefordert wurde, einen Löffel Zimt vor der Kamera auf YouNow zu schlucken, wahrscheinlich zu dem Zweck, sich an dem ausgelösten Würgereiz zu belustigen. Es bleibt zu hoffen, dass dem herausfordernden Zuschauer nicht klar war, dass das Schlucken eines Löffels Zimt zu Erstickung führen kann (vgl. Lebowitz 2014).

¹³ Auf younow.com werden so die Produzenten der Broadcasts bezeichnet.

sicherlich noch nicht einschätzen können, gibt es auch keine Hürde oder gar Kontrolle, dass nicht auch jüngere Kinder sich auf YouNow präsentieren. Durch die enorme Geschwindigkeit der (teilweise sogar crossmedialen) Kommunikation, wenn von teilweise 100 Viewern Kommentare und Aufforderungen über den Chat auf die Jugendlichen einprasseln, manche Zuschauer zeitgleich noch WhatsApp-Nachrichten schreiben oder anrufen, und die Tatsache, ständig unter dem sozialen Druck zu stehen, für eine diffuse Masse an Publikum interessant sein zu müssen, verleitet es leicht dazu, Aufforderungen bspw. nach dem Zeigen der Unterwäsche nachzukommen – ohne über die Folgen nachdenken bzw. diese richtig einschätzen zu können (vgl. Lebowitz 2014). Genauso verhält es sich bei dem Live-Beantworten der Chatfragen, die im Sekundentakt gestellt werden. Die Jugendlichen beantworten wie am Fließband Details zu ihrem Leben wie Wohnort, auf welche Schule sie gehen oder ob sie Geschwister haben – anscheinend in dem guten Glauben, „unter sich“ zu sein, in einer Art erweiterten Peergroup von Gleichaltrigen, offensichtlich ohne sich dessen bewusst zu sein, dass sich hinter Nicknames wie *butterfly99* oder *sweet-y* auch ein Erwachsener mit bedenklichen, pädophilen Interessen verbergen könnte. Dass dem so ist, darauf weisen die ersten erschreckenden Berichterstattungen hin.¹⁴ Zudem ist es möglich, sich die Broadcasts anzusehen, ohne sich vorher bei YouNow einzuloggen, was für eine zusätzliche Anonymisierung der Rezipienten sorgt.

An der geschilderten Kommunikationsstruktur lassen sich zudem zwei übergeordnete Problematiken festmachen. Die Kommunikationssituation zwischen YouNower und Fan ist ungleich, was allein die Bezeichnung „Fan“ schon impliziert. Der YouNower ist als Star inszeniert, indem er sich zeigt, derjenige, der zusieht, als Fan. Dieses Hierarchieverhältnis wird dadurch untermauert, dass der Star „alles“ über sein Leben preisgibt und die Community weiß, wie er oder sie aussieht, während der Star zumeist nichts Persönliches über seine Fans weiß. Diese Kommunikationssituation weicht deutlich von den bisherigen Social Media-Plattformen mit ähnlicher Zielrichtung wie z. B.

¹⁴ Z. B. Christiansen 2015; Meineck 2015.

Facebook ab. Hier kommuniziert man, wenn man sein Profil nicht für die gesamte Internetöffentlichkeit freigeschaltet hat, mit einer mehr oder weniger überschaubaren Anzahl an Freunden (persönliche Öffentlichkeit) als hierarchisch Gleichgestellten, die sich, zumindest laut der ursprünglichen Bedeutung des Wortes „Freundschaft“, in einer Art Bekanntheits- und Vertrauensverhältnis im weitesten Sinne befinden. Man kennt zumindest aber die, denen man sich präsentiert und kann im Gegenzug auch deren Profil einsehen. Dadurch ist die Bedeutung positiver Rückmeldung der (Online-)Freunde semantisch auch ganz anders aufgeladen als die der Fans bei YouNow. Freunde sind Menschen, die man schätzt und respektiert, auf deren Urteil man vertrauen kann und mit denen man identitätsbildende Werte teilt. Durch die Anonymität der Fans wird der YouNower in eine Situation gedrängt, in der er stetig darauf bedacht ist, die Anerkennung und den Respekt von Menschen erlangen zu wollen, die womöglich gar nicht dem eigenen Selbstbild und den Werten, die für einen wichtig sind, entsprechen. Folglich wäre es womöglich eher erstrebenswert, manchen dieser Fans nicht zu entsprechen, um sich selbst treu zu bleiben. So könnte es bspw. dazu kommen, dass man sich sehr freizügig zeigt, um den Erwartungen der Community zu entsprechen, während man in der Peergroup im Offlineleben dafür eher als „Schlampe“ verschrien wird.¹⁵

Aber nicht nur die Community übt ständigen Bewertungsdruck auf die YouNower aus, sich selbst möglichst interessant zu vermarkten, sondern auch die Kommunikationsstruktur der Plattform selbst evoziert eine permanente Bewertung und den ständigen Wettkampf mit anderen. Indem alle Broadcasts in den Hashtagkategorien, in denen sie eingeordnet sind, fortwährend nach Viewern, Fans, Likes etc. gerankt werden, ist ständig abzulesen, wer besser ist und damit einen höheren Status besitzt. Diese Attribute führen darüber hinaus dazu, in Leveln aufsteigen zu können, um mehr Handlungsmöglichkeiten auf der Plattform zu erhalten. Der Wert von Personen und

¹⁵ Zu widersprüchlichen Rollenerwartungen und Bewertungen des Verhaltens von und bei Mädchen siehe z.B. Grimm/Rhein/Müller 2010.

Identitätskonstrukten wird hier also innerhalb von Kategorien in Ranglisten eingestuft und in Konkurrenz zueinander gesetzt – dem Selbst wird damit folglich ein quantitativer Wert gegeben. Dass der Persönlichkeitswert von Individuen durch Wettkampf und eine möglichst sensationsheischende Darstellung festgestellt wird, ist sicherlich ein Werteverständnis, das es zu kritisieren gilt. Zudem besteht die Gefahr der Verzerrung des Selbstbildes, sowohl einer verzerrten Erhöhung, wodurch man sich anmaßt, über andere richten zu können¹⁶, als auch, dass die Gefahr der Erniedrigung besteht, wenn man sich vor der Kamera präsentiert und nicht gängigen Schönheitsidealen o. Ä. entspricht.¹⁷ Insgesamt wird bei YouNow folglich in besonderem Maße ein Identitätsverständnis geprägt, das auf Anpassungsfähigkeit und Konsum gegründet ist. Die Persönlichkeit und damit auch der Selbstwert werden von einem diffusen Publikum abhängig, das nach einer „marktorientierten“ Selbstdarstellung verlangt. Identität steht also permanent zur Disposition (vgl. Pfadenhauer 2009, S. 36).

An dieser Stelle rückt zudem das Thema der Privatsphäre in den Fokus. Wie bereits erwähnt, scheinen sich die Jugendlichen in einer Art Privatraum zu empfinden, in dem sie offen über alles reden können. Wären sie sich des möglichen Zuschauens z. B. der Eltern bewusst, bleibt anzunehmen, dass sie wahrscheinlich keine Telefonstreiche vor der Kamera bei Bordellen absolvieren oder über ihre Lehrer herziehen würden. Dieser Eindruck wird durch Ergebnisse bestätigt, die Lampert, Schmidt und Schulz (2009, S. 279) formulieren, dass „[aus] Sicht der Jugendlichen [...] weniger die Sichtbarkeit für Fremde ein Problem [ist], sondern vor allem die potenzielle Sichtbarkeit der eige-

¹⁶ Als Beispiel kann hier ein Jugendlicher dienen, der all diejenigen für seinen Chat sperrte, die auch nur die leiseste Kritik an ihm übten, da er Kritik an seiner Person als unangemessen empfand. Des Weiteren zeigte er das Bild eines Mädchens, die Interesse an ihm bekundet und ihm ihr Foto auf sein Smartphone geschickt hatte, in die Kamera, um erst einmal ihr Aussehen von der Community bewerten zu lassen. Gesehen auf www.younow.com am 26.01.2015.

¹⁷ So wird ein Junge mit vorstehenden Zähnen mit Beleidigungen überhäuft, während ein Mädchen, das ihn offensichtlich kennt, die Übeltäter in ihre Schranken weist und den Jungen in Schutz nimmt. Gesehen auf www.younow.com am 01.02.2015.

nen Aktivitäten für Bekannte, an die die jeweiligen Inhalte *nicht* gerichtet sind“. Wie Würfel ausführt, „[fällt] es Heranwachsenden [jedoch schwer], in der jeweiligen Kommunikationssituation diese Antizipationsleistung zu vollbringen: Sie haben oft eine ganz konkrete Person (oder einen kleinen definierten Personenkreis) vor Augen, wenn sie (teil-)öffentlich im Social Web agieren [...]. Antizipierte und potentielle Kommunikationspartner fallen also nicht zusammen.“ (Würfel 2011, S. 94) An sich ist der hier deutlich werdende Wunsch nach einem „Jugendraum“, in dem man sich fern von den Blicken der Erwachsenen austauschen und selbsterfahren kann, auch wenn man weiß, dass diese das Verhalten nicht billigen würden, nicht neu. Auch in den vergangenen Jahrzehnten gab es Jugendszenen, die den Unmut und die Sorge Erwachsener hervorriefen, wie bspw. zahlreiche Jugendfilme dokumentieren¹⁸. Jedoch ist es heute durch die veränderten Sozial- und Gesellschaftsstrukturen, die, wie bereits erwähnt, keine autoritären Rahmen an Entwicklungsoptionen mehr vorgeben, für Jugendliche schwieriger, sich von der Elterngeneration abzugrenzen, um Autonomie erfahren zu können. So stellt die Band Kraftclub in „Zu jung“ im übertragenen Sinn ganz richtig fest: „Uns're Eltern kiffen mehr als wir, wie soll man rebellieren?“ Daher ist der Wunsch Jugendlicher nach einem „Freiraum“, in dem man nicht auch mit den Eltern „befreundet“ ist (wie inzwischen auf Facebook) nicht verwunderlich. Als Indiz hierfür kann die aktuelle JIM-Studie dienen, in der ein deutlicher Rückgang der Facebook-Nutzerzahlen bei den zwölf- bis 19-jährigen konstatiert wird, während 94 Prozent der befragten Jugendlichen WhatsApp auf ihrem Smartphone installiert haben (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2014; Wollenhöfer 2014).

Darüber hinaus führt die Unbedachtheit auch dazu, dass nicht nur die eigenen Daten preisgegeben werden, sondern auch die derer, die sich auf der eingblendeten Handynummer gemeldet haben, indem bspw. als Statussymbol das Handydisplay mit all den Nummern derer, die in den letzten Minuten

¹⁸ Als zufällige Auswahl seien hier *Der Wilde* (OT: *The Wild One*, USA 1953, Regie: László Benedek); *Nacht der Wölfe* (D 1982, Regie: Rüdiger Nüchtern) oder *Save the last dance* (USA 2001, Regie: Thomas Carter) genannt.

geschrieben haben, in die Kamera gehalten wird. Lampert, Schmidt und Schulz (2009, S. 280) stellen zu diesem Kontext jedoch fest, dass Jugendliche auch dann noch freigiebig mit ihren personenbezogenen Daten umgehen, wenn sie um die Gefahren wissen. Hier wiegt offenbar der Wunsch nach Kontakt- und Beziehungsaufnahme stärker als die Angst vor nicht greifbaren Gefahren. Um Teil der Onlinecommunity zu sein, ist es unabdingbar, etwas von sich preiszugeben, um überhaupt „sichtbar“ und damit existent zu sein – umso mehr Details, desto authentischer das Online-Selbst.

Zwei Punkte, die bei YouNow ebenfalls bedenklich sind, sollen an dieser Stelle der Vollständigkeit halber nicht unerwähnt bleiben: zum einen die Tatsache, dass die meisten Jugendlichen im Hintergrund ihres Streams Musik abspielen und auch Musikwünsche ihrer Zuschauer erfüllen. Diese Art der öffentlichen Zugänglichmachung fremder Werke ist urheberrechtswidrig.

Zweitens stimmen die Anmeldemodalitäten über Facebook, Twitter oder GooglePlus, die wie üblich zahlreicher Zugriffszustimmungen bedürfen, und die eigenen Accounts anscheinend postwendend synchronisieren, misstrauisch in Hinblick auf Data-Mining-Kontexte, doch auch dieser Punkt soll in diesem Kontext nicht näher ausgeführt werden.

Fazit

Soziale Online-Netzwerke wie YouNow bieten im Besonderen Jugendlichen einen sozialen Interaktionsraum, in dem sie ein Idealbild ihrer Selbst erschaffen und im Licht der Reaktion anderer Menschen erfahren können, wer sie sein möchten und wie sie sich darstellen wollen. Hierfür bieten Social Media-Plattformen einen Referenzrahmen, der Hilfestellung beim Erfassen von sozialen Codes gibt, der aufzeigt, welche Werte in der eigenen (hier westlichen) Gesellschaft goutiert werden und welche Aspekte der Persönlichkeit und des Verhaltens von Bedeutung sind. Jugendliche probieren sich auf dieser Spielwiese oft ungezwungen und intuitiv aus und nutzen sie als geschützten Raum, d. h. fern von den Blicken von Autoritätspersonen, um unter sich Selbstbestimmtheit des eigenen Ichs erfahren zu können. Die Darstellung und

Kommunikation stellt für Jugendliche (und inzwischen ja auch für viele Erwachsene) einen wichtigen Teil ihrer Identität dar und kann nicht negiert werden. Forderungen, Jugendliche sollten sich lieber im sogenannten echten Leben miteinander treffen als ihre Freizeit vor dem Computer zu verbringen, sind so sicherlich schon lange nicht mehr haltbar, da das Online-Profil einen realen Teil des Alltags und damit des „wahren“ Lebens darstellt. Dieser Teil ersetzt aber bisher (in Bezug auf die traditionellen Online-Netzwerke), anfänglichen Befürchtungen zum Trotz, nicht die soziale Interaktion im Offline-Leben. Ob das angesichts der teilweise langen Streaming-Zeiten mancher YouNower auch hier gilt, muss überprüft werden.

Einen schönen Vergleich stellt Schindler (2007, S. 45) an, der „digitale Medien“ mit „trojanischen Pferden“ vergleicht, „aus denen nachts neue Kommunikations- und Lernkulturen krabbeln“. Hier wird der Umstand verbildlicht, dass neue Social Media-Angebote, wie bei YouNow zu beobachten, häufig viel schneller von Jugendlichen adaptiert werden, als das Phänomen überhaupt im gesellschaftlichen Diskurs (und damit bei den Erwachsenen) ankommt. Die zunehmende Individualisierung unserer Zeit wird gemeinhin als Freiheit empfunden, bedeutet bei genauer Betrachtung jedoch auch, wie es Norbert Elias formuliert, einen Wechsel von Fremdzwängen zu Selbstzwängen – und nicht die Auflösung von Zwängen. Die Rolle von traditionellen gesellschaftlichen Rahmungen übernehmen neue Instanzen wie z. B. soziale Online-Medien als gesellschaftlicher Raum, in die wir uns freiwillig begeben und deren Regeln und Wertesystem wir uns aus freien Stücken unterwerfen. Dennoch entscheidet sich der Mensch dadurch nicht unbedingt auch selbst dazu, eine „fremdbestimmte Marionette“ zu sein, da, wie am Beispiel von YouNow festzustellen ist, die Einschränkung der eigenen Selbstbestimmung gar nicht als solche wahrgenommen wird (vgl. Schroer 2001, S. 431ff.).

Um diesem Umstand und der gesellschaftlichen Bedeutung von Social Media Rechnung zu tragen, wird es zunehmend dringlich „eine Balance zwischen den Errungenschaften der Digitalisierung und dem Schutz der Privatsphäre – also ein gelingendes Leben im digitalen Zeitalter – zu ermöglichen“. Im Hinblick darauf wäre aus ethischer Sicht zu empfehlen, „das Ver-

ständnis für die Bedeutung der Privatsphäre und ihre Wertschätzung im Bildungssystem (Schule, Hochschule etc.) und im öffentlichen Diskurs nachhaltig zu verankern“ (Grimm 2014, S. 26). Eine derartige digitale Privatheitskompetenz (privacy literacy) sollte

- a) die Reflexionsfähigkeit umfassen, warum private Daten als schützenswert einzustufen sind (ethische Kompetenz), b) das Wissen integrieren, wer private Daten zu welchem Zweck erhebt, verarbeitet und weitergibt (strukturelle Kompetenz), c) die Abschätzung der Folgen ermöglichen, die sich aus der Veröffentlichung privater Daten ergeben könnten (Risikokompetenz) und d) das Wissen über Datenrichtlinien und mögliche Schutzmaßnahmen (rechtliche und technische Kompetenz) beinhalten (Grimm 2014, S. 26).

Auf diese Weise könnte ein erster und substantieller Schritt getan werden, schon Heranwachsende zu befähigen, in einer zunehmend digitalisierten Gesellschaft verantwortungsbewusst handeln zu können und den Grundstein für ein gelingendes Leben in der digitalisierten Gesellschaft zu legen.

Literatur

- Christiansen, Anja (2015): YouNow – „Das ist gefährlich“. Online: <http://www.shz.de/nachrichten/deutschland-welt/netzwelt/younow-das-ist-gefaehrlich-id8740856.html> (Abruf: 02.02.2015).
- Deutsche Shell (Hg.) (2000): Jugend 2000. 13. Shell Jugendstudie. Opladen: Leske + Budrich.
- Grimm, Petra/Rhein, Stefanie/Müller, Michael (2010): Porno im Web 2.0. Die Bedeutung sexualisierter Web-Inhalte in der Lebenswelt von Jugendlichen. Berlin: Vistas.
- Grimm, Petra (2014): Ist Privatsphäre im digitalen Zeitalter noch ein ‚Wert‘? Die Perspektive der Digitalen Ethik. In: Arns, Tobias/Bentele, Markus/Niemeier, Joachim/Schütt, Peter/Weber, Mathias (Hg.): Zukunft der Wissensarbeit. Kongressband zur KnowTech 2014 – 16. Kongress zum Wissensmanagement und Social Media in Unternehmen und Organisationen. Hanau.
- Krotz, Friedrich (2003): Medien als Ressource der Konstitution von Identität. Eine konzeptionelle Klärung auf Basis des Symbolischen Interaktionismus. In: Winter,

- Carsten/Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hg.): Medienidentitäten. Identitäten im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln: Herbert von Halem. S. 27-48.
- Krotz, Friedrich (2012): Soziale Kommunikation, soziale Netzwerke, Privatheit. Strukturen und Probleme des Zusammenlebens in mediatisierten Gesellschaften. In: Grimm, Petra/Zöllner, Oliver (Hg.): Schöne neue Kommunikationswelt oder Ende der Privatheit? Die Veröffentlichung des Privaten in Social Media und populären Medienformaten. Stuttgart: Franz Steiner. S. 189-208.
- Lampert, Claudia/Schmidt, Jan-Hinrik/Schulz, Wolfgang (2009): Jugendliche und Social Web – Fazit und Handlungsbereiche. In: Jan-Hinrik Schmidt (Hg.): Heranwachsen mit dem Social Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: Vistas (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, 62), S. 275-297.
- Lebowitz, Eli (2014): The Unregulated World of YouNow. Online: http://www.huffingtonpost.com/eli-lebowitz/the-unregulated-world-of-you-now_b_5602908.html (Abruf: 07.02.2015).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.) (2014): JIM 2014. Jugend, Information, (Multi-)Media. Online: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf (Abruf: 17.02.2015).
- Meineck, Sebastian (2015): Kinder im Videochat: "Ich bin 13, das ist scheiße". Online: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/videodienst-younow-breitet-sich-in-deutschland-aus-a-1015469.html> (Abruf: 02.02.2015).
- Pfadenhauer, Michaela (2009): Identitätsbildung in juvenilen Geselligkeiten? Über Leben und Lernen in Szenen. In: Theunert, Helga (Hg.): Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. (=Interdisziplinäre Diskurse Bd. 4). München: kopaed, S. 35-51.
- Röll, Franz Josef (2007): Zur Stärke von schwachen Beziehungen - Kommunikationskultur und Gemeinschaftsbildung als Ausdruck von Identitätssuche. In: Jürgen Ertelt und Franz Josef Röll (Hg.): Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung. Navigation durch die digitale Jugendkultur. München: kopaed, S. 119-137.
- Schindler, Wolfgang (2007): Mit Netz und doppeltem Boden? Perspektiven pädagogischer Arbeit mit Jugendlichen im Web 2.0. In: Jürgen Ertelt und Franz Josef Röll (Hg.): Web 2.0: Jugend online als pädagogische Herausforderung. Navigation durch die digitale Jugendkultur. München: kopaed, S. 43-49.
- Schmidt, Jan-Hinrik/Paus-Hasebrink, Ingrid/Hasebrink, Uwe (2009): Entwicklungsaufgaben im Social Web. In: Jan-Hinrik Schmidt (Hg.): Heranwachsen mit dem Social

- Web. Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: Vistas (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, 62), S. 265-297.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2014): Warum das Social Web in unsere Zeit passt. In: Petra Grimm und Michael Müller (Hg.): SocialMania. Medien, Politik und die Privatisierung der Öffentlichkeiten. Stuttgart: Franz Steiner, S. 23-32.
- Schroer, Markus (2001): Das Individuum der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Wollenhöfer, Torsten (2014): Eltern erobern Facebook – Jugendliche verlassen die Hochburg. Online: <https://www.socialmedialernen.com/evaluation/eltern-erobern-facebook-jugendliche-verlassen-die-hochburg/> (Abruf: 17.02.15).
- Würfel, Maren (2011): Ich, Wir und die Anderen. In: Ingrid Stapf, Achim Lauber, Burkhard Fuhs und Roland Rosenstock (Hg.): Kinder im Social Web. Qualität in der KinderMedienKultur. Baden-Baden: Nomos (Schriftenreihe „Jugendmedienschutz und Medienbildung“, 4), S. 89-102.
- YouNow Rules & Community Guidelines 2015. Online: <https://younow.zendesk.com/entries/63409159-YouNow-Rules-Community-Guidelines> (Abruf: 07.02.2015).

Clarissa Henning (M.A.) ist Mitarbeiterin am Institut für Digitale Ethik an der Hochschule der Medien Stuttgart. Ihre Arbeitsschwerpunkte umfassen Aspekte und Auswirkungen der Digitalisierung der Gesellschaft auf bspw. Privatsphäre oder Jugendschutz. Außerdem promoviert sie an der Universität Passau im Fachbereich Medienwissenschaft zur Konstruktion von Jugend im Film.

Geben Sie bei der Zitation dieses Beitrags bitte folgende Quelle an:

Henning, Clarissa (2015): Warum durch Phänomene wie YouNow die Vermittlung von Medienkompetenz immer wichtiger wird. Ein Beitrag aus medienethischer Sicht. In: Junge, Thorsten (Hrsg.): Soziale Netzwerke im Diskurs. URL: <http://www.medien-im-diskurs.de>



Inhalt steht unter einer *Creative Commons Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 3.0 Unported-Lizenz*.

URL: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.de>