

**Carl von Ossietzky
Universität Oldenburg**

Zwei-Fächer-Bachelor Musik/Germanistik

BACHELORARBEIT

**Jugendkulturelle Praktiken in Bezug auf Musik
im Social Web - Eine Literaturrecherche**

vorgelegt von

Laura Blum

Betreuende Gutachterin: Susanne Binas-Preisendörfer

Zweiter Gutachter: Christoph Micklisch

Oldenburg, den 18.08.2017

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Die Jugendphase und ihre Einflussfaktoren	2
	2.1 Gesellschaftliche Entwicklungen.....	3
	2.2 Technologische Entwicklungen	5
	2.3 Das Social Web.....	6
	2.4 Digitale Jugendkulturen im Social Web	7
3	Mediennutzung von Jugendlichen	9
4	Aktuelle Forschungsperspektiven.....	11
	4.1 Das Social Web als Handlungsraum.....	11
	4.2 Visuelle Kommunikations- und Darstellungspraktiken.....	16
	4.3 Identitätskonstruktion und Selbstdarstellung.....	23
5	Aktuelle musikalische jugendkulturelle Praktiken	30
6	Forschungsausblicke.....	36
7	Fazit	38
8	Literaturverzeichnis	42

1 Einleitung

Jugendkulturen, Musik und Medien waren und sind seit jeher eng miteinander verbunden.¹ Während im 20. Jahrhundert jugendkulturelle Praktiken und Vergemeinschaftungsprozesse vor allem über das Radio, Zeitschriften, Schallplatten, Kassetten und CDs vollzogen wurden, spielt im 21. Jahrhundert insbesondere das Social Web eine bedeutsame Rolle.² Im Gegensatz zu den herkömmlichen, unidirektionalen Massenmedien bietet es den Jugendlichen neue Möglichkeiten der Artikulation sowie der Partizipation.³ So finden Konstitutionen von Jugendkulturen heutzutage nicht nur offline statt, sondern auch online.⁴ Doch inwiefern werden jugendkulturelle Praktiken im Social Web aufgegriffen und welche Veränderungen ergeben sich bedingt durch dessen spezifische Strukturen?

Dieser Frage soll in der vorliegenden Arbeit nachgegangen werden, indem zunächst verschiedene Forschungsperspektiven bezüglich jugendkultureller Praktiken vorgestellt werden und anschließend näher auf musikbezogene jugendkulturelle Praktiken im Social Web eingegangen wird. Als Grundlage der Untersuchung dienen aktuelle Publikationen.⁵ Dabei soll der Fokus auf den Einschätzungen der AutorInnen zu den Bedingungen des Social Webs sowie auf der Frage, durch welche Methoden die AutorInnen zu ihren Einschätzungen gelangen, liegen.

Zunächst ist die Sicht der Autoren auf die Umstände zu klären, unter denen sich heutige digitale Jugendkulturen konstituieren. Dazu gehört die Herausbildung der Jugendphase sowie sowohl vergangene als auch gegenwärtige gesellschaftliche und technologische Entwicklungen. Anschließend wird das Social Web in einem eigenen Kapitel definiert und dessen spezifische Strukturen beschrieben. Aufbauend darauf werden erste Überlegungen zur Beschaffenheit digitaler Jugendkulturen erläutert. Anschließend bleibt zu klären, ob und wie die Jugendlichen die Angebote des Social Webs nutzen. Diesbezüglich liefert insbesondere die JIM-Studie wichtige Erkenntnisse.⁶

Ausgehend von diesen Rahmenbedingungen wird untersucht, welche Fragen sich die

¹ Vgl. Friedrichs, Henrike; Sander, Uwe (2010): Die Verschränkung von Jugendkulturen und digitalen Medienwelten. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 25.

² Vgl. ebd.

³ Vgl. Hugger, Kai-Uwe (2014): Digitale Jugendkulturen. Von der Homogenisierungsperspektive zur Anerkennung des Partikularen. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 17.

⁴ Vgl. ebd., S. 11.

⁵ „Aktuell“ bezieht sich in diesem Zusammenhang auf Literatur, die ab 2010 veröffentlicht wurde.

⁶ Die Abkürzung JIM steht für Jugend, Information, Medien.

Forschung stellt und unter welchen Perspektiven sie diese bearbeitet. Diese Perspektiven beziehen sich vor allem auf die Raumeignung, die visuelle Selbstdarstellung und die Identitätsbildung im Social Web. Innerhalb dieser Oberthemen werden die potentiell differenten Forschungsansätze und Ergebnisse der einzelnen Beiträge gegenübergestellt. Im Anschluss wird mit Hilfe der untersuchten Perspektiven der Frage nachgegangen, inwiefern diese auch für musikalische jugendkulturelle Praktiken eine Rolle spielen und ob beziehungsweise in welcher Weise sich spezifische musikalische jugendkulturelle Praktiken im Rahmen des Social Webs verändert haben.

Da die Arbeit nur einen kleinen Einblick in die Forschungsperspektiven geben kann, werden abschließend in einem Forschungsausblick die noch offenen Fragen der Autoren zur Forschung sowie die in der Literatur vernachlässigten Aspekte aufgeführt, die als Ausgangspunkt weiterer Untersuchungen dienen können. Die zentralen Ergebnisse der Arbeit werden zum Schluss in einem Fazit zusammengetragen.

2 Die Jugendphase und ihre Einflussfaktoren

Infolge verschiedener gesellschaftlicher Entwicklungen bildete sich in den letzten Jahrhunderten die Phase der Jugend als eigenständiger Abschnitt zwischen Kindheit und Erwachsenenalter heraus.⁷ Die Bereitstellung altershomogener Entwicklungsräume, wie der Schule, und die Loslösung der Jugendlichen von der Arbeitswelt ermöglichten neue Freiräume für die Bewältigung diverser Entwicklungsaufgaben.⁸ Die Jugendlichen müssen lernen, sich in ihrer sozialen Umwelt sowohl zu orientieren als auch zu positionieren. Dabei spielen vor allem der Aufbau sowie die Gestaltung von sozialen Beziehungen eine wichtige Rolle.⁹ Insbesondere Familie, Partnerschaften und Freunde werden ebenso wie Jugendkulturen zu jugendspezifischen Beziehungsformen gezählt, anhand derer sich die Jugendlichen Vorbilder für die eigene Lebensführung suchen oder ihre Rolle in der Gesellschaft erproben können.¹⁰ Jugend kann dabei als eine „Phase

⁷ Vgl. Friedrichs und Sander 2010, S. 27.

⁸ Vgl. ebd., S. 24 f.

⁹ Vgl. Wagner, Ulrike (2013): Das Medienhandeln von Jugendlichen in Sozialen Netzwerkdiensten. In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), 14 f.

¹⁰ Vgl. Wagner 2013, 14 f. und vgl. Krotz, Friedrich; Schulz, Iren (2014): Jugendkulturen im Zeitalter der Mediatisierung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 32.

immer wiederkehrender Abgrenzungs- und Neuorientierungserfahrungen¹¹ aufgefasst werden. Diese Prozesse fördern unter anderem die Bildung einer persönlichen und sozialen Identität, wobei sich das Individuum dabei aktiv mit identitätsstiftenden Fragen auseinandersetzen muss.¹² In dieser Phase können Jugendkulturen, in denen bestimmte Werte und Normen gelten, eine bedeutsame Orientierung und Halt geben.¹³

Die Entwicklungen in der Jugendphase finden also im Rahmen von Kultur und Gesellschaft statt. Somit sind sie trotz der Abgrenzungen eng mit deren Veränderungen und Einflüssen verbunden.¹⁴

2.1 Gesellschaftliche Entwicklungen

Aufgrund von verschiedenen gesellschaftlichen Entwicklungen, wie der Globalisierung, Individualisierung und Kommerzialisierung, haben sich die Bedingungen zur Identitätskonstruktion sowie zur Generierung von Anerkennung stark verändert. Durch die Auflösung von traditionellen Gemeinschaftsformen und Werten zur Orientierung ist das Übernehmen gesellschaftlich akzeptierter Identitätsmuster kaum realisierbar.¹⁵ Vielmehr individualisiert und differenziert sich die Gesellschaft und somit auch das Jugendalter immer stärker. Außerdem tragen sowohl die Zunahme von Freizeit und Freizeitangeboten als auch die gestiegene Mobilität und die vermehrt zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel zur Individualisierung der Gesellschaft bei.¹⁶ Infolge der Globalisierung nimmt auch die Komplexität der Lebenswelten zu.¹⁷ So muss das Individuum lebenslange Identitätsarbeit leisten, um seine multiplen Identitätsentwürfe in einen kohärenten Zusammenhang bringen zu können. Dabei spielen Rollenexperimente und das Erproben der eigenen Wirkung nach außen eine

¹¹ Vgl. Heyer, Robert; Wachs, Sebastian; Palentien, Christian (2013a): Jugend, Musik und Sozialisation - Eine Einführung in die Thematik. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 4.

¹² Vgl. Wagner 2013, S. 15.

¹³ Vgl. Ferchhoff, Wilfried (2013): Musikalische Jugendkulturen in den letzten 65 Jahren: 1945-2010. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 20.

¹⁴ Vgl. Friedemann, Sebastian; Hoffmann, Dagmar (2013): Musik im Kontext der Bearbeitung von Entwicklungsaufgaben des Jugendalters. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 374.

¹⁵ Vgl. Friedrichs und Sander 2010, S. 37.

¹⁶ Vgl. Heyer et al. 2013a, S. 7 f.

¹⁷ Vgl. Röhl, Franz Josef (2010): Social Network Sites. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 216.

maßgebliche Rolle.¹⁸

Als Reaktion auf die Entwicklungen werden in der Forschung verschiedene Sozialisations- und Identitätskonzepte vertreten. Im Allgemeinen ist die Sozialisation ein „Prozess, der sich auf die Relation zwischen Individuum und Gesellschaft bezieht.“¹⁹ Insbesondere das Konzept der Selbstsozialisation hat seit der Nutzung des Internets an Bedeutung gewonnen. Die Selbstsozialisation stellt den aktiven Anteil des Individuums an seiner eigenen Sozialisation in den Mittelpunkt dar, das heißt, „Kinder und Jugendliche sozialisieren sich selbst“²⁰. Allerdings wird dieser Ansatz kontrovers diskutiert, da er den Eigenanteil des Subjekts an seiner Sozialisation dem ursprünglichen Sozialisationsbegriff absprechen würde.²¹

Des Weiteren wird die Identitätskonstruktion unter den veränderten Lebensbedingungen beschrieben.²² Als fünf Grundbedingungen der Identitätskonstitution können materielle und soziale Ressourcen, die Fähigkeit zum Aushandeln von Regeln, Normen und Zielen, die individuelle Gestaltungskompetenz und das Urvertrauen zum Leben und seinen ökologischen Voraussetzungen festgelegt werden.²³ Durch die Individualisierung und Pluralisierung der Gesellschaft bilden sich verschiedene Teilidentitäten, die harmonisiert und in einen kohärenten Zusammenhang gebracht werden müssen.²⁴ Die Forschung spricht hier verbreitet von der sogenannten Patchwork-Identität.²⁵ Von den Individuen wird dabei ein hohes Maß an Flexibilität und an Selbstmanagement gefordert.²⁶

Auch Gerhard Schulze beschäftigt sich in seinem Modell der Erlebnisgesellschaft mit der heutigen Identitätskonstruktion. In der Erlebnisgesellschaft werde nach Schulze ein „Wechsel von einer außenorientierten zu einer innenorientierten Lebensauffassung“²⁷

¹⁸ Vgl. Eisemann, Christoph (2015): C Walk auf YouTube. Sozialraumkonstruktion, Aneignung und Entwicklung in einer digitalen Jugendkultur. Zugl.: Ludwigsburg, Päd. Hochsch., Diss., 2013. Wiesbaden: Springer VS, S. 42; Auf die Rolle des Internets bzw. des Social Webs wird in Kapitel 2.2.1 eingegangen.

¹⁹ Lenz, Friedemann (2013): Soziologische Perspektiven auf musikalische Sozialisation. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 160.

²⁰ Heyer et al. 2013a, S. 5.

²¹ Vgl. Gross, Friederike von (2010): Visual Kei - jugendliche Musikfans im Internet. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 152.

²² Vgl. Lenz 2013, S. 175.

²³ Vgl. Eisemann 2015, S. 41.

²⁴ Vgl. ebd., S. 42.

²⁵ Vgl. z. B. Brüggem, Niels; Gerlicher, Peter (2013): Die aktuelle Teilstudie "Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten". In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 65.

²⁶ Vgl. Röhl 2010, S. 216.

²⁷ Lenz 2013, S. 171.

vollzogen. Damit beschreibt er einen Wandel zu einer Gesellschaft, die ihre inneren Bedürfnisse als Maßstab für die Lebensführung sieht. Dies führe zu einer „Ästhetisierung des Alltags“²⁸ und manifestiere sich in dem zunehmenden Bedürfnis nach Selbstdarstellung.

Darüber hinaus verändern sich die Voraussetzungen für die Generierung von Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft und Anerkennung innerhalb dieser.²⁹ Dabei spielen vor allem technologische Entwicklungen und die intensive Verknüpfung von Jugend und Medien eine große Rolle.³⁰

2.2 Technologische Entwicklungen

Grundsätzlich prägen Medien die individuelle Welterfahrung und die Konstruktion der sozialen Welt, entwickelte sich doch Identität seit jeher stets mit und durch Medien.³¹ Die Art der Medien hat sich jedoch verändert. Während im 20. Jahrhundert vor allem das Radio, Zeitschriften, Telefon und Fernsehen grundlegend an Prozessen der Identitätsbildung beteiligt waren, ist das 21. Jahrhundert stark von digitalen Medien und dem Internet bzw. dem Social Web bestimmt.³²

Der Medienwandel in den letzten 15 bis 20 Jahren ist von verschiedenen Prozessen geprägt: der Digitalisierung, der Konvergenz, also dem Verschmelzen verschiedener Medien, der Pluralisierung und der Diversifizierung von Medien.³³ Im Zuge dieser Entwicklungen wird oft von der Mediatisierung gesprochen, dem „Prozess einer zeitlichen und räumlichen, sozialen und sinnbezogenen Entgrenzung von Medien, ihre Ausdifferenzierung und ihre Integration zu kaum noch unterscheidbaren kommunikativen Vermischungsformen“³⁴. Dabei muss beachtet werden, dass die Medien ihre Bedeutung und Wirkung lediglich dadurch erhalten, dass sich die Gesellschaft diese zu eigen macht und nutzt.³⁵

So werden Medien heute immer stärker in das alltägliche Handeln Jugendlicher eingebunden, wobei das „Aktiv-Produktive-Sich-Zu-Eigen-Machen-Von-Medien“³⁶

²⁸ Schulze, Gerhard (2005): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M: Campus Verlag, S. 38.

²⁹ Vgl. Eisemann 2015, S. 40.

³⁰ Vgl. Friedrichs und Sander 2010, S. 28.

³¹ Vgl. ebd.

³² Vgl. Hugger 2014, S. 11.

³³ Vgl. ebd., S. 14.

³⁴ Krotz und Schulz 2014, S. 31.

³⁵ Vgl. ebd., S. 41.

³⁶ Ebd., S. 35.

eine ganz selbstverständliche Tätigkeit darstellt. Durch leichteren Zugang zu Soft- und Hardware und die Entwicklung mobiler, internetfähiger Geräte wird dies ermöglicht.³⁷ Obwohl digitale oder nicht digitale Medien im Hinblick auf das Rezeptionsverhalten erstmal keinen großen Unterschied aufzeigen, haben die digitalen Medien, insbesondere das Internet, das Kommunikationsverhalten stark verändert.³⁸

2.3 Das Social Web

Das Social Web oder auch Web 2.0 bezeichnet einen durch bestimmte Strukturen gekennzeichneten Bereich des Internets.³⁹ Es wird als partizipative Plattform verstanden, in der „Software [...] über die Grenzen einzelner Geräte hinweg entwickelt und angewandt [wird].“⁴⁰ Somit ergänzt es das herkömmliche World Wide Web um interaktive Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten.⁴¹ Darüber hinaus bietet es den Jugendlichen individuelle Möglichkeiten und Umgangsformen im Medienhandeln.⁴²

Im Zentrum des Social Webs stehen die sozialen Netzwerke, wie Facebook, YouTube, Instagram, Flickr oder Twitter. Sie beinhalten unter anderem das Anlegen eines eigenen Profils, das Posten sowie Teilen von Fotos, Videos und Musik, Verlinken von Freunden und das Beitreten in Gruppen. Außerdem gibt es die Möglichkeit öffentliche Personen und Künstler zu abonnieren oder über Veranstaltungen informiert zu werden beziehungsweise Veranstaltungen zu erstellen.⁴³ Insgesamt bietet das Social Web den Jugendlichen neue sozio-technische Möglichkeiten. Dabei fallen vor allem die Leichtigkeit des kommunikativen Austauschs und die vielfältigen Möglichkeiten der „partizipative[n] Interaktion, Annotation, Zitation, Kollaboration und Kommentierung von Themen“⁴⁴ auf.

Mit diesen Strukturen greifen die Social Network Sites die allgemeine Notwendigkeit auf, soziale Beziehungen herzustellen, zu festigen und zu gestalten.⁴⁵ Darüber hinaus

³⁷ Vgl. Eisemann 2015, S. 16.

³⁸ Vgl. Krotz und Schulz 2014, S. 41.

³⁹ Vgl. Eisemann 2015, S. 24.

⁴⁰ Eisemann 2015, S. 26.

⁴¹ Vgl. Hugger 2014, S. 14.

⁴² Vgl. Brüggem, Niels; Gebel, Christa; Gerlicher, Peter; Schemmerling, Mareike; Wagner, Ulrike (2013): Zentrale Ergebnisse der ersten drei Teilstudien. In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 34.

⁴³ Vgl. Röhl, Franz Josef (2014): Social Network Sites. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 270.

⁴⁴ Friedemann und Hoffmann 2013, S. 385.

⁴⁵ Vgl. Richard, Birgit et al. (2010): Flickernde Jugend. Rauschende Bilder; Netzkulturen im Web 2.0. 1. Aufl. Frankfurt/M: Campus Verlag, S. 192.

bieten soziale Netzwerke einen Raum zur individuellen Selbstdarstellung und Informationsbeschaffung.⁴⁶ Den Jugendlichen wird eine Bühne geboten, sich einer Vielzahl an Menschen mitzuteilen. Insbesondere die Produktion von und Kommunikation über stille und bewegte Bilder bieten eine neuartige Form der sozialen Begegnung.⁴⁷ Dabei spielen das Zeigen und Tauschen als Online-Praktiken eine große Rolle.⁴⁸ Auch verschiedene soziokulturelle Denk- und Wahrnehmungsweisen können ausgetauscht werden und somit auch Anregungen zur Identitätskonstitution gegeben werden.⁴⁹

Nach Eisemann lässt sich der Einfluss des Social Webs auf die Gesellschaft und somit auch auf die Jugend und Jugendkulturen folgendermaßen zusammenfassen:

„Das Internet, speziell das Social Web, verändert diese Gesellschaft. Es verändert die Art unserer Kommunikation, die Art, wie wir Gemeinschaft erleben und [...] die Art, wie wir bestimmtes Wissen und bestimmte Kompetenzen erwerben [...] [und] die Art, wie wir unser Selbst konstruieren und uns in der Welt verorten.“⁵⁰

Das Social Web bietet also die Möglichkeit, für jeden Empfänger gleichzeitig auch potentieller Sender zu sein.⁵¹ In der Forschung gibt es dafür verschiedene Ausdrücke, wie Prosumer (ein Neologismus aus den englischen Begriffen Consumer und Producer) oder Produser (ein Neologismus aus den englischen Begriffen Producer und User). Folglich kann zwischen Prosumern und nicht-partizipativen Nutzern unterschieden werden.⁵² Für diese Arbeit und auch für die Forschung sind vor allem die Prosumer von hoher Relevanz. Denn die Nutzung des Social Webs durch nicht-partizipative Nutzer unterscheidet sich kaum von der Nutzung der herkömmlichen unidirektionalen Massenmedien, da sie das Social Web lediglich als Informations- und Unterhaltungsquelle nutzen.⁵³

2.4 Digitale Jugendkulturen im Social Web

Auch Jugendkulturen sind als wichtiger Teil jugendlicher Entwicklung ohne die Ergänzung durch das Internet und digitale Medien kaum mehr denkbar.⁵⁴ Die Prozesse der Individualisierung, Globalisierung, Kommerzialisierung und Mediatisierung führen zur Zunahme verschiedener Formen von Jugendkulturen, wobei das Social Web als Ort

⁴⁶ Vgl. Krotz und Schulz 2014, S. 34.

⁴⁷ Vgl. Richard et al. 2010, S. 192.

⁴⁸ Vgl. Eisemann 2015, S. 16.

⁴⁹ Vgl. Röhl 2014, S. 273.

⁵⁰ Eisemann 2015, S. 318.

⁵¹ Vgl. Friedrichs und Sander 2010, S. 31.

⁵² Vgl. Richard et al. 2010, S. 36.

⁵³ Vgl. z. B. ebd.

⁵⁴ Vgl. Hugger 2014, S. 11.

zahlloser Möglichkeiten der Inszenierung, Stilisierung, Orientierung und Vergemeinschaftung eine wichtige Rolle spielt.⁵⁵ Für Jugendkulturen bedeutet dies, dass jeder für sich entscheiden kann, ob und welcher Jugendkultur er oder sie angehören möchte und diese jeder Zeit wechseln kann.⁵⁶ In diesem Zusammenhang bleibe laut Krotz und Schulz empirisch zu prüfen, ob dadurch eine hohe Fluktuation innerhalb der jugendkulturellen Gemeinschaften besteht und die Verbindungen eher flüchtig bleiben.⁵⁷

Als Voraussetzung der Handlungsfähigkeit und Partizipation müssen die Jugendlichen zumeist lediglich eine medienbezogene Kompetenz sowie einen Zugang zum Internet besitzen.⁵⁸ Das Internet als „translokale[r] kommunikative[r] Raum“⁵⁹ kann unabhängig von einer Face-to-Face-Situation im physisch realen Raum den Austausch zwischen Jugendlichen und Jugendkulturen ermöglichen. Demnach schließen sich die Jugendlichen oft im nicht-nachbarschaftlichen Umfeld zusammen.⁶⁰ Ihre Beweggründe sind hierfür meist interessen- oder geschmacksbasiert.⁶¹

Insgesamt ist ein Wandel von Jugendkulturen und somit auch von jugendkulturellen Praktiken zu erkennen. Vormalig waren Jugendkulturen multifunktional in alle Lebensbereiche integriert und oft von einem stark „formalisierte[n] und ritualisierte[n] Gruppenleben“⁶² geprägt. Sie entstanden meist auf Grundlage von Defiziten als Gegenentwurf zur Gesellschaft.⁶³ Heutzutage sind sie eher als „integrierter Bestandteil der Konsumgesellschaft“⁶⁴ zu begreifen. Auch bedingt durch die Strukturen des Social Webs kommt es zu Tendenzen von „delokalisierenden, netzbasierten, virtuellen jugendkulturellen Gemeinschaften“⁶⁵. Wobei in der Literatur bereits vermehrt der Begriff der Jugendszene genutzt wird. Jugendszenen sind nach Friedemann und Hoffmann „als spezifische, von Suche nach Kontakt, Intimität, Solidarität und Spaß

⁵⁵ Vgl. Hugger 2014, S.21.

⁵⁶ Vgl. Vogelsang, Waldemar; Minas, Heiderose (2010): Digitale Medien-Jugendkulturen-Identität. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 37.

⁵⁷ Vgl. Krotz und Schulz 2014, S. 42.

⁵⁸ Vgl. Brüggem et al. 2013, S. 38.

⁵⁹ Hepp, Andreas (2004): Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 242.

⁶⁰ Vgl. Ferchhoff, Wilfried; Hugger, Kai-Uwe (2010): Zur Genese und zum Bedeutungswandel von Gleichaltrigengruppen. Lokale, de-lokalisierende und virtuelle Tendenzen. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 93.

⁶¹ Vgl. Jörissen, Benjamin; Marotzki, Winfried (2010): Medienbildung in der digitalen Jugendkultur. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 106.

⁶² Ferchhoff und Hugger 2010, S. 91.

⁶³ Vgl. Krotz und Schulz 2014, S. 33.

⁶⁴ Ebd.

⁶⁵ Hugger 2014, S. 25.

gekennzeichnete Interaktionsbereiche zu begreifen, die mit Aneignung symbolischer Räume innerhalb eines gegebenen ökonomischen und kulturellen Rahmens entstehen.“⁶⁶

3 Mediennutzung von Jugendlichen

Ausgehend von diesen Rahmenbedingungen stellt sich die Frage, inwiefern Jugendliche das Social Web in der Realität benutzen. Also wie viele einen Zugang zum Internet haben und welche Medien sie wofür und wie viel verwenden. Insbesondere die JIM-Studie und die ARD-ZDF-Online-Studie tragen zu diesem Forschungsbereich einen wichtigen Teil bei.⁶⁷ In der dieser Arbeit zugrundeliegenden Literatur taucht allerdings vor allem die JIM-Studie als Quelle auf, weshalb ich mich auf diese konzentrieren werde.

Im Rahmen der JIM-Studie werden bereits seit 1998 telefonische Umfragen zur Mediennutzung von Jugendlichen durchgeführt.⁶⁸ Die Jugendlichen sind zwischen 12 und 19 Jahren alt. Im Vordergrund der Studie stehen der Zugang der Jugendlichen zu Medien, deren Interessenschwerpunkte und die Häufigkeit der Nutzung von Medien.

Betrachtet man die Ergebnisse der Umfrage von 2016 zum Gerätebesitz Jugendlicher, ist erkennbar, dass fast allen Jugendlichen in Deutschland ein Zugang zum Internet gewährt ist, sei es über Computer, Laptop oder Smartphone.⁶⁹ Dies bedeutet, dass beinahe allen Jugendlichen die Möglichkeit geboten wird, ein Teil von Online-Jugendkulturen zu sein. Des Weiteren gibt die Studie darüber Auskunft, dass fast 90% der Jugendlichen täglich das Internet gebrauchen und das durchschnittlich 200 Minuten am Tag.⁷⁰ Ob sie diese Zeit tatsächlich nutzen, um an Jugendkulturen teilzunehmen, wird anhand der Statistiken jedoch nicht deutlich.

Zudem untersucht die JIM-Studie auch die Nutzungsmotive der Jugendlichen. Die Jugendlichen geben an, dass sie 41% ihrer Online-Zeit für kommunikative Aspekte verwenden und 29% zur Unterhaltung, wie zum Beispiel für Videos oder Musik.⁷¹ Auch Friedrichs und Sander halten unter Verweis auf die JIM-Studie fest, dass das

⁶⁶ Friedemann und Hoffmann 2013, S. 382; I. F. wird der Übersichtlichkeit halber meistens der Begriff Jugendkultur als Überbegriff verwendet.

⁶⁷ Zur JIM-Studie vgl. www.mpfs.de (letzter Zugriff am 07.08.17); zur ARD-ZDF-Online-Studie vgl. www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=569 (letzter Zugriff am 07.08.17).

⁶⁸ Für die folgenden Informationen zur JIM-Studie vgl. www.mpfs.de (letzter Zugriff am 07.08.17).

⁶⁹ Vgl. Feierabend, Sabine; Plankenhorn, Theresa; Rathgeb, Thomas (2016): JIM 2016 - Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Hg. v. Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest. Stuttgart, S. 8.

⁷⁰ Vgl. ebd., S. 27.

⁷¹ Vgl. Feierabend et al. 2016, S. 28.

Hauptnutzungsmotiv der Jugendlichen die Teilnahme an Kommunikationsprozessen sei.⁷² Betrachtet man die Nutzung von Social Network Sites lässt sich diese um das Schaffen gemeinsamer Erlebnisse auf lokaler sowie auf globaler Ebene und um die Selbstpräsentation erweitern.⁷³

Hinsichtlich der aktiven, partizipativen Nutzer stellt die JIM-Studie fest, dass, bezogen auf YouTube, nur zehn Prozent der Jugendlichen eigene Produktionen online stellen.⁷⁴ Dem User ist freigestellt, die Plattformen aktiv oder rezeptiv zu nutzen. Bei der aktiven Nutzung spricht man vom *Usergenerated-Content*.⁷⁵ Insbesondere medien- und szeneerfahrende Jugendliche gehen mit Medien und Medieninhalten bemerkenswert kreativ um.⁷⁶ Möglicherweise könnten die Angebote im Social Web in einerseits für passive Nutzer interessantere und andererseits für aktive Nutzer interessantere unterschieden werden. Hierbei fehlen allerdings noch genauere Studien.⁷⁷

Insgesamt nähern sich die Jugendlichen den audiovisuellen Angeboten neugierig und mit großer Offenheit.⁷⁸ Das Anschauen und Produzieren von Videos steht im Mittelpunkt jugendlicher Online-Interessen.⁷⁹ Das zeigt auch die JIM-Studie, in der YouTube als liebste Möglichkeit der Internetnutzung gewählt wurde, sowohl bei Jungen als auch bei Mädchen.⁸⁰ Differenziert man weiter und befragt die Jugendlichen nach den Genres, die sie auf YouTube nutzen, stellt sich heraus, dass das Schauen von Musikvideos an oberster Stelle steht.⁸¹

Abschließend kann noch festgehalten werden, dass die Bedeutung des Smartphones als „Zentrum und Ausgangspunkt für Kommunikation, Information und Unterhaltung“⁸² zugenommen hat und die Jugendlichen permanent begleitet. Die ständige Vernetzung nutzen die Jugendlichen einerseits zur Festigung und Organisation von Offline-Freundschaften.⁸³ Andererseits können durch das Vernetzen mit Nutzern, die dieselben Interessen vertreten, und durch das Initiieren von Diskursen, die Bildung von Online-

⁷² Vgl. Friedrichs und Sander 2010, S. 31.

⁷³ Vgl. Krotz und Schulz 2014, S. 34.

⁷⁴ Vgl. Feierabend et al. 2016, S. 38.

⁷⁵ Vgl. ebd., S. 33.

⁷⁶ Vgl. Vogelsang und Minas 2010, S. 42; Leider wird die dieser Aussage zugrundeliegende Studie nicht genannt.

⁷⁷ Vgl. Feierabend et al. 2016, S. 33.

⁷⁸ Vgl. Hugger 2014, S. 15; Er bezieht sich dabei ebenfalls auf die JIM-Studie.

⁷⁹ Vgl. Feierabend et al. 2016, S. 34.

⁸⁰ Vgl. ebd., S. 29.

⁸¹ Vgl. ebd., S. 38.

⁸² Ebd., S. 59.

⁸³ Vgl. Hugger 2014, S. 16.

Communities unterstützt werden.⁸⁴ Schuegraf bezieht sich hierbei allerdings auf ihre eigene Studie zur „Medienkonvergenz und Subjektbildung am Beispiel von Musikfernsehen und Internet“⁸⁵.

4 Aktuelle Forschungsperspektiven

Die der Arbeit zugrundeliegende Literatur hat sich ebenfalls unter verschiedenen Ansätzen dem Themenfeld jugendkultureller Praktiken im Social Web genähert. Dabei kristallisieren sich vor allem drei Aspekte heraus, die als besonders wichtig erachtet werden, um die veränderten Bedingungen der Konstitution von Jugendkulturen im Social Web zu beschreiben: die Aneignung von Raum, die Selbstdarstellung und die Identitätskonstruktion. Im Folgenden sollen die jeweiligen Perspektiven der Autoren erläutert werden. Da sich nicht alle Autoren mit jedem Thema beschäftigt haben, werden teilweise unterschiedliche Beiträge als Grundlage für die jeweiligen Kapitel gewählt.

4.1 Das Social Web als Handlungsraum

Dem folgenden Kapitel liegt die sozialpädagogische Annahme zugrunde, dass Entwicklungsaufgaben eng mit den Sozialräumen zusammenhängen, in denen Jugendliche sozialisiert werden beziehungsweise sich selbst sozialisieren.⁸⁶ Demnach spielen sowohl das Aneignen von als auch das Handeln in öffentlichen und privaten Räumen im Leben Heranwachsender eine zentrale Rolle.⁸⁷ Ausgehend davon stellt sich die Forschung die Frage, inwiefern Jugendliche in den Strukturen des Social Webs Räume konstituieren und diesen nutzen.⁸⁸ Dafür muss zunächst der Begriff des Raumes bestimmt sowie die Bedeutung des Raumes für Jugendkulturen geklärt werden.

Der Begriff des Raumes bezieht sich dabei nicht auf einen materiellen und geografisch gebundenen Ort, sondern auf den in der aktuellen Forschung verwendeten Begriff des relationalen Raumes.⁸⁹ Auch Eisemann bezieht sich in seiner Studie auf die Soziologin Martina Löw, die Räume als „relationale (An)Ordnungen von Lebewesen und sozialen

⁸⁴ Vgl. Schuegraf, Martina (2010): Medienkonvergente Interaktionen – Jugendliche im medialen Netz. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 230.

⁸⁵ Ebd.

⁸⁶ Vgl. Brüggemund Gerlicher 2013, S. 70.

⁸⁷ Vgl. Wagner 2013, S. 20.

⁸⁸ Vgl. z. B. Eisemann 2015, S. 18.

⁸⁹ Vgl. z. B. Hugger 2014, S. 13.

Gütern an Orten⁹⁰ definiert. Nach dem relationalen Raumbegriff werden Räume über Beziehungen und Interaktion mit Anderen konstituiert. Die Dimension der Handlung liegt der Raumkonstruktion zugrunde.⁹¹

Laut Deinert können Handlungen innerhalb dieser Räume auf verschiedenen Ebenen geschehen.⁹² Es ist festzustellen, dass die meisten Räume durch Menschen konstruiert sind und somit auch die Räume und ihre Bedeutung erlernt werden müssen. Räume bieten eine Umgebung zur Orientierung und Sinnggebung der Jugendlichen. Außerdem wird durch ihre spezifische Beschaffenheit ein Rahmen von Möglichkeiten und Begrenzungen gegeben, in dem sich die Jugendlichen bewegen.

Auch in Bezug auf Jugendkulturen haben vor allem öffentliche Räume immer eine große Rolle gespielt. In öffentlichen Räumen können Jugendliche unabhängig von Kontrollinstanzen und Pädagogisierung agieren.⁹³ Früher dienten Einkaufszentren, Parks, verlassene Gebäude oder Jugendzentren den Jugendlichen als Möglichkeit, der Kontrolle durch die Eltern zu entfliehen. In diesem Zusammenhang weisen Richard und Grünwald et al. in ihrer Publikation explizit auf *Winning Space* als charakteristisch jugendkulturelle Praktik hin. Denn kultureller sowie territorialer Raum bieten den Jugendlichen eine Möglichkeit der Selbstdarstellung, Sichtbarkeit und Provokation ohne Kontrollinstanzen.⁹⁴ Außerdem sind diese Treffpunkte besonders wichtig, um sich mit anderen Mitgliedern der Jugendkultur oder Szene auszutauschen und sich selbst als Mitglied zugehörig zu fühlen sowie zu positionieren. Dadurch können solche Gemeinschaften gefestigt werden.⁹⁵

Allerdings scheint der physisch-reale Raum infolge der Mediatisierung immer mehr an Bedeutung zu verlieren, während der virtuelle an Bedeutung zunimmt.⁹⁶ Heutzutage gehören digitale Medien, insbesondere das Social Web, auch zu Sozialisationskontexten von Jugendlichen.⁹⁷ Auch im Social Web als „translokale[r]

⁹⁰ Löw, Martina; Steets, Silke; Stoetzer, Sergej (2008): Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. 2., aktualisierte Aufl. Opladen, Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich, S. 63.

⁹¹ Vgl. Wagner 2013, S. 21.

⁹² I. F. vgl. ebd., S. 20 f.

⁹³ Vgl. Grunert, Cathleen; Deinert, Aline (2010): Zwischen Spielplatz, Youtube und Westfalenstadion - Jugendlich in Räumen physisch-realer und virtueller Öffentlichkeit. In: Birgit Richard und Heinz-Hermann Krüger (Hg.): inter-cool 3.0. Jugend, Bild, Medien; ein Kompendium zur aktuellen Jugendkulturforschung. Paderborn: Fink, S. 187.

⁹⁴ Vgl. Richard et al. 2010, S. 13.

⁹⁵ Vgl. Gross 2010, S. 156.

⁹⁶ Vgl. Eisemann 2015, S. 152.

⁹⁷ Vgl. Eulenbach, Marcel (2013): Stars, Musikstars, Castingstars: Zum Verhältnis von medialen Starinszenierungen und Identitäts- und Entwicklungsprozessen im Jugendalter. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 265.

kommunikative[r] Raum“⁹⁸ können jugendkulturelle Räume entstehen. Zusätzlich dazu ergeben sich aufgrund der Durchdringung des Alltags durch Medien hybride und dynamische Raumerfahrungen für die Jugendlichen.⁹⁹ Das jugendkulturelle Handeln geschieht also sowohl online als auch offline. Dementsprechend ist das Internet eine Art Erweiterung des Sozialraums.¹⁰⁰ Allein der Ausdruck *ins Internet gehen* suggeriert die Vorstellung eines Raumes. Diese Raummetapher umfasst die Interaktions- und Kommunikationsformen des Social Webs.¹⁰¹ Insbesondere für außergewöhnliche Jugendkulturen bieten diese Strukturen vereinfachte Möglichkeiten der Substitution und Vergemeinschaftung.¹⁰²

Doch welche Forschungsperspektiven auf die durch das Social Web gegebenen Strukturen und eventuell neuen Möglichkeiten für die jugendkulturelle Praktik der Raumaneignung und –konstitution lassen sich in der Literatur finden?

In der Sammelschrift *Digitale Jugendkulturen* legt Reißmann einen Wandel der Erlebnis- und Sozialräume Jugendlicher dar, beruhend auf der „sukzessiven Durchdringung des physischen Raums mit (digitalen) Medien und Medienkommunikation“¹⁰³. Somit bildet das Social Web eine neue, eigenständige Form des sozialen Raums, in dessen Rahmen eine multilokale Präsenz möglich sei.¹⁰⁴ Jedoch betont er auch, dass materielle sowie ästhetische On- und Offline-Praktiken verbunden seien und sich im Social Web daher auch oft lediglich der Rahmen für dieselben Praktiken ändert.¹⁰⁵ Diese und die folgenden Aussagen stützt er größtenteils auf ein eigenes Forschungs- und Dissertationsprojekt zum Bildhandeln Jugendlicher im Social Web.¹⁰⁶

Insbesondere betont Reißmann, dass durch die Strukturen des Social Webs die Erweiterung des Blick- und Aktionsfelds für Jugendliche noch nie so einfach gewesen sei wie heute.¹⁰⁷ Im Hinblick auf Interaktionen können sie leicht mit Szenen in Kontakt treten, diesen folgen sowie auch Hinweise auf Aktionen und Ereignisse im physisch-realen Raum, wie beispielsweise Konzerte, in Erfahrung bringen. Außerdem wird im

⁹⁸ Gross 2010, S. 151.

⁹⁹ Vgl. Hugger 2014, S. 13.

¹⁰⁰ Vgl. Eisemann 2015, S. 306.

¹⁰¹ Vgl. Wagner 2013, S. 14.

¹⁰² Vgl. Gross 2010, S. 156.

¹⁰³ Reißmann, Wolfgang (2014): Bildhandeln und Bildkommunikation in Social Network Sites. Reflexionen zum Wandel jugendkultureller Vergemeinschaftung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): *Digitale Jugendkulturen*. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 89.

¹⁰⁴ Vgl. ebd., S. 93.

¹⁰⁵ Vgl. ebd.

¹⁰⁶ Vgl. ebd., S. 91 f., zum Bildhandeln s. Kapitel 4.2.

¹⁰⁷ I. F. vgl. ebd., S. 98.

Social Web sichtbar, was in welcher Szene wichtig ist und auf welche Resonanz dies bei anderen trifft. Sowohl die Funktionen des Teilens und Bewertens als auch das Speichern aller Informationen tragen dazu bei.

Jörissen und Marotzki führen diesen Aspekt noch weiter aus und stellen das Social Web beziehungsweise die Social Network Sites als „deliberativen Raum“¹⁰⁸ dar, der Strukturen für Kommunikations- und Interaktionsprozesse sowie für jugendkulturelle Inszenierungen bietet und das Zusammenschließen zu Interessengruppen in kurzer Zeit ermöglicht.¹⁰⁹

Insbesondere die Rolle der sozialen Plattformen, wie Facebook oder YouTube werden auch bei Brügggen und Gerlicher thematisiert.

„Räume in Sozialen Netzwerkdiensten werden von den Nutzenden im Zuge ihres sozialraumbezogenen Medienhandelns gestaltet und Jugendliche eignen sich dabei soziale und gesellschaftliche Verhältnisse an.“¹¹⁰

Sie definieren das Social Web dabei nicht als *einen* Raum, sondern sind der Meinung, dass sich Jugendliche im Rahmen ihrer Zugangsmöglichkeiten und Medienkompetenz entsprechend in verschiedenen Räumen des Social Webs unterschiedlich bewegen.¹¹¹

In diesen Räumen gelten ganz spezifische Codes, unter deren Umständen den Jugendlichen Handlungsoptionen offenstehen bzw. auch verweigert werden können.¹¹²

Im Grunde unterstützen sie dabei die Ansicht von Hugger, der die Meinung vertritt, dass mediensozialisatorische Räume relationale Räume seien, die individuell nutzbar und somit auch individuell wandelbar seien.¹¹³

Auch Eisemann stellt sich in der Studie zum C Walk auf YouTube die Frage nach der Erforschung von alternativen Orten für jugendkulturelle Entwicklungen, abseits von traditionellen öffentlichen Räumen.¹¹⁴ Hierbei dient ihm auch der relationale Raumbegriff nach Löw als Grundlage.¹¹⁵ Er hält fest, dass die Raumkonstruktion mit Hilfe von sogenannten Spacing-Prozessen stattfindet. Am Beispiel von YouTube handelt sich bei diesen Prozessen um das Platzieren von „symbolische[n] Objekte[n] wie Videos und Kommentare sowie Verweise auf Personen auf den *YouTube*-Kanälen [...] [,die] symbolisch miteinander verknüpft werden.“¹¹⁶ So finden die Spacing-

¹⁰⁸ Jörissen und Marotzki 2010, S. 113.

¹⁰⁹ Vgl. ebd., S. 113 f.

¹¹⁰ Brügggen und Gerlicher 2013, 72 f.

¹¹¹ Vgl. ebd., S. 72.

¹¹² Vgl. ebd., S. 73.

¹¹³ Vgl. Hugger 2014, S. 13.

¹¹⁴ Vgl. Eisemann 2015, S. 150.

¹¹⁵ Vgl. ebd., S. 153 f.

¹¹⁶ Ebd., S. 306.

Prozesse in Form von jugendkulturellen Handlungen statt. Die entstehenden jugendkulturellen Räume schließen sowohl digitale als auch territoriale Räume beispielsweise in Form von Videosettings ein.¹¹⁷ In Bezug auf die soziale Interaktion als Grundlage für die Entstehung von Räumen bezieht sich Eisemann auf den Kapitalbegriff von Bourdieu. Das soziale Kapital meint dabei „Ressourcen, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe“¹¹⁸ beruhen. Im Social Web basieren die Beziehungen vor allem auf materiellen und symbolischen Tauschbeziehungen, zum Beispiel über Bilder, Kommentare oder Blogeinträge.¹¹⁹

Kutscher und Otto beziehen sich ebenfalls auf diesen Ansatz. Ihrer Ansicht nach seien „jugendkulturelle[...] NutzerInnengruppen innerhalb digitaler Medien [...] das Ergebnis komplexer ressourcenabhängiger relativer Positionierungen im sozialen Raum, die gleichzeitig im virtuellen Raum so etwas wie Orte konstituieren“¹²⁰. Diese könnten als relationaler Raum betrachtet werden. Darüber hinaus wird in dem Beitrag sowie bei Eisemann auch die Bedeutung des sozialen Milieus für die Interaktion im Social Web erwähnt. Da ich an dieser Stelle nicht näher auf digitale Ungleichheiten eingehen möchte, halte ich nur das Fazit fest: Auch in Räumen des Social Webs existiert ein Verhandeln von Machtverhältnissen.¹²¹

Ein weiterer Aspekt, der insbesondere bei Richard und Grünwald et al. auftaucht, ist die Vermischung von öffentlichem und privaten Raum und dem Entstehen des „Paradox der persönlichen Öffentlichkeit“¹²². Den Jugendlichen stehen durch das Social Web erweiterte Partizipations- und Kommunikationsmöglichkeiten zur Verfügung, mit denen sie auch offline Beziehungen stärken wollen. Drei grundlegende Merkmale der virtuellen Communities sind dabei „Information, Unterhaltung und soziale Integration.“¹²³ Zusammen mit der ständigen Präsenz der Medien entsteht das Bedürfnis, sich der Peergroup stets mitzuteilen und ihnen somit einen Einblick in den privaten Raum zu geben und persönliche Daten zu übermitteln. Jörissen und Marotzki begründen das Bestehen unterschiedlicher Abstufung zwischen Öffentlichkeit und

¹¹⁷ Vgl. Eisemann 2015, S. 306.

¹¹⁸ Ebd., S. 157.

¹¹⁹ Vgl. ebd.

¹²⁰ Kutscher, Nadia; Otto, Hans-Uwe (2010): Digitale Ungleichheit – Implikationen für die Betrachtung digitaler Jugendkulturen. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 82.

¹²¹ Vgl. ebd. und vgl. Eisemann 2015, S. 159.

¹²² Richard et al. 2010, S. 16.

¹²³ Ebd., S. 34.

Privatheit in der Kommunikation auf Social Network Sites durch die spezifische sozio-technische Infrastruktur.¹²⁴

Auch Grunert und Deinert greifen diesen Aspekt unter der Bezeichnung „Syntheseleistung zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit“¹²⁵ auf. Ebenso tritt dieses Phänomen in Bezug auf bestimmte Plattformen auf. In den Untersuchungen zu YouTube beschreibt Marek ebenfalls ein Verschwimmen der „Grenze zwischen Persönlichem und Öffentlichem“¹²⁶.

Insgesamt finden sich im Social Web also kommunikativ und medial konstituierte Sozialraumstrukturen, die Jugendlichen erweiterte Möglichkeiten zur Vergemeinschaftung, Identitätsbildung und Selbstdarstellung bieten. Diese Räume werden von Jugendlichen vor allem stark visuell gestaltet und genutzt. Aus diesem Grund wird im folgenden Kapitel näher auf Forschungsperspektiven zu visuellen Kommunikations- und Darstellungspraktiken eingegangen.

4.2 Visuelle Kommunikations- und Darstellungspraktiken

Selbstdarstellung war schon immer ein relevanter Aspekt innerhalb jugendkultureller Praktiken. Sie meint die „Darstellung der eigenen Person, Gruppe o.Ä. (um Eindruck zu machen, seine Fähigkeiten zu zeigen o.Ä.)“¹²⁷. Mit Hilfe von Selbstdarstellung können sich Jugendliche als Teil einer Gruppe kenntlich machen beziehungsweise nach außen abgrenzen. Somit verorten sie ihre eigene Position in der Gesellschaft und zu anderen Jugendkulturen.¹²⁸ Also sind Selbstdarstellung und Stilbildung grundlegende entwicklungsbezogene und jugendkulturelle Bedürfnisse, die durch gesellschaftliche Entwicklungen wie die Individualisierung, noch an Bedeutung dazugewonnen haben.¹²⁹ Im Social Web werden diese Darstellungspraktiken zunehmend über stille und bewegte Bilder gestaltet.¹³⁰ Insbesondere die digitale Vernetzung spielt dabei eine große Rolle, da durch sie erst die Möglichkeit entsteht, sich einem großen Publikum zu präsentieren und dessen Feedback einzuholen.¹³¹

Seit der Digitalisierung des Bildes wird in der Forschung kontrovers diskutiert, ob es

¹²⁴ Vgl. Jörissen und Marotzki 2010, S. 113.

¹²⁵ Grunert und Deinert 2010, S. 202.

¹²⁶ Marek, Roman (2014): Understanding YouTube. Über die Faszination eines Mediums. Bielefeld: transcript Verlag (Kultur- und Medientheorie), S. 20.

¹²⁷ Bibliographisches Institut (2015): Duden. Deutsches Universalwörterbuch; das umfassende Bedeutungswörterbuch der deutschen Gegenwartssprache. 8. Aufl. Berlin: Duden, S. 1600.

¹²⁸ Vgl. Hugger 2014, S. 16.

¹²⁹ Vgl. Eulenbach 2013, S. 266.

¹³⁰ Vgl. Reißmann 2014, S. 89.

¹³¹ Vgl. ebd., S. 98.

sich entweder um eine Erweiterung der analogen Bildpraxis oder um eine vollkommen neue Art von Bildkultur handelt.¹³² Im Folgenden soll untersucht werden, welche Ansätze in der dieser Arbeit zugrunde liegenden Literatur vertreten werden.

In *Digitale Jugendkulturen* hält Reißmann fest, dass Bildpraktiken schon vor dem Social Web fester Bestandteil von Jugendkulturen waren. „Fotografieren und das Anschauen, Sammeln, Aufhängen, Collagieren von Bildern, Bild-Text-Emblemen [...] und Symbolen aller Art, mit Blick auf Körper und Kleidung, aber auch auf die Gestaltung privater [...] und öffentlicher Räume [...]“¹³³ gehörten damals zu wichtigen jugendkulturellen Praktiken. Ergänzend hierzu beschreiben Richard und Gründwald et al. das „Kopieren, Teilen, Verleihen und Tauschen“¹³⁴ von Medien als Praktiken von Offline-Kulturen.

Jedoch ergeben sich im Social Web unter veränderten medialen Bedingungen auch andere gestalterische Optionen von Bildern. So entstehen dort neue Bildformate und den Bildern wird teilweise eine neue Bedeutung zugeschrieben.¹³⁵ Laut Marek besteht die Neuartigkeit vor allem im Umgang mit Bildern. Durch die einfache Handhabung und günstigen Preise von technischen Apparaten, steigt die Anzahl der Bilder, vor allem der Amateurbilder.¹³⁶ Ergänzend dazu können die Bilder durch die bedienungsfreundlichen Portale im Internet leicht verbreitet und einer großen Anzahl an Leuten jederzeit kostenlos zugänglich gemacht werden. Auch die Art der Auswahl der Bilder hat sich dabei verändert. Sie beruht bei den meisten Plattformen auf quantitativen Aspekten. Denn durch jeden Klick steigt das Video oder Bild im Ranking auf und wird mehr Usern auf der Startseite angezeigt beziehungsweise wird bei Suchvorgängen weiter vorne aufgeführt. Außerdem werden die Bilder anhand der spezifischen Strukturen der Plattformen geordnet. Entweder werden sie in vorgegebene Kategorien eingeordnet, wie es bei YouTube der Fall ist, oder sind Teil der eigenen Profilgestaltung.

Ähnliche Aussagen lassen sich auch in *Digitale Jugendkulturen* finden. Reißmann hält fest, dass durch die mediatisierten Kommunikationsformen Bilder als Transfermedien für Vermittlung zwischen sowie Veranschaulichung von jugendlichen Räumen an Bedeutung gewonnen haben und zur Alltäglichkeit geworden seien.¹³⁷ Dabei beschreibt

¹³² Vgl. Reißmann 2014., S. 94.

¹³³ Ebd., S. 92.

¹³⁴ Richard et al. 2010, S. 204.

¹³⁵ Vgl. ebd., S. 29.

¹³⁶ I. F. vgl. Marek 2014, S. 45 f.

¹³⁷ Vgl. Reißmann 2014, S. 97.

er digitale Bilder als „vielfältig in andere mediale Umgebungen implementierbar sowie transportier-, kopier-, gestalt-, veränder-, vernetz und speicherbar“¹³⁸. Insbesondere die Plastizität des digitalen Bildes stellt er dabei in den Vordergrund. Damit meint er die Möglichkeiten der Bearbeitung und Nachbearbeitung von Bildern, die durch einfache, günstige Programme fast jedem zugänglich sind.¹³⁹ So können durch Bildgestaltung auch Neu-Konstruktionen und Entfremdungen des eigenen Körperbildes ermöglicht werden, zum Beispiel in Form von Avataren. Außerdem werden häufig eigene Körperbilder an beispielsweise mediale Vorbilder angeglichen.¹⁴⁰ Demnach vervielfältigen sich auch die Möglichkeiten der Stilbildungen als Ausdruck jugendkultureller Zugehörigkeit.

Eisemann stellt eingangs grundsätzlich fest, dass (audio-) visuelle Medien durch die vereinfachten Zugangs- und Nutzungsmöglichkeiten nicht nur als Rezeptionsgegenstand dienen, sondern zum eigenen Handeln und Ausdrücken anregen.¹⁴¹ Bilder bieten also auch Ausdrucksmöglichkeiten für Dinge, die über Sprache schwer auszudrücken sind. Insbesondere audiovisuelle Darstellungen können schnell ein Gefühl der Nähe zur Person im Video aufkommen lassen.¹⁴² Dem zugrunde liegen die Studien des Medienpädagogen Horst Niesyto, der bereits vor der Zeit des Social Webs pädagogisch relevante Medienproduktionen von Jugendlichen untersucht hat.¹⁴³ Eisemann zieht für seine Studie auch Niesyos These heran, dass Jugendlichen in präsentativen Mediensymboliken Strukturierungsmöglichkeiten für ihre Lebenswirklichkeit geboten werden, sie also auch durch Bilder Orientierung erfahren können.¹⁴⁴

Betrachtet man nun jugendkulturelles Bildhandeln unter den Bedingungen von digitalen Bildern im Social Web, ist es zunächst wichtig festzuhalten, dass Bilder keine Abbildung „einer authentischen sozialen Realität [sind], die direkte Rückschlüsse auf jugendliches Leben erlaub[en].“¹⁴⁵ Die Betrachtung von jugendlichen Selbstdarstellungen durch bewegte und stille Bilder kann also nur mit einer dementsprechenden Medienkompetenz gelingen, die erlaubt, zwischen *real* und *fake* zu

¹³⁸ Reißmann 2014, S. 90.

¹³⁹ Vgl. ebd., S. 94.

¹⁴⁰ Vgl. ebd., S. 95.

¹⁴¹ Vgl. Eisemann 2015, S. 47.

¹⁴² Vgl. ebd., S. 217.

¹⁴³ Vgl. ebd., S. 46.

¹⁴⁴ Vgl. ebd., S. 49.

¹⁴⁵ Richard, Birgit (2014): Vom Hipster zum Black Metal: True vs. Fake auf YouTube und flickr. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 47.

unterscheiden.

Vor allem Richard hat sich in den Publikationen *Digitale Jugendkulturen* und *Flickernde Jugend. Rauschende Bilder* im Rahmen einer Studie intensiv mit dem Bildhandeln von Jugendlichen auseinandergesetzt. Die Studie versucht vor allem, neue medienadäquate Methoden zu erstellen, um das Bildhandeln im Social Web beurteilen zu können.¹⁴⁶ Grundsätzlich betont die Autorin, dass das Verhalten Jugendlicher vor der Kamera stets „professionell und antrainiert“¹⁴⁷ sei. Denn die Allgegenwart von medialen Bildern diene den Jugendlichen als Orientierung für ihre eigene visuelle Darstellung.¹⁴⁸ Daher sei das Übernehmen von Posen, Stil sowie Mimik und Gestik von medialen Vorbildern charakteristisch für das jugendliche Bildhandeln.¹⁴⁹

Die Bilder dienen laut Richard und Grünwald et al. im Social Web vor allem als „fluider Kommunikationsstoff“¹⁵⁰. Somit sind sie Teil des jugendkulturellen Bedürfnisses, mit anderen zu kommunizieren und sich in Bezug zu anderen darzustellen.¹⁵¹ Besonders die Selbstdarstellung auf Bildplattformen wie YouTube, Instagram oder flickr ist eine grundlegende Komponente von digitalen Jugendkulturen. Diese Bildplattformen sind immer auch Social Network Sites, weshalb ich diese im Folgenden als Rahmen des jugendlichen Bildhandelns setze.

Bild- und Videoproduktionen als Teil der jugendlichen Räume dienen dabei als „kulturelles Werkzeug“¹⁵² für die Jugendkulturen sowie für deren Vergemeinschaftung. Auch Reißmann beschäftigte sich im Kontext eigener Forschungsarbeiten mit dem Bildhandeln von Jugendlichen.¹⁵³ Auf den Social Network Sites werden den Jugendlichen Möglichkeiten geboten, sich „zu präsentieren, zu vernetzen und auszutauschen.“¹⁵⁴ Sie können Profil- und Anzeigebilder uploaden und posten. Die Bilder können in Alben kategorisiert werden, zum Beispiel nach Interessen, Peergroups, jugendkulturellen Zugehörigkeiten, Stilen oder Events.¹⁵⁵ Die eigenen Interessen können dabei auch durch Gefällt-mir-Angaben, schriftliches Kommentieren oder ‚Liken‘ visualisiert und anderen mitgeteilt werden. Außerdem können sie Profile

¹⁴⁶ Vgl. Richard et al. 2010, S.10 ff.

¹⁴⁷ Richard 2014, S. 46.

¹⁴⁸ Vgl. Richard, Birgit (2010): Das jugendliche Bild-Ego bei YouTube und flickr. True(Black Metal) und Real als Figuren mimetischer Selbstdarstellung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): *Digitale Jugendkulturen*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 55.

¹⁴⁹ Vgl. Richard et al. 2010, S. 100.

¹⁵⁰ Ebd., S. 47.

¹⁵¹ Vgl. ebd.

¹⁵² Reißmann 2014, S. 99.

¹⁵³ Vgl. ebd., S. 91.

¹⁵⁴ Ebd., S. 99.

¹⁵⁵ I.F. vgl. ebd., S. 90.

miteinander verbinden, indem sie Bilder oder Videos verlinken. Auf diese Weise wird im eigenen Profil nicht nur ein „zeit- und raumbundene[r] Körper“¹⁵⁶ präsentiert, sondern es werden verschiedenste Facetten von und Verweise auf sich selbst gegeben. Neu im Social Web ist die Form des Archivs. Denn alle Daten und Bilder werden gespeichert und kategorisiert. Somit können sie jederzeit wiedergefunden und abgerufen werden. Demnach ist das eigene Profil ein „egozentriertes Archiv“¹⁵⁷. Die Gesamtheit des Profils beschreibt Reißmann als visuelle, archivische Ergänzung des Körperselbst, „das unterschiedliche *zeitliche, räumliche, soziale und symbolische Bezüge* sowie *Repräsentationen innerer und äußerer Erlebniswelten* sichtbar macht.“¹⁵⁸ Somit können im Profil ebenso jugendkulturelle Selbstentwürfe gestaltet und dokumentiert werden. Vielfach wird die Gesamtheit dieser medialen visuellen Repräsentation als jugendliches Medien-Ego beschrieben, welches sich in den vorgegebenen Strukturen der Medien individuell bewegt.¹⁵⁹ Sowohl die jugendliche Selbstdarstellung über Bilder als auch über Kommentare, Profilaufbau und Zugehörigkeiten soll damit beschrieben werden.

Ebenso wie bei Richard et al. findet man auch bei Marek einige Ansätze zur Kategorisierung von visuellen Selbstdarstellungen.¹⁶⁰ In beiden Publikationen werden der „Egoshot“¹⁶¹ oder das „Egopic“¹⁶² beziehungsweise bei Videos der „Egoclip“¹⁶³ als meist verbreitete Bildkategorie angesehen. In diesem Zusammenhang ist die Erkenntnis von Jörissen und Marotzki interessant, die audiovisuelle Selbstthematization als eine neuartige Möglichkeit der Selbstinszenierung darstellen.¹⁶⁴

Jedoch beschreibt nur Richard, wie eine mögliche Analyse der jugendlichen Bildwelten stattfinden kann, in diesem Falle anhand von YouTube.¹⁶⁵ Zunächst werden relevante Schlagwörter festgelegt. Dann wird das Material über drei Suchpfade erhoben: über sogenannte tags, Zufallsstichproben und über eine assoziative Auswahl. Daraufhin müssen, basierend auf den gefundenen Materialien, die Trennschärfe der Suchbegriffe geprüft und repräsentative Clips selektiert werden. Auf dieser Grundlage können Schlüsselbilder und dadurch auch Clipkategorien erstellt werden. Zuletzt werden

¹⁵⁶ Reißmann 2014, S. 95.

¹⁵⁷ Ebd., S. 96.

¹⁵⁸ Ebd.

¹⁵⁹ Vgl. z.B. Richard 2014, S. 45, 106.

¹⁶⁰ Vgl. Marek 2014.

¹⁶¹ Richard 2014, S. 46.

¹⁶² Reißmann 2014, S. 96.

¹⁶³ Richard 2014, S. 46.

¹⁶⁴ Vgl. Jörissen und Marotzki 2010, S. 111.

¹⁶⁵ I. F. vgl. Richard et al. 2010, S. 61 f.

relationale Bildcluster erstellt, anhand derer die Plattform durchsucht werden kann. Mit dieser Analysegrundlage hat Richard et al. die Egoclips nochmal in verschiedene Unterkategorien wie Dance, Karaoke, Sports und Vlogs eingeteilt.¹⁶⁶ Dabei kann es sich auch um eindeutige Zuordnung beziehungsweise Abgrenzung zu präferierten Personen handeln, zum Beispiel bei den Hater- oder Fanclips.¹⁶⁷

Des Weiteren kristallisiert sich die Praktik des *Mash-Ups* als spezifisch für das Social Web heraus.¹⁶⁸ Auch in der Studie *Understanding YouTube* bezieht sich Marek auf dieses Phänomen, allerdings unter dem Begriff *Recyclingvideos*.¹⁶⁹ Aufgrund der freien Zugänglichkeit greifen Jugendliche vermehrt auf vorhandene Bildmaterialien zurück, die entweder andere oder sie selbst erstellt haben. Diese Bilder oder Videos werden von den Jugendlichen weiterbearbeitet und eventuell in neue Kontexte gebracht. Leider führen weder Marek noch Richard diese Überlegungen weiter bezüglich der Frage, was Mash-Up und Recyclingvideos im Rahmen von Jugendkulturen bedeuten. Ansätze dazu lassen sich bei Brüggem et al. finden, die Mash-Up oder Recyclingvideos als „jugendkulturelle Praxen der Aushandlung und Verarbeitung von medialen Vorlieben“¹⁷⁰ ansehen, die teils andersartige Umgangsweisen zum Ausdruck brächten. Ebenso auffällig bei der Analyse der Bilderwelten ist die Qualität der Bilder. Oft handelt es sich dabei um „Lowtech-Aufzeichnungen“¹⁷¹. Diese wirken entsprechend des fotorealistischen Prinzips authentischer. Authentizität spielt im Zusammenhang mit Aufmerksamkeit eine große Rolle. Denn die meisten Jugendlichen haben den Anspruch, durch ihre Authentizität Aufmerksamkeit zu erregen, ohne dass dies gewollt wirkt. Marek beschreibt dieses Phänomen in Bezug auf YouTube als „Spannungsfeld zwischen Selbstdarstellung, vermeintlicher Authentizität und einer Ökonomie der Aufmerksamkeit.“¹⁷²

Erklärungsansätze, warum die Selbstdarstellung über Bilder stark verbreitet ist und häufig praktiziert wird, lassen sich jedoch kaum finden. Zum einen stellen Vogelsang und Minas fest, dass die Social Network Sites Jugendlichen „den Eindruck einer offiziellen Bühne“¹⁷³ bieten, auf der sie sich vielfältig einem breiten Publikum präsentieren können. Durch die Bearbeitungs-, Auswahl- sowie Darstellungstools kann

¹⁶⁶ Vgl. Richard et al. 2010, S. 62.

¹⁶⁷ Vgl. Richard 2014, S. 50.

¹⁶⁸ Vgl. Richard et al. 2010, S. 53.

¹⁶⁹ Vgl. Marek 2014, S. 38.

¹⁷⁰ Brüggem et al. 2013, S. 36.

¹⁷¹ Richard 2014, S. 47.

¹⁷² Marek 2014, S. 18.

¹⁷³ Vogelsang und Minas 2010, S. 47.

die Selbstdarstellung im Social Web vorab überprüft, selektiert und dann bedacht präsentiert werden. Das ist in der Offline-Welt nicht möglich.¹⁷⁴

Zum anderen beschreibt Reißmann eine zunehmende Selbstaufmerksamkeit infolge der Individualisierung, vor allem in bildlich geprägten Kulturen. Demnach wird das Selbst mehr und mehr „als reflexive[s] Objekt“¹⁷⁵ gesehen, was wiederum Auswirkungen auf „die Wahrnehmung, Aufführung und Gestaltung des eigenen Körpers“¹⁷⁶ hat. Der Körper wird zu einer Art Bildobjekt und kann als Ressource verwendet werden. Hinsichtlich der Zusammenhänge von Bild und Körper darf auch die Selbststilisierung nicht ausgelassen werden. Stil beschreibt den „Körper und dessen Gestaltung [...] ebenso Musik, Tanz, Sprach- und Interaktionsformen“¹⁷⁷. Früher und heute spielt der Stil eine wichtige Rolle, um sich einer Jugendkultur zugehörig zu zeigen.¹⁷⁸ Folglich kann das Bildhandeln im Social Web als Ergänzung zu herkömmlichen jugendkulturellen Selbststilisierungspraktiken angesehen werden. Denn dadurch können die Jugendlichen ihre Identität und Zugehörigkeit online sowie offline zum Ausdruck bringen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass im Social Web viele neue hybride Jugendbildkulturen entstehen, welche durch ihre ständige visuelle Repräsentation und Kommunikation Bildernetze entwickeln.¹⁷⁹ Oft schließen sich die Jugendlichen zu rituellen Öffentlichkeitsforen zusammen, in denen sie ihre Bilder präsentieren können.¹⁸⁰ Diese „visuell geprägte[n] Erlebnis- und Interaktionsräume“¹⁸¹ kann die Peergroup „zeit- und ortsunabhängig“¹⁸² begutachten und in ihnen kommunizieren. Somit erweitert das Social Web die meisten Jugendkulturen. Wichtig ist dabei, dass das Sharing und Kommentieren von Bildern als Zeichen der Präsenz und des Partizipationswillen angesehen werden kann.¹⁸³ Vergleichbar hierzu im nicht-virtuellen Raum wäre das Taggen in der HipHop-Jugendkultur. Hier beweist das Sprayen eines individuellen Kürzels die Präsenz an diesem Ort. Allerdings kann im Gegensatz zum Offline-Raum durch einfache Anwesenheit nicht die Existenz gesichert werden.¹⁸⁴ Die

¹⁷⁴ Vgl. Vogelsang und Minas 2010, S. 48.

¹⁷⁵ Reißmann 2014, S. 93.

¹⁷⁶ Ebd.

¹⁷⁷ Ebd.

¹⁷⁸ Vgl. ebd.

¹⁷⁹ Vgl. ebd., 99 f.

¹⁸⁰ Vgl. Richard 2014, S. 62.

¹⁸¹ Reißmann 2014, S. 100.

¹⁸² Ebd.

¹⁸³ Vgl. Richard et al. 2010, S. 269.

¹⁸⁴ Vgl. Cwielong, Ilona Andrea (2014): Digitale Jugendkulturen - ein Raum der Anerkennung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 198.

Jugendlichen müssen sich ständig präsentieren, um damit aktiv teilzuhaben und aktiv ihre Identität zu bilden.¹⁸⁵ Weitere jugendkulturelle Praktiken, die sich auf die Identitätskonstruktion beziehen, werden im folgenden Kapitel behandelt.

4.3 Identitätskonstruktion und Selbstdarstellung

Schon vor der Entwicklung des Social Webs waren Medien und deren Inhalte wesentliche Aspekte zur Bildung der Identität.¹⁸⁶ Dabei ging es vordergründig um die Rezeption der massenmedialen Inhalte sowie um den Umgang der Jugendlichen mit diesen. Heutzutage bietet das Social Web jedoch eine Infrastruktur von neuen Partizipations- und Interaktionsmöglichkeiten, durch die es auch zu einer „internetbasierte[n] Identitätsarbeit“¹⁸⁷ kommt. Demzufolge müssen die Zusammenhänge zwischen Identitätskonstitution und dem Online-Medienhandeln neu erforscht werden.

Zunächst ist zu klären, wie Identität überhaupt definiert und gebildet wird, auch in Bezug auf digitale Medien, und welche Bedeutung sie im Zusammenhang mit Jugendkulturen einnimmt. Die Forschung ist sich einig, dass sich die Identitätskonstitution infolge gesellschaftlicher Entwicklungen wie der Individualisierung und der Globalisierung verändert hat.¹⁸⁸ Die Eigenleistung des Subjekts im Prozess der Identitätsfindung nimmt dabei meistens einen höheren Stellenwert ein. In diesem Sinne werden Jugendliche oft „als aktive Identitäts- und Medienkonstrukteure“¹⁸⁹ bezeichnet. Jedoch gibt es keine einheitliche Definition von Identität, weshalb im Folgenden aktuelle Tendenzen und Perspektiven kurz beschrieben werden.¹⁹⁰

Aufgrund der Individualisierungs- und Pluralisierungsprozesse in unserer Gesellschaft, ist die Arbeit an der eigenen Identität zu einer alltäglichen Entwicklungsaufgabe geworden. Demzufolge handelt es sich bei der Identitätsarbeit um einen lebenslangen Prozess, der nie abgeschlossen ist.¹⁹¹ So wird in der Forschung heute auch eher der

¹⁸⁵ Vgl. Richard et al. 2010, S. 92.

¹⁸⁶ Vgl. Wagner 2013, S. 30.

¹⁸⁷ Vogelsang und Minas 2010, S. 43.

¹⁸⁸ Vgl. Eulenbach 2013, S. 267.

¹⁸⁹ Ebd., S. 286.

¹⁹⁰ Auf die jeweiligen Perspektiven der einzelnen AutorInnen wird in den entsprechenden Abschnitten eingegangen.

¹⁹¹ Vgl. Brüggemund Gerlicher 2013, S. 65.

Frage nach der Herstellung und Veränderung von Identität nachgegangen, als ihre Definition und Bewahrung zu untersuchen.¹⁹²

Durch die „fragmentierten Lebensbedingungen“¹⁹³ werden in jedem Lebensbereich Teilidentitäten gebildet, die es zu verbinden gilt. Diese Auffassung wird mit dem Begriff Patchwork- oder Bastelidentität beschrieben. Ziel für das Subjekt ist es, ein Gefühl der Kohärenz zwischen den einzelnen Identitäten herzustellen.¹⁹⁴ So wird in Bezug auf Keupp Identität „als relationale Verknüpfungsarbeit, als Konfliktaushandlung [sowie] als Ressourcen- und Narrationsarbeit“¹⁹⁵ definiert. Damit gewinnt auch die Dimension der Selbstnarration an Wichtigkeit, welche für jugendkulturelle Praktiken interessant ist, da das Social Web eine Plattform bietet, diese zu präsentieren.

In Bezug auf digitale Medien und das Internet versucht vor allem Eulenbach, die Identitätsarbeit zu ordnen.¹⁹⁶ Er definiert hierfür vier Muster der Identitätsbildung. Erstens einen intrakommunikativen Prozess, in dem das Subjekt sich versucht sich in der Gesellschaft zu verorten. Medien, insbesondere auch mediale Personen oder Stars, bieten in diesem Zusammenhang Orientierung. Zweitens müssen die intrakommunikativen Prozesse immer auch im sozialen Umfeld, der Peergroup, ausgehandelt werden. Außerdem kann drittens die Identität durch Medien dargestellt werden. Medien, insbesondere das Social Web, bieten den Jugendlichen eine Plattform zur Präsentation ihrer Identitätsarbeit. Und viertens kann die Identitätskonstitution auch durch „soziale Kontextualisierung der eigenen Medienpräferenzen in Fanzusammenhängen“¹⁹⁷, also in jugendkulturellen Gemeinschaften, stattfinden.

Betrachtet man die vorliegenden Ansätze und Definitionen zur Identitätsbildung und -arbeit, wird deutlich, dass Identitätsarbeit nicht ohne Interaktionen mit anderen stattfinden kann. Insbesondere der Aufbau von sowie die Arbeit an Beziehungen können in jugendkulturellen Vergemeinschaftungsformen realisiert werden.¹⁹⁸ Jugendkulturen bieten vor allem in Bezug auf Beziehungen zum anderen Geschlecht eine niederschwellige Einstiegsbasis, da das Thema der Jugendkultur oder der Fähigkeiten innerhalb dieser als Basis dienen können.¹⁹⁹ Durch Selbstdarstellungen

¹⁹² Vgl. Vogelsang und Minas 2010, S. 38.

¹⁹³ Ebd.

¹⁹⁴ Vgl. Brüggemund Gerlicher 2013, S. 95.

¹⁹⁵ Röhl 2010, S. 216.

¹⁹⁶ I. F. vgl. Eulenbach 2013, S. 268 ff.

¹⁹⁷ Ebd., S. 274.

¹⁹⁸ Vgl. Eisemann 2015, S. 311.

¹⁹⁹ Vgl. ebd.

können Jugendliche ihre Wirkung auf Außenstehende mit ihrem eigenen Selbstbild abgleichen und sich so mit ihrer eigenen Identität beschäftigen.²⁰⁰

Dass das Social Web als Sozialraum dient, in dem Jugendliche durch visuelle Selbstdarstellungen Identitäten erproben können und in Interaktion mit Anderen treten, wurde bereits in Kapitel 4.1 und 4.2 herausgearbeitet. Demnach bietet das Social Web auch im Zusammenhang mit Beziehungsarbeit eine Erweiterung für identitätsbildende Prozesse.²⁰¹ In der vorliegenden Literatur werden vor allem zwei identitätsrelevante Aspekte in Verbindung mit jugendkulturellen Onlinepraktiken untersucht: erstens die Frage, wie Jugendliche Zugehörigkeit präsentieren wie auch erfahren und zweitens die Frage, wie sie Anerkennung durch Andere erlangen.²⁰²

In der Studie zum *C Walk auf YouTube* bezieht sich Eisemann auf eine dialogisch hergestellte Identitätskonstruktion zwischen Individuum und Gesellschaft.²⁰³ Obwohl in der Studie eine spezifische Jugendkultur im Kontext von YouTube untersucht wird, können doch allgemeine Ergebnisse daraus abgeleitet werden. Die Studie beruht auf der Grounded Theory Methodology sowie ethnographischen Forschungsinstrumenten, auf deren Grundlage Interviews geführt und ausgewertet wurden.²⁰⁴ Im Rahmen dieser Studie bestimmt Eisemann die Erfahrung von Anerkennung als grundlegende Bedingung für ein Identitäts- und Selbstwertgefühl.²⁰⁵ Zum einen generieren Jugendliche diese über Aufmerksamkeit. Auch vor der Zeit des Social Webs wurde Aufmerksamkeit zum Beispiel über auffällige Darstellungen erreicht. Um in einer Szene oder Jugendkultur Aufmerksamkeit zu erlangen, müssen die Darstellungen allerdings in deren spezifischen Normen bleiben und dürfen nicht nach Aufmerksamkeit heischend wirken.²⁰⁶ Eisemann hält jedoch fest, dass sich die Möglichkeiten zur Generierung von Aufmerksamkeit im Social Web erweitern. Dort kann Aufmerksamkeit auch durch Praktiken wie der Profilgestaltung, des Postens und des Verlinkens hergestellt werden.²⁰⁷

Zum anderen wird Anerkennung über Respekt innerhalb der jugendkulturellen Umgebung gewonnen, wobei szenenspezifisches Wissen und Können eine Rolle

²⁰⁰ Vgl. Hugger, Kai-Uwe (2010): Digitale Jugendkulturen: Einleitung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 7.

²⁰¹ Vgl. Eulenbach 2013, S. 273.

²⁰² Vgl. Hugger 2010, S. 10.

²⁰³ Vgl. Eisemann 2015, S. 314.

²⁰⁴ Vgl. ebd., S. 59.

²⁰⁵ Vgl. ebd., S. 257.

²⁰⁶ Vgl. ebd., S. 258.

²⁰⁷ Vgl. ebd., S. 259.

spielen.²⁰⁸ Im Social Web kann dabei unter anderem zusätzlich durch den medienkompetenten Umgang beziehungsweise die medienkompetente Präsentation des Wissens und Könnens Respekt erworben werden.

Ohne Beziehungen wäre dies nicht möglich, weshalb ebenfalls die Beziehungsarbeit als identitätskonstituierende Online-Praktik interessant scheint. In diesem Zusammenhang greift Eisermann auf den Begriff des Sozialen Kapitals nach Bourdieu zurück, für dessen Wirksamkeit soziale Beziehungen von Bedeutung sind.²⁰⁹ Diese können durch symbolische Tauschakte gefördert werden. Auch in Bezug auf jugendkulturelle Vergemeinschaftungen waren und sind symbolische Tauschakte von Bedeutung. Insbesondere auf den Social Network Sites lassen sich verschiedene, neue Möglichkeiten der symbolischen Tauschakte erkennen. Im Rahmen von YouTube können Jugendliche durch vorstrukturierte (z.B. Bewerten von Videos) und diskursive symbolische Tauschakte (z.B. Kommentare) ganz einfach Anerkennung ausdrücken und erlangen.²¹⁰ Außerdem wird mittels der verbreiteten Praktik der Widmung von Videos die Verbindlichkeit der Tauschbeziehungen gestärkt. Des Weiteren besteht für die Jugendlichen die Möglichkeit, ihr jugendkulturelles Kapital in Videos zum Ausdruck zu bringen und sich dadurch die Anerkennung innerhalb der Jugendkultur zu sichern.²¹¹ Bereits vor dem Social Web war die Generierung jugendkulturellen Kapitals Grundbaustein für Jugendkulturen, jedoch spielen sozioökonomische Grundlagen im Internet nicht mehr eine so große Rolle und der Zugang kann erleichtert werden.²¹²

Insbesondere die Struktur von YouTube bietet eine optimale Möglichkeit zum Ausdruck von Zugehörigkeit und Abgrenzung. Allerdings können andere Social Network Sites durch Kommentar-, Abonnement- und Profilooptionen diese jugendkulturellen Praktiken ebenso ermöglichen.²¹³

Auch haben sich Wagner und Brügggen et al. im Rahmen der Studie *Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten* intensiv mit diesem Thema auseinandergesetzt.²¹⁴ Sie führten „computerunterstützte, leitfadenbasierte Interviews“²¹⁵ mit Jugendlichen durch sowie eine Forschungswerkstatt mit mehreren

²⁰⁸ Vgl. Eisermann 2015, S. 260.

²⁰⁹ Vgl. ebd., S. 209.

²¹⁰ Vgl. ebd., S. 211.

²¹¹ Vgl. ebd., S. 217.

²¹² Vgl. ebd., S. 319.

²¹³ Vgl. ebd., S. 217.

²¹⁴ Vgl. Wagner, Ulrike (Hg.) (2013): *Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web*; 5. Konvergenzstudie. Bayerische Landeszentrale für Neue Medien. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101).

²¹⁵ Brügggen und Gerlicher 2013, S. 90.

Schülern und Schülerinnen. Diese dienen ihnen als empirische Grundlage.²¹⁶ In Bezug auf Identität stützen sie sich theoretisch auf die interaktionistische Perspektive auf Identität nach Krotz, die Identität als „dynamische Balance zwischen Selbstdarstellung und Fremdzuschreibung in unterschiedlichen Kommunikationssituationen“²¹⁷ definiert. Demnach finde die Generierung von Identität in Interaktions- und Kommunikationsprozessen statt. Dafür bieten Soziale Netzwerke einen idealen Rahmen.

In diesem Rahmen können die Auseinandersetzungen mit Themen und die Interaktion neuartig und intensiv miteinander verbunden werden.²¹⁸ Insbesondere aufgrund der fortschreitenden Konvergenz werden Individualkommunikation und massenmediale Bezüge immer weiter verknüpft. Hierbei sind vor allem die Funktionen der gegenseitigen Verweise und Verlinkungen von Relevanz. Daher darf in Analysen des Social Webs die Rolle der Massemedien nicht außer Acht gelassen werden.²¹⁹ Insbesondere das *Klickjacking* bietet dabei erstmals eine Möglichkeit, massenmediale Inhalte im eigenen Namen auf dem eigenen Profil durch externe Anbieter posten zu lassen.²²⁰ Somit werden Zugehörigkeiten mittels Anderer repräsentiert.

Auch Brüggem et al. finden also im Kontext der Social Network Sites Möglichkeiten der kreativen Be- und Verarbeitung von Selbstdarstellungen und Interaktionen von Jugendlichen.²²¹ Ein wichtiger Grundgedanke, der in den vorherigen Publikationen so nicht formuliert wurde, ist jedoch die Unabgeschlossenheit der Selbstdarstellungsprodukte.²²² Eine Selbstdarstellung fordert immer auch eine Rückmeldung ein. Demnach impliziert sie ein imaginäres Publikum und somit Beziehungen, die darauf reagieren. Dies fordert von den Jugendlichen im Vorhinein eine Vorstellung ihrer Zuschauer sowie eine medienkompetente Einschätzung, welche Auswirkungen ihre Handlungen haben.²²³ Des Weiteren beziehen sie die Erwartungshaltung der Jugendlichen mit ein, dass sie für ihren Ausdruck von Anerkennung und Zugehörigkeit diese Gefühle von anderen zurückbekommen.²²⁴ Im

²¹⁶ Vgl. Brüggem und Gerlicher 2013, 90 f.

²¹⁷ Ebd., S. 68.

²¹⁸ Vgl. Brüggem et al. 2013, S. 60.

²¹⁹ Vgl. ebd., S. 33.

²²⁰ Vgl. Brüggem, Niels; Schemmerling, Mareike (2013): Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln im Sozialen Netzwerkdienst *facebook*. In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 180.

²²¹ Vgl. Brüggem et al. 2013, S. 37.

²²² Vgl. ebd., S. 34.

²²³ Vgl. ebd., S. 39.

²²⁴ Vgl. ebd., S. 45.

Social Web teilen Jugendliche ihre Werte und Zugehörigkeit durch das Verbreiten und Teilen von Inhalten, Bildern oder Videos, die sie aktuell für wichtig erachten. Insbesondere mithilfe des Verlinkens und Postens von Fotos mit Freunden oder beim Konzert zeigen sie, wer und was ihnen etwas bedeutet.²²⁵ Gleichzeitig bekommen sie über diesen Weg mit, wer in ihrer Peergroup welche Interessen vertritt und wer mit wem verbunden ist.²²⁶ Grundsätzlich bieten mediale Artikulationen den Jugendlichen auch die Möglichkeit, zum Beispiel an jugendkulturellen Teilöffentlichkeiten zu partizipieren.²²⁷

Wichtig für die Forschung sei dabei immer auch, auf die unterschiedlichen Motive der Jugendlichen einzugehen, denn es lasse sich keineswegs von *den* Jugendlichen im Allgemeinen sprechen. So werden in der Studie verschiedene Motivkategorien festgelegt, die zu Handlungen im Social Web führen können: erstens das Motiv der sozialen Einbettung, zweitens das Vertiefen und Demonstrieren von Talenten und Wissen, drittens das spielerisch-experimentelle Erproben verschiedener Rollen.²²⁸ Jede einzelne Kategorie birgt spezifische identitätsstiftende Praktiken im Kontext von Jugendkulturen.²²⁹

Im Zusammenhang der Generierung von Zugehörigkeit wird in der Studie eine weitere, eigentlich typische jugendkulturelle Praktik angesprochen, die bisher in der anderen Literatur vernachlässigt wurde: die widerständigen Praktiken als Abgrenzung zur Erwachsenenwelt und als Zugehörigkeit zur eigenen Jugendkultur. Laut Brüggens et al. lasse sich das Autonomiebestreben der Jugendlichen im Social Web verwirklichen, da es sich um einen weitgehend erwachsenfreien Handlungsraum handle.²³⁰ Allerdings wird nicht erläutert, inwiefern das Handeln auf Social Network Sites widerständig sein kann.

Im Gegensatz zu Eisemann werden bei Brüggens et al. jedoch auch die Grenzen der Strukturen des Social Networks beleuchtet. Zum Beispiel werden den Jugendlichen Grenzen ihrer Selbstdarstellung in Form von vorstrukturierten Kategorien oder Vorlagen zur Profilgestaltung gegeben.²³¹ Dadurch werden unterbewusst auch

²²⁵ Vgl. Brüggens und Schemmerling 2013, S. 178.

²²⁶ Vgl. ebd., S. 170.

²²⁷ Vgl. Brüggens et al. 2013, S. 39.

²²⁸ Vgl. ebd., S. 41 f.

²²⁹ Im Rahmen dieser Arbeit kann jedoch nicht auf alle eingegangen werden.

²³⁰ Vgl. Brüggens, Niels; Wagner, Ulrike (2013): Schlussfolgerungen für Pädagogik und Jugendmedienschutz. In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 233.

²³¹ Vgl. Brüggens et al. 2013, S. 37.

ästhetische sowie kategorische Werte der Jugendlichen geprägt. Außerdem bleibt der Ausdruck von Anerkennung und Zugehörigkeit immer in den vorgegebenen Strukturen der Social Network Sites. Die Jugendlichen können nur eingeschränkt eigene Praktiken der Anerkennung und Zugehörigkeit entwickeln.²³²

Auch in den anderen Publikationen lassen sich einige Beiträge zu identitätsrelevanten Aspekten im Rahmen jugendkultureller Online-Praktiken finden.

In *Digitale Jugendkulturen* (2010) beschäftigt sich vor allem der Aufsatz von Vogelsang und Minas mit der Identitätsarbeit im Social Web.²³³ Sie sehen Identität unter den heutigen gesellschaftlichen sowie technologischen Bedingungen als „permanenten Prozess der Selbstentfaltung durch spielerische und experimentelle Selbstinszenierung.“²³⁴ Das Social Web biete eine Möglichkeit, sich öffentlich und eigenständig zu präsentieren. Somit könne internetbasierte Identitätsarbeit geleistet werden. Diese wirke sich auch auf die außermediale, persönliche Entwicklung aus, denn mittels positiven Feedbacks und dem Aufbau eines Beziehungsnetzwerkes bestehe die Möglichkeit, das Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl in der Offline-Welt zu stärken.²³⁵

Ausgehend von diesen theoretischen Annahmen stützt sich Vogelsang auf eigene umfangreiche Jugendstudien mit einer interdisziplinären Forschungsgruppe zu verschiedenen Jugendszenen.²³⁶ Auf dieser Grundlage stellt er fest, dass Social Network Sites den Jugendlichen erlauben, ausgewählte Persönlichkeitsmerkmale zu inszenieren. Meistens fungiert dabei die Authentizität als wichtige Norm.²³⁷ In Online-Rollenspielen hingegen sei Jugendlichen die Möglichkeit einer völlig freien Selbstinszenierung gegeben. Subjektivität und präsentiertes Selbst haben dort oft nur wenige Gemeinsamkeiten. Inwiefern Authentizität für Zugehörigkeit und Anerkennung eine Rolle spielt, kann also sehr unterschiedlich sein.²³⁸

Im *Handbuch Jugend – Musik – Sozialisation* gibt vor allem der Aufsatz von Eulenbach Einblicke in die Identitätskonstruktion im Social Web.²³⁹ Mithilfe der Medien als „Beziehungstifter“²⁴⁰ bestehen verschiedene Möglichkeiten der Erzeugung kollektiver

²³² Vgl. Brüggen et al. 2013, S. 38.

²³³ Vgl. Vogelsang und Minas 2010.

²³⁴ Ebd., S. 38.

²³⁵ Vgl. ebd., S. 43.

²³⁶ Vgl. ebd., S. 39.

²³⁷ Vgl. ebd., S. 47.

²³⁸ Vgl. ebd., S. 45.

²³⁹ Vgl. Eulenbach 2013.

²⁴⁰ Ebd., S. 271.

Identitäten. Über „ähnliche oder identische Medieninhalte, Interpretationsmuster und Nutzungsstile zu essentiellen Gruppenmerkmalen“²⁴¹ können Jugendliche an digitalen Jugendkulturen partizipieren und ihre Zugehörigkeit ausdrücken.

Außerdem geht Eulenbach auf die Erweiterung des Beziehungsnetzes durch Medien ein.²⁴² Die Jugendlichen sehen sich durch die Vernetzungen im Social Web mit einer unüberschaubaren Vielzahl an Medienpersonen konfrontiert und werden selbst zur Medienperson. Nach dem Konzept der parasozialen Interaktion können imaginierte Reaktionen von Bezugspersonen zur Identitätsstiftung und Selbstreflexion anregen. So wird durch das Social Web dieser Kreis der Bezugsperson stark erweitert und somit auch die Wechselwirkungen mit Identitätsprozessen.

Abschließend lässt sich in der Publikation *Understanding YouTube* auch eine kritische Perspektive auf die Generierung von Anerkennung im Social Web finden. So sieht Marek die Selbstthematisierung als Vermarktung.²⁴³ Dabei spiele das permanente Überangebot eine zentrale Rolle, wodurch Aufmerksamkeit eventuell zu einer „knappe[n][...] Ressource“²⁴⁴ werde, was dazu führe, dass Jugendliche durch Selbstvermarktung beziehungsweise –darstellung „Selbstwertschätzung, Anerkennung oder Prominenz“²⁴⁵ erlangen wollen. Der Zugang zu weltweit verknüpften Communities wird durch die unablässige Verbundenheit mit der Online-Welt mittels Smartphone oder Laptop stets gewährleistet. Demnach können sich Jugendliche durch öffentliche Präsentationen im Internet ständig ihrer Anerkennung und Existenz vergewissern.²⁴⁶ Jedoch merkt Marek an, dass es wichtig sei, sich nicht auf die Selbstdarstellung als *die* jugendkulturelle Praktik im Social Web zu beschränken, da Selbstdarstellung bereits vorher ein zentrales Thema gewesen sei und sich lediglich die Rahmenbedingungen verändert hätten.²⁴⁷

5 Aktuelle musikalische jugendkulturelle Praktiken

Bisher wurden in dieser Arbeit Forschungsperspektiven zu allgemeinen jugendkulturellen Praktiken in den Bedingungen des Social Web erläutert, wie Raumaneignung, Identitätskonstruktion und visuelle Selbstdarstellung. Denkt man an große Jugendkulturen wie die Beat-Bewegung, HipHop oder Punk, spielt zweifelsohne

²⁴¹ Eulenbach 2013, S. 271.

²⁴² I. F. vgl. ebd., S. 272 f.

²⁴³ Vgl. Marek 2014, S. 21.

²⁴⁴ Ebd., S. 21.

²⁴⁵ Ebd.

²⁴⁶ Vgl. ebd., S. 22.

²⁴⁷ Vgl. ebd., S. 25.

auch Musik eine große Rolle. Die bisher erläuterten Strukturen im Social Web gelten natürlich genauso für Online-Jugendmusikszene(n) oder –kulturen. Jedoch stellt sich die Frage, ob die Strukturen des Social Webs auch für spezifisch musikalische jugendkulturelle Praktiken eine Veränderung mit sich bringen.

Um Musik in den Kontext der Jugend einzubetten, wird zunächst kurz ihr Stellenwert in der Phase der Jugend erläutert. Anschließend wird der Wandel von Musik als rein auditives Medium zum audiovisuellen Medium beschrieben, da diese Entwicklung eine wichtige Voraussetzung für den heutigen Umgang mit Musik ist.

Musik spielt insbesondere für Jugendliche eine bedeutsame Rolle. Im Prozess der Sozialisation kann daher auch eine musikalische Perspektive betrachtet werden.²⁴⁸ Diese musikalische Sozialisation wird als „Vertraut werden und [...] Erlernen des Umgangs mit Musik“²⁴⁹ definiert. Sie beinhaltet, inwiefern sich Jugendliche mit wie vielen musikalischen Kulturen beschäftigen beziehungsweise sich ihnen zugehörig fühlen.²⁵⁰ In diesem Kontext können durch musikalische Auswahl und Aktivität entwicklungsbedingte Aufgaben bewältigt werden.²⁵¹ Dabei ist der Eigenanteil des Subjekts relevant, da es Musik aktiv auswählt und funktionalisiert.²⁵² Die Musik verspricht für die Jugendlichen vielfältige Möglichkeiten der Anregung für Identifikationsprozesse und bietet die Chance, verschiedene musikalische Identitäten auszuprobieren.²⁵³

Infolge der Digitalisierung, der leichten Zugänglichkeit und somit der Verbreitung von Medien sind verschiedene mediale Formen verschmolzen, so auch in der Musik. Im Zusammenhang mit Musik hat auch das Musikfernsehen seinen Beitrag dazu geleistet.²⁵⁴ So wird Musik insbesondere seit den 80er Jahren nicht allein gehört, sondern zudem visuell dargestellt. Folglich handelt es sich bei Musik meistens um eine audiovisuelle Präsentation. Laut Pfeiffer werden sogar 90 % der Musik in visuellen Kontexten veröffentlicht.²⁵⁵ Insbesondere die Entwicklung der Videoclips stellt also eine wichtige Wendung für die Musik dar. Zunächst über Fernsehmusiksender wie Viva

²⁴⁸ Vgl. Lenz 2013, S. 165; Allerdings gibt es bisher keine allgemein anerkannte Theorie zur Musiksozialisation.

²⁴⁹ Ebd.

²⁵⁰ Vgl. Friedemann und Hoffmann 2013, S. 379.

²⁵¹ Vgl. ebd., S. 373.

²⁵² Vgl. Heyer et al. 2013a, S. 6.

²⁵³ Vgl. ebd. und vgl. Friedemann und Hoffmann 2013, S. 376.

²⁵⁴ Vgl. Lenz 2013, S. 178.

²⁵⁵ Vgl. Pfeiffer, Wolfgang (2013): Jugend - Musik - Sozialisation: Perspektive der Musikdidaktik. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 205.

oder MTV verbreitet, bietet diese Darstellungsform von Musik weitere Identifikationsangebote hinsichtlich „Mode, Körperlichkeit und Lebensstil [...] [sowie des] Images der Musikerinnen und Musiker.“²⁵⁶ Demnach kann die Verknüpfung von Musik und performativer Handlungspraxis als Vorlage jugendkultureller Stile dienen.²⁵⁷ Auch die Musikstars können das erwünschte „Lebensgefühl der Musik nun auf doppelte Weise artikulieren“²⁵⁸, denn ihr Image konstituiert sich aus sämtlichen medial bereitgestellten Informationen. Die medial repräsentierten Musikstars spielen wiederum eine Rolle zur Konstitution von Erfahrungsräumen.²⁵⁹

Mit der Entwicklung des Internets und später des Social Webs verlieren die Fernsehmusikprogramme als Präsentationsrahmen allerdings zunehmend an Bedeutung. Die Musikrezeption wie auch die -produktion wird vor allem ins Social Web ausgelagert und als fester Bestandteil integriert.²⁶⁰ Außerdem haben komprimierte Datenformate, wie das mp3-Format, dazu beigetragen, die Zugangsmöglichkeiten zu Musik zu erweitern.²⁶¹ Auf Videoplattformen und Social Network Sites stehen visualisierte Formen von Musik als Download permanent zur Verfügung.²⁶²

Einblicke darüber, welche Medien Jugendliche zur Musikrezeption nutzen, kann die JIM-Studie geben. Allerdings gibt sie dabei wenig Aufschluss über musikalische jugendkulturelle Praktiken.²⁶³ In der dieser Arbeit zugrunde liegenden Literatur lassen sich oft nur vereinzelt Forschungsperspektiven auf den musikalischen Aspekt in Online-Jugendkulturen erkennen.

Vor allem einzelne Beiträge im *Handbuch Jugend – Musik- Sozialisation* beschäftigen sich mit dem Thema. Friedemann und Hoffmann beschreiben eine empirisch nachgewiesene „Symbiose von Musik und Medien“²⁶⁴. Bedingt durch die „Hybridisierung der Medien“²⁶⁵ und die Entstehung „medienkonvergenter Musikdistribution“²⁶⁶ wandeln sich auch die Aneignungsbedingungen von Musik. Im Social Web kann eine individuelle oder kollektive Aneignung von Musik in Form von Social Network Sites, Fanforen sowie Fanpages stattfinden. Wegen der vereinfachten

²⁵⁶ Pfeiffer 2013, S. 205.

²⁵⁷ Vgl. Eulenbach 2013, S. 260.

²⁵⁸ Ebd.

²⁵⁹ Vgl. Eulenbach 2013, S. 250.

²⁶⁰ Vgl. Heyer et al. 2013a, S. 7.

²⁶¹ Vgl. Richard et al. 2010, S. 193.

²⁶² Vgl. Pfeiffer 2013, S. 205.

²⁶³ Vgl. Feierabend et al. 2016, S. 18 f.

²⁶⁴ Friedemann und Hoffmann 2013, S. 381.

²⁶⁵ Ebd.

²⁶⁶ Ebd.

und vervielfältigten Zugangsmöglichkeiten stehen den Jugendlichen wesentlich mehr Möglichkeiten der jugendkulturellen Zugehörigkeit zur Verfügung als vor dem Social Web.²⁶⁷

In diesem Zusammenhang beschreiben Gross und Walden ebenfalls eine Erweiterung und Intensivierung des Musikgeschmacks durch die Verfügbarkeit vielfältigster Angebote im Internet.²⁶⁸ Heyer et al. ergänzen, dass die Jugendlichen durch die vermehrten Zugangsmöglichkeiten mehr eigenproduzierte musikalische Werke kreierten.²⁶⁹ Dabei spielen auch ein medienkompetenter Umgang der Jugendlichen sowie ihr kreatives Engagement eine Rolle.²⁷⁰

Wie in Kapitel 4.3 bereits beschrieben, eröffnet das Internet die Möglichkeit, eigene Selbstdarstellungen gegenüber einem großen Publikum zu präsentieren. Somit können Jugendliche Aufmerksamkeit auf sich lenken. Auch in Bezug auf musikalische Eigenproduktionen ist dies von Bedeutung, denn das Social Web bietet die potentielle Möglichkeit, „Prominenz selbstreferenziell [zu] erzeugen“²⁷¹. Eulenbach nennt in diesem Zusammenhang Justin Bieber als Beispiel, der durch seine selbstproduzierten Videos auf YouTube unvermittelt berühmt geworden ist.²⁷²

Einen weiteren Aspekt musikalischen jugendkulturellen Handelns sprechen Richard und Grünwald et al. in der Publikation *Flickernde Jugend. Rauschende Bilder an: das Tauschen und Teilen von musikalischen Daten*. Sie betonen, dass es sich dabei keineswegs um eine neue jugendkulturelle Praktik handele.²⁷³ Im Gegenteil, das Teilen von Musik und Bildern sei schon immer eine Praktik zur Konstitution und Aufrechterhaltung von Jugendkulturen und deren Stilen gewesen.²⁷⁴ Jedoch habe sich das Medium und damit auch die Bedingungen dafür geändert.²⁷⁵ Zum einen bringe das musikalische Online-Video ein neues Medienformat mit sich. Offizielle Musikprogramme im Fernsehen seien Broadcast und Streaming gewichen.²⁷⁶ Die neuartigen medialen Strukturen ermöglichen die visuelle Aneignung sowie Veränderung musikalischer Produktionen. So kann es im Social Web zu neuen Formen

²⁶⁷ Vgl. Friedemann und Hoffmann 2013, S. 381.

²⁶⁸ Vgl. Gross, Friederike von; Walden, Thomas (2013): Jugendlicher Bildungshintergrund und Musikpräferenz. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 354.

²⁶⁹ Vgl. Heyer et al. 2013a, S. 4.

²⁷⁰ Vgl. Friedemann und Hoffmann 2013, S. 372.

²⁷¹ Eulenbach 2013, S. 261.

²⁷² Vgl. ebd., S. 262.

²⁷³ Vgl. Richard et al. 2010, S. 203.

²⁷⁴ Vgl. ebd.

²⁷⁵ Vgl. ebd.

²⁷⁶ Vgl. ebd., S. 195.

der Synthese zwischen Musik und Bild kommen.²⁷⁷ Ebenfalls werden diese durch Self-Educated-Techniken sowie der allgemeinen Verfügbarkeit von Bildern und Tönen begünstigt.²⁷⁸

In diesem Zusammenhang führen Richard und Grünwald et al. Formen von Musikrichtungen auf, die lediglich durch die veränderten Bedingungen im Social Web entstehen konnten. Als Grundlage hierfür diene ihnen die Analyse der Bildkategorien auf YouTube wie in Kapitel 4.2 beschrieben. Vor allem das Mash-Up, in dem verschiedene Stücke und Musikformen aber auch Bilder neu zusammengefügt werden, sei demnach eine weitverbreitete Praktik.²⁷⁹ Ein Untergenre des Mash-Ups ist der auf YouTube entstandene *Shred*. Dabei wird die Verbindung aus Bild und Ton aus ihrem eigentlichen Kontext gelöst und anti-virtuos neu kombiniert.²⁸⁰ Sie beschreiben eine Entstehung eines „virtuosen Anti-Virtuosentums“²⁸¹.

Im Hinblick auf eigenproduzierte Videos spricht Schuegraf in der Publikation *Medienkonvergente Interaktionen – Jugendliche im medialen Netz* das Phänomen an, dass im Social Web auch die Fans die mediale Präsenz des Künstlers unterstützen und generieren.²⁸² Im Kontext von YouTube stellt sie fest, dass bei der Sucheingabe von Künstlernamen häufig durch Rezipienten erstellte Videos auftauchen.²⁸³ Diese beinhalten meist weiterverarbeitetes und entkontextualisiertes Material des Künstlers oder der Szene, welches mit eigenen audiovisuellen Produkten kombiniert werde. Dabei kann es sich ebenfalls um Mash-Up-Produkte handeln. Sie bezieht sich in diesem Kontext auf die Clipkategorien nach Richard. Mit Hilfe dieser Videoprodukte werden die Künstler aus der Perspektive des Publikums inszeniert. Darüber werden Botschaften ausgedrückt und Diskurse über Künstler ausgelöst. Demnach sind sie Ausdruck von „Diskursen auf audiovisueller Ebene im digitalen Netz.“²⁸⁴ Durch Verlinkungen und Vernetzung können sich weitere Austausch- und Interaktionsmöglichkeiten mit weiteren Fans oder Stars ergeben, die sogar zur Entstehung von Communities beitragen können.²⁸⁵

²⁷⁷ Vgl. Richard et al. 2010, S. 204.

²⁷⁸ Vgl. ebd.

²⁷⁹ Vgl. ebd., S. 198.

²⁸⁰ Vgl. ebd.

²⁸¹ Ebd., S. 202.

²⁸² Vgl. Schuegraf 2010, S. 228.

²⁸³ I. F. vgl. ebd., S. 229 f.

²⁸⁴ Ebd., S. 230.

²⁸⁵ Vgl. ebd.

Wie die Bildung einer Jugendmusikszene im Internet entstehen kann, beschreibt Gross anhand der japanischen Independent-Musikszene Visual Kei.²⁸⁶ Sie legt in den Beiträgen dar, „wie sich jugendliche Musikfans die für sie (und ihr jeweiliges Thema) relevanten Inhalte über das Medium Internet aktiv aneignen.“²⁸⁷ Unter anderem bezieht sie sich auf Strukturen des Social Web. Ihre Erkenntnisse bezieht sie dabei aus qualitativen, leitfadengestützten Interviews und eigenen wissenschaftlichen Recherchen im Rahmen ihrer Dissertationsarbeit.²⁸⁸

Laut Gross handele es sich bei Visual Kei um „die erste [Jugendszene] in der Geschichte der Genese von Jugendstilen in Deutschland, die sich ausschließlich über das Internet verbreitete“²⁸⁹. Zunächst wurde die Musik in Deutschland nicht vermarktet, sodass die Fans ausschließlich über das Internet von der Szene erfuhren. So entstanden die Fannetzwerke auf Grundlage von „Peer-to-Peer-Netzwerken“²⁹⁰ im Social Web. Es biete ihnen eine Möglichkeit, räumlich und zeitlich ungebunden mit anderen Fans in Kontakt zu treten, Songs herunterzuladen oder von szenespezifischen Events zu erfahren. Demnach ermögliche das Internet, ihnen sich als Szene-Mitglied zu verorten und dient damit als „Medium sozialer Integration [...] [mit] zumindest vorübergehend[er] [...] substituierende[r] Funktion.“²⁹¹

In dem Beitrag werden verschiedene für die Szene relevante soziale Netzwerke angesprochen, die auf Grundlage von Fanaussagen für die Konstitution der Szene von Bedeutung seien. Unter anderem wird die Rolle von YouTube untersucht, indem *Visual Kei* und *J-Rock* als Suchbegriffe eingegeben wurden.²⁹² Demnach gehören zu der musikalischen Szene auf YouTube verschiedene Kategorien:

„Mitschnitte von Reportagen zum Thema aus dem Fernsehen, Musikvideos [...], Konzertmitschnitte, Hair- und Make up-Tutorials, selbst gedrehte Spaßvideos von Anhängern der Szene, selbstgestaltete und mit Musik unterlegte Bildsammlungen bzw. mit einem Bild unterlegte Musikstücke [...], Übersetzungen von Songs und Interviews von und mit Künstlern der Szene durch jugendliche Fans.“²⁹³

Daran wird deutlich, dass die Jugendlichen unter Voraussetzung der erforderlichen Medienkompetenz nicht „bloß[...] Empfänger[...] jugendkulturell relevanter

²⁸⁶ Vgl. Gross 2010 und vgl. Gross, Friederike von (2014): Jugendmusikszene im Internet – Visual Kei als Prototyp der internetgenerierten Jugendszene. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS.

²⁸⁷ Gross 2014, S. 211.

²⁸⁸ Vgl. ebd., S. 212.

²⁸⁹ Ebd., S. 214.

²⁹⁰ Ebd., S. 215.

²⁹¹ Ebd., S. 216.

²⁹² Vgl. ebd., S. 222.

²⁹³ Ebd.

Informationen²⁹⁴ sein können, sondern auch aktiv handelnd die Jugendkultur mitentwickeln. Laut Gross erschließen sich Jugendliche dadurch Räume, in denen sie autonom handeln und sich mit Gleichgesinnten verbinden können.²⁹⁵ In diesem Sinne findet auch eine Abgrenzung statt.

Darüber hinaus bezieht sich Gross auf den Aspekt der Kommerzialisierung jugendkultureller Stile. Die Strukturen des Social Webs bieten den Jugendlichen nicht nur die Möglichkeit, die vorher nicht in Deutschland veröffentlichte Musik zu erwerben, sondern auch von den szenespezifischen angesagten Moden zu erfahren und diese über das Internet zu bestellen. Danach können sie die Mode wiederum durch Selbstdarstellung auf Social Network Sites präsentieren und somit die Zugehörigkeit zur Szene festigen.²⁹⁶

Insgesamt wird in dem Beitrag von Gross deutlich, dass sich auch bei musikalischen jugendkulturellen Szenen Online- und Offline-Aktivitäten miteinander verbinden, indem Online-Beziehungen zu Szene-Mitgliedern in der nicht-virtuellen Welt weitergeführt sowie Online-Verweise auf lokale Szenetreffpunkte, -events oder -gruppen gegeben werden.²⁹⁷

6 Forschungsausblicke

In der vorliegenden Arbeit konnte aufgezeigt werden, dass bereits vielfältige Forschungsperspektiven zum Thema jugendkulturelle Praktiken im Social Web zu finden sind. Auch in Bezug auf Musik sind bereits einige Ansätze vorhanden, doch bleiben viele offene Forschungsfragen und -perspektiven bestehen, in die im Folgenden ein knapper Einblick gegeben wird. Da sich die Medien sowie das Social Web ständig weiterentwickeln, kann der Ausblick nur auf Grundlage des aktuellen Forschungsstandes und der Aspekte dieser Arbeit beruhen. In jedem Fall wäre es in Zukunft wichtig, das Smartphone als Medium in die Forschung mit einzubeziehen, da laut JIM-Studie fast 90 % der Jugendlichen ein Smartphone haben und dieses regelmäßig nutzen.²⁹⁸

Die Konstruktion von Sozialräumen wurde meistens auf das Social Web im Allgemeinen bezogen. Allerdings wäre es sicherlich interessant, die spezifischen Strukturen einzelner sozialer Plattformen hinsichtlich ihrer individuellen

²⁹⁴ Gross 2014, S. 224.

²⁹⁵ Vgl. ebd.

²⁹⁶ Vgl. ebd., S. 218.

²⁹⁷ Vgl. ebd., S. 225.

²⁹⁸ Vgl. Feierabend et al. 2016, S. 11.

Voraussetzungen zur Sozialraumkonstitution und Selbstdarstellung zu untersuchen. Insbesondere eine Betrachtung aktuell beliebter Plattformen, die sich als Apps auf dem Smartphone nutzen lassen, wie Musically oder Instagram, könnte aufschlussreich sein.²⁹⁹ Anschließend daran könnte die Hypothese überprüft werden, ob verschiedene jugendkulturelle Vergemeinschaftungen auch unterschiedliche Plattformen nutzen. In der Studie zur Jugendkultur Visual Kei wurde beispielsweise festgestellt, dass vor allem dem Portal *Animexx* eine wichtige Rolle in der Jugendkultur zuteil wird.³⁰⁰

Im Hinblick auf visuelle Kommunikations- und Darstellungspraktiken bleiben die Aneignungspraktiken von Videoclips noch ungeklärt. Außerdem könnte der Versuch von Richard et al., die Clipkategorien zu erstellen, weitergeführt und darauf untersucht werden, ob sich bestimmte Kategorien vermehrt bei einigen Jugendkulturen finden lassen.

Angelehnt an den Überlegungen von Eulenbach zum Konzept der parasozialen Interaktionen könnte deren Bedeutung im Social Web für die Identitätsbildung übertragen werden. Vor allem die Beziehung zu sogenannten Internet-Celebrities, wie zum Beispiel YouTube-Stars, würde dabei von Interesse sein.³⁰¹

Ebenfalls hinsichtlich musikalischer jugendkultureller Praktiken tun sich noch viele Forschungslücken auf. Laut Lenz müsse zur Bearbeitung jedoch zuerst ein einheitliches Konzept musikalischer Sozialisation erarbeitet werden.³⁰² Hierfür schlägt er vor, bisherige Theorien aus verschiedenen Wissenschaften zu überprüfen und zu vergleichen. Im Zentrum der Theorie solle ein präzises Modell stehen, welches sowohl empirisch und theoretisch überprüft werden müsse.³⁰³ Es solle darüber Aufschluss geben, wie sich Kinder und Jugendliche „mit den musikalischen Entitäten vertraut [machen], wie [...] [sie] sich musikalisch aktiv betätig[en] und wie [...] musikalische Präferenzen entwickelt, verändert und darüber hinaus erlernt [werden]“³⁰⁴. Das Modell könnte die Grundlage für Rezeptions- und Aneignungskontexte sowie für Analysen zum Eintritt in verschiedene Szenen bieten. Diese spielen im Zusammenhang mit der Bedeutung der Musik- und Szeneangebote für Jugendliche eine Rolle und sind bisher

²⁹⁹ Vgl. Feierabend et al. 2016, S. 29 ff.

³⁰⁰ Vgl. Gross 2014, S. 216.

³⁰¹ Marek 2014, 48 ff.

³⁰² Vgl. Lenz 2013, S. 181.

³⁰³ Vgl. ebd., S. 181 f.

³⁰⁴ Ebd., S. 181.

nur wenig erforscht.³⁰⁵ Eine erste Annäherung könnte die Studie *Klangraum Internet* geben, die sich mit der medialen Musikan eignung von Jugendlichen beschäftigt.³⁰⁶

Weiterführend erscheint eine empirische und/oder theoretische Analyse sinnvoll, ob man überhaupt noch von Jugendkulturen sprechen kann. Vermehrt wurde der Begriff in der Literatur bereits durch Jugendszene ersetzt. Allerdings gibt es noch keinen wissenschaftlichen Konsens dazu. In diesem Zusammenhang stellen Krotz und Schulz die These auf, dass infolge der gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen, wie in Kapitel 2 erläutert, „eher zeitlich begrenzte Mitgliedschaften und flüchtige Kooperationen als überdauernde Zuordnungen und trennscharfe Abgrenzungen“³⁰⁷ innerhalb von Jugendkulturen entstünden.

Daran anschließend stellt sich die Frage, wie und durch welche Praktiken sich die Jugendkulturen über einen längeren Zeitraum erhalten. Ergänzend dazu könnte die Frage nach der Konstitution des Wir-Gefühls in digitalen Jugendkulturen erörtert werden. Ebenso könnte hinterfragt werden, ob sich Jugendliche in Anbetracht der Fülle des Angebots mehreren jugendkulturellen Strömungen anschließen und zugehörig fühlen.

Außerdem bleibt die Frage, inwiefern widerständiges Handeln im Social Web überhaupt noch möglich ist. Ansätze hierzu finden sich eventuell bei Richard et al., die von einer vermehrten Illegalität im Online-Handeln Jugendlicher spricht.³⁰⁸

Insgesamt ist es unabdingbar, zuerst medienadäquate Forschungsmethoden zu bestimmen resp. zu entwickeln, auf deren Grundlage weitere empirische oder theoretische Analysen betrieben werden können.

7 Fazit

Die grundlegende Forschungsfrage dieser Arbeit, inwiefern jugendkulturelle Praktiken im Social Web aufgegriffen werden und sich bedingt durch die Strukturen des Social Webs verändern, konnte anhand der Forschungsperspektiven vielfältig bearbeitet werden. Allerdings bleiben die Antworten aufgrund der Unabgeschlossenheit der technologischen sowie gesellschaftlichen Entwicklungen nicht letztgültig bestehen.

³⁰⁵ Vgl. Heyer et al. 2013b, S. 467.

³⁰⁶ Vgl. Baumann, Michael et al (2012): *Klangraum Internet*. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung konvergenter Hörmedien und hörmedialer Online-Angebote durch Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren. Hg. v. Bernd Schorb. Leipzig. Online verfügbar unter <https://www.digitale-chancen.de/content/downloads/index.cfm/secid.137/secid2.0/key.996/lang.1>, zuletzt geprüft am 03.08.2017.

³⁰⁷ Krotz und Schulz 2014, S. 42.

³⁰⁸ Vgl. Richard et al. 2010, S. 22.

Zunächst bleibt festzuhalten, dass gesellschaftliche Entwicklungen, wie Individualisierung, Globalisierung und Kommerzialisierung, einen Einfluss auf Entwicklungsaufgaben in der Jugend haben. Zusätzlich verändern sich die Bedingungen zur Identitätskonstruktion und Kommunikation infolge technologischer Entwicklungen, wie Digitalisierung, Pluralisierung, Diversifizierung und Konvergenz der Medien. Dabei nutzen die Jugendlichen in ihrer Freizeit vor allem das Internet beziehungsweise das Social Web als Mittel zur Orientierung, Kommunikation und Unterhaltung. Auch Jugendkulturen konstituieren sich zunehmend über das Social Web, weshalb jugendkulturelle Praktiken heutzutage auch online stattfinden.

Die exzerpierte Literatur lässt auf einen Konsens der AutorInnen hinsichtlich dessen, dass das Social Web nicht bloß als Erweiterung für jugendkulturelle Praktiken zu verstehen ist, sondern veränderte Strukturen mit sich bringt, schließen. Jedoch ist es aufgrund differenter Perspektiven auf die jeweiligen Forschungsansätze schwierig, die einzelnen Beiträge gegenüberzustellen. Vielmehr ergänzen sie sich häufig gegenseitig. Die jugendkulturelle Praktik der Rauman eignung betrachten die Autoren gestützt auf den Begriff des relationalen Raums nach Löw, der Beziehungen, Interaktionen und Handlungen als Basis für Raumkonstruktion bestimmt. Demnach kann das Social Web als eine eigenständige Form eines virtuellen, räumlich ungebundenen Raums, beziehungsweise nach Brügggen und Gerlischer mehrerer differenter Räume, angesehen werden. Jedoch haben die spezifischen Strukturen einige Veränderungen zur Folge: Ein einfacher Zugang und eine Vielzahl an Partizipationsmöglichkeiten ermöglichen eine schnelle Erweiterung des Blick- und Aktionsfelds. So können sich insbesondere innerhalb der Sozialen Netzwerke jugendkulturelle Interessengruppen innerhalb kürzester Zeit zusammenfinden. Aufgrund der Einbettung in den lebensweltlichen Kontext der Jugendlichen sind diese Räume allerdings auch mit dem realen Raum verbunden, wodurch sich hybride Raumerfahrungen innerhalb von Jugendkulturen ergeben. Dabei verschwimmen oft die Grenzen zwischen öffentlichem und privatem Raum.

Diese sind primär von visuellen beziehungsweise audiovisuellen Darstellungs- und Kommunikationspraktiken geprägt. Das digitale Bild stellt dabei eine neue Art von Bildkultur dar, in der Be- und Weiterverarbeitungen von Bildern sowie Entkontextualisierungen des ursprünglichen Inhalts als alltägliche Praktiken gelten.³⁰⁹ Jugendliche können sich also mithilfe von Bildern selbst darstellen und über sie

³⁰⁹ I. F. bezieht sich der Begriff Bild sowohl auf stille als auch auf bewegte Bilder.

Handlungen ausführen. Durch individuelle Profilgestaltung, Sharing, Posten sowie Kommentieren von Bildern besteht die Möglichkeit, sich unter anderem permanent innerhalb jugendkultureller Gemeinschaften zu verorten. Ansätze zur Kategorisierung der Bildproduktionen Jugendlicher wurden bereits von Marek und Richard et al. vorgenommen, die den Egoclip beziehungsweise das Egopic als gängigste Kategorie bezeichnen.

Im Hinblick auf die Identitätskonstruktion im Social Web werden in den Publikationen insbesondere die Praktiken zur Generierung von Aufmerksamkeit und Anerkennungen untersucht. Die Autoren nähern sich jedoch unter differenten Auffassungen von Identität diesem Thema. Die meisten stützen ihre Aussagen auf interaktionsbasierte Identitätsauffassungen. So kann mittels des erweiterten Beziehungsnetzes im Internet Aufmerksamkeit sowie Anerkennung generiert werden. Innerhalb von Jugendkulturen ist das szenespezifische Wissen und Können dabei immer noch von großer Bedeutung. Auch das Herstellen von Aufmerksamkeit durch Auffälligkeit kann nur im Rahmen der jeweiligen jugendkulturellen Normen stattfinden.

Allerdings bietet das Social Web veränderte Strukturen, um die identitätsrelevanten Aspekte auszudrücken. Das Posten, Verlinken, Kommentieren, die Gestaltung des eigenen Profils, das Bewerten von Bildern, Abonnieren von Kanälen und Personen sowie Gefällt-mir-Angaben gehören zu den wichtigsten Mitteln, um sowohl Anerkennung auszudrücken als auch symbolische Tauschakte durchzuführen. Nur teilweise werden dabei Grenzen des Social Webs angesprochen, wie zum Beispiel die bereits vorstrukturierten Möglichkeiten der Profilgestaltung, die wenig Raum für individuelle Ausdrücke von Anerkennung lassen. Die Erkenntnisse stammen oft aus empirisch und theoretisch fundierten Studien der AutorInnen.

Auch für spezifisch musikalische jugendkulturelle Praktiken bleibt die grundlegende Ansicht bestehen, dass die Jugendlichen „aktive Identitäts- und Medienkonstrukteure“³¹⁰ seien. Allerdings taucht der konkrete Bezug zu den musikalischen Praktiken bisher selten in der Forschung auf. Das Verständnis von Musik als audiovisuelles Medium ist dabei grundlegend. So können die Jugendlichen auch eigene musikalische Produktionen im Internet veröffentlichen und darüber mit Szenemitgliedern in Verbindung treten. In der Literatur lassen sich Forschungsansätze zu dadurch entstandenen neuen Musikstilen, wie Mash-Up oder Shred, finden. Diese müssen jedoch noch erweitert werden.

³¹⁰ Eulenbach 2013, S. 286.

Obwohl insgesamt in den verwendeten Publikationen bereits viele Dimensionen angesprochen wurden, bleiben einige Perspektiven in dieser Arbeit unberücksichtigt. Zum Beispiel die Bedingungen, unter denen jugendkulturelles Handeln stattfindet, wie der Einfluss der Geschlechtlichkeit.³¹¹ Des Weiteren wurden die individuellen Voraussetzungen hinsichtlich des sozialen Milieus und Bildungshintergrund sowie deren Einfluss auf die Zugänglichkeit zu jugendkulturellem Handeln nicht thematisiert. Dies beinhaltet auch die Fragen, zwischen welchen Individuen die Sozialräume gebildet werden.³¹²

So sind im Rahmen zukünftiger Untersuchungen noch etliche weitere Aspekte zu berücksichtigen, um jugendkulturelle Praktiken im Social Web theoretisch sowie empirisch weiter erschließen zu können.

³¹¹ In diesem Zusammenhang haben Schrader und Pfaff in ihrem Beitrag *Jugendkulturen und Geschlecht – Forschungslücken und –perspektiven* im *Handbuch Jugend-Musik-Sozialisation* bereits einige Ansätze untersucht.

³¹² Es wurden bereits einige Beiträge zu diesem Thema publiziert, zum Beispiel Kutschers und Ottos Beitrag *Digitale Ungleichheit – Implikationen für die Betrachtung digitaler Jugendkulturen* oder der Zusammenhang zwischen Musiksozialisation und Musikpräferenz im Kontext von Migration von Bottá im *Handbuch Jugend-Musik-Sozialisation*.

8 Literaturverzeichnis

Baumann, Michael; Berek, Mathias; Jünger, Nadine; Kuttner, Claudia; Meyer, Kerstin; Rakebrand, Thomas et al. (2012): Klangraum Internet. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung konvergenter Hörmedien und hörmedialer Online-Angebote durch Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren. Hg. v. Bernd Schorb. Leipzig. Online verfügbar unter <https://www.digitalechancen.de/content/downloads/index.cfm/secid.137/secid2.0/key.996/lang.1>, zuletzt geprüft am 03.08.2017.

Bibliographisches Institut (2015): Duden. Deutsches Universalwörterbuch ; das umfassende Bedeutungswörterbuch der deutschen Gegenwartssprache. 8. Aufl. Berlin: Duden.

Brüggen, Niels; Gebel, Christa; Gerlicher, Peter; Schemmerling, Mareike; Wagner, Ulrike (2013): Zentrale Ergebnisse der ersten drei Teilstudien. In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 32–60.

Brüggen, Niels; Gerlicher, Peter (2013): Die aktuelle Teilstudie "Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln in Sozialen Netzwerkdiensten". In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 61–100.

Brüggen, Niels; Schemmerling, Mareike (2013): Identitätsarbeit und sozialraumbezogenes Medienhandeln im Sozialen Netzwerkdienst *facebook*. In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 141–210.

Brüggen, Niels; Wagner, Ulrike (2013): Schlussfolgerungen für Pädagogik und Jugendmedienschutz. In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 221–250.

Cwielong, Iona Andrea (2014): Digitale Jugendkulturen - ein Raum der Anerkennung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 195–208.

Eisemann, Christoph (2015): C Walk auf YouTube. Sozialraumkonstruktion, Aneignung und Entwicklung in einer digitalen Jugendkultur. Zugl.: Ludwigsburg, Päd. Hochschule, Diss., 2013. Wiesbaden: Springer VS.

Eulenbach, Marcel (2013): Stars, Musikstars, Castingstars: Zum Verhältnis von medialen Starszenierungen und Identitäts- und Entwicklungsprozessen im Jugendalter. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Parentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 249–292.

Feierabend, Sabine; Plankenhorn, Theresa; Rathgeb, Thomas (2016): JIM 2016 - Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Hg. v. Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest. Stuttgart. Online verfügbar unter http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf, zuletzt geprüft am 11.07.2017.

Ferchhoff, Wilfried (2013): Musikalische Jugendkulturen in den letzten 65 Jahren: 1945-2010. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 19–126.

Ferchhoff, Wilfried; Hugger, Kai-Uwe (2010): Zur Genese und zum Bedeutungswandel von Gleichaltrigengruppen. Lokale, de-lokalisierende und virtuelle Tendenzen. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 89–102.

Friedemann, Sebastian; Hoffmann, Dagmar (2013): Musik im Kontext der Bearbeitung von Entwicklungsaufgaben des Jugendalters. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 371–394.

Friedrichs, Henrike; Sander, Uwe (2010): Die Verschränkung von Jugendkulturen und digitalen Medienwelten. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 23–36.

Gross, Friederike von (2010): Visual Kei - jugendliche Musikfans im Internet. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 151–168.

Gross, Friederike von (2014): Jugendmusikszene im Internet – Visual Kei als Prototyp der internetgenerierten Jugendszene. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 209–230.

Gross, Friederike von; Walden, Thomas (2013): Jugendlicher Bildungshintergrund und Musikpräferenz. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 343–370.

Grunert, Cathleen; Deinert, Aline (2010): Zwischen Spielplatz, Youtube und Westfalenstadion - Jugendlich in Räumen physisch-realer und virtueller Öffentlichkeit. In: Birgit Richard und Heinz-Hermann Krüger (Hg.): inter-cool 3.0. Jugend, Bild, Medien; ein Kompendium zur aktuellen Jugendkulturforschung. Paderborn: Fink, S. 187–208.

Hepp, Andreas (2004): Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Heyer, Robert; Wachs, Sebastian; Palentien, Christian (2013a): Jugend, Musik und Sozialisation - Eine Einführung in die Thematik. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 3–18.

Heyer, Robert; Wachs, Sebastian; Palentien, Christian (2013b): Jugend, Musik und Sozialisation: Forschungsdesiderata und Ausblick. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 465–480.

Hugger, Kai-Uwe (2010): Digitale Jugendkulturen: Einleitung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 7–22.

Hugger, Kai-Uwe (2014): Digitale Jugendkulturen. Von der Homogenisierungsperspektive zur Anerkennung des Partikularen. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 11–30.

- Jörissen, Benjamin; Marotzki, Winfried (2010): Medienbildung in der digitalen Jugendkultur. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Krotz, Friedrich; Schulz, Iren (2014): Jugendkulturen im Zeitalter der Mediatisierung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 31–44.
- Kutscher, Nadia; Otto, Hans-Uwe (2010): Digitale Ungleichheit – Implikationen für die Betrachtung digitaler Jugendkulturen. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 73–88.
- Lenz, Friedemann (2013): Soziologische Perspektiven auf musikalische Sozialisation. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 157–186.
- Löw, Martina; Steets, Silke; Stoetzer, Sergej (2008): Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. 2., aktualisierte Aufl. Opladen, Farmington Hills: Verlag Barbara Budrich (UTB Soziologie, 8348).
- Marek, Roman (2014): Understanding YouTube. Über die Faszination eines Mediums. Bielefeld: transcript Verlag (Kultur- und Medientheorie).
- Pfeiffer, Wolfgang (2013): Jugend - Musik - Sozialisation: Perspektive der Musikdidaktik. In: Robert Heyer, Sebastian Wachs und Christian Palentien (Hg.): Handbuch Jugend - Musik - Sozialisation. Wiesbaden: Springer VS, S. 187–218.
- Reißmann, Wolfgang (2014): Bildhandeln und Bildkommunikation in Social Network Sites. Reflexionen zum Wandel jugendkultureller Vergemeinschaftung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 89–104.
- Richard, Birgit (2010): Das jugendliche Bild-Ego bei YouTube und flickr. True(Black Metal) und Real als Figuren mimetischer Selbstdarstellung. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 55–72.
- Richard, Birgit (2014): Vom Hipster zum Black Metal: True vs. Fake auf YouTube und flickr. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 45–68.
- Richard, Birgit; Grünwald, Jan; Metz, Nina; Recht, Marcus (2010): Flickernde Jugend. Rauschende Bilder; Netzkulturen im Web 2.0. 1. Aufl. Frankfurt/M: Campus Verlag.
- Röll, Franz Josef (2010): Social Network Sites. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 209–224.
- Röll, Franz Josef (2014): Social Network Sites. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 2., erw. und aktual. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 265–282.
- Schuegraf, Martina (2010): Medienkonvergente Interaktionen – Jugendliche im medialen Netz. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 225–236.
- Schulze, Gerhard (2005): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M: Campus Verlag (Campus Bibliothek).
- Vogelsang, Waldemar; Minas, Heiderose (2010): Digitale Medien-Jugendkulturen-Identität. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss., S. 37–54.

Wagner, Ulrike (Hg.) (2013): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Bayerische Landeszentrale für Neue Medien. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101).

Wagner, Ulrike (2013): Das Medienhandeln von Jugendlichen in Sozialen Netzwerkdiensten. In: Ulrike Wagner (Hg.): Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web; 5. Konvergenzstudie. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (BLM-Schriftenreihe, 101), S. 13–31.

Internetquellen:

ARD-ZDF-Onlinestudie: www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=569 (letzter Zugriff am 07.08.17).

Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest: www.mpfs.de (letzter Zugriff am 07.08.17).