

## Selfies – Digitale Selbstinszenierungen und Identitätsentwicklung Jugendlicher

Selfies haben nach wie vor Konjunktur und sind aus der Alltagskommunikation insbesondere junger Menschen nicht mehr wegzudenken. Bewusst oder unbewusst bieten Selfies die Möglichkeit, sich mit der eigenen Identität auseinander zu setzen. In einem Studienprojekt an der KU Eichstätt-Ingolstadt wurde dazu im Rahmen des Schwerpunktes Jugend- und Schulpastoral geforscht. Schüler:innen wurden gebeten, jeweils vier thematische Selfies mit den Hashtags #roots, #outfit, #hobby und #dreams anzufertigen und die Hashtags individuell zu füllen. Eine Auswertung erfolgte einerseits durch eine Bildanalyse und andererseits mit einer begleitenden Gruppendiskussion der Schüler:innen. Folgende Erkenntnisse konnten gewonnen werden:

### Selbstbewusst aber nicht selbstverliebt

Der Blick auf die Wurzeln der Jugendlichen zeigt, dass Freund:innen und die Familie eine wichtige Basis für die Jugendlichen sind. Beispielsweise finden sich Schlagworte wie #family #friends, #sister. Eine territoriale Zuordnung wird durch Selfies vor Häusern, Kunstwerken oder Ortschaften als wichtig erachtet. Bezüglich der Kleidungsstile zeichnen sich verschiedene Trends ab. Eine Hälfte der Jugendlichen bildet sich in ihrer Alltagskleidung ab (#adidaspulliundleggings, #bequem, #hoodie), ein anderer Teil präsentiert sich in funktionaler Kleidung. Dabei sind spezielle Identitätsfacetten wie sportliche Begeisterung oder Traditionsbewusstsein erkennbar. Bei den abgebildeten Hobbys dominieren die Freizeitaktivitäten der Jugendlichen und liegen meist im sportlichen oder musikalischen Bereich. Die Abbildungen zu den Zukunftsperspektiven waren erwartungsgemäß sehr individuell: Einige sind kurzfristig (#dreamingofasunnyday), andere greifbar (#ownhorse, #newyork). Visionäre Wünsche wie #happiness stehen konkreten Zielen wie #führerschein gegenüber. Bei #myownband und #profitrompeter wird der Wunsch nach eigenem Erfolg deutlich. Insgesamt zeigen die Selfies, dass die am Projekt beteiligten Jugendlichen sehr selbstbewusst mit diesem Medium umgehen. Selfies gehören für sie zur Alltagskommunikation, für die meisten der Jugendlichen war es keine besondere Herausforderung, identitätsspezifische Selfies anzufertigen und diese auch in der Öffentlichkeit zu präsentieren.

### Souverän und noch offen für Entwicklungen

Beim Betrachten der Selfies fällt ins Auge, dass die Jugendlichen bereit sind, sich existentiellen Fragen zu stellen: Wer bin ich? Wo komme ich her? Was zeichnet mich aus? Wo will ich hin? Wie zeige ich mich? Was zeige ich von mir? Wie werde ich von anderen wahrgenommen? Die Jugendlichen dokumentieren mit den eingereichten Selfies, dass sie das Spiel zwischen Herzeigen und Verbergen beherrschen. Ganz bewusst wurden bei manchen Selfies identitätsspezifische Merkmale wie das Gesicht beispielsweise durch einen Mirror-Shot oder schlechter Ausleuchtung ausgespart. Die teilnehmenden Schüler:innen stellen damit ein Gespür für die eigene Persönlichkeit und die eigene Identität unter Beweis. Die eigene Identität wird bewusst ausschnitthaft präsentiert.

### Kontextbezogene Kommunikation

Es stellte sich heraus, dass die Jugendlichen bei der Verwendung von Selfies sehr konkret unterscheiden. Selfies, die lediglich einen Status über WhatsApp, Instagram-Story oder Snapchat mitteilen, haben eine kurze Präsenz und werden weniger sorgfältig aufgenommen als beispielsweise die Projekt-Selfies: „da veröffentlicht man schnell, was man gerade macht, aber nicht so was Besonderes“. Die Jugendlichen sind sich also der Vergänglichkeit der Bilderflut bewusst. Theoretisch wissen die meisten, dass Screenshots von diesen Bildern angefertigt werden könnten, allerdings sind es diese i.d.R. meist der Mühe nicht wert. Die Jugendlichen denken darüber nach, welche Bilder und Veröffentlichungen bei anderen gut ankommen und differenzieren bei der Veröffentlichung. Somit findet je ein Aushandlungsprozess mit dem sozialen Umfeld statt, wodurch sich Teilidentitäten bilden.

### Kontaktpflege und Spaß

Die entscheidenden Vorteile der Bildkommunikation sind der Spaßfaktor und die einfache Kontaktpflege über alle Grenzen hinweg: „Man steht halt dann bei Snapchat auch miteinander in Kontakt, zum Beispiel mein Bruder, dem sein Austauschpartner, der war in Amerika“. Selfie-Kommunikation wird als „nicht so aufwendig“ beschrieben. Die Möglichkeiten medialer Bildkommunikation helfen, Sprachbarrieren zu überwinden und internationale Kontakte und Freundschaften aufrechtzuerhalten oder andere Kulturen zu erschließen. Fast alle teilnehmenden Jugendlichen haben mit Freund:innen oder Familienmitglieder über

die Selfies gesprochen. Diese Anschlusskommunikation trägt zur Identitätsarbeit bei. Das Kommentieren von Selfies oder anderen veröffentlichten Medieninhalten ist für die Jugendlichen gängige Praxis, allerdings werden – nach den Aussagen der Jugendlichen – nur Selfies von Freund:innen kommentiert: „Einfach weil man denen zeigen will, dass man sie mag oder so. Aber jetzt nicht irgendwie bei fremden Leuten oder die man halt fast gar nicht kennt...“.

#### Medienpädagogik als Motor und Mehrwert

Das Besondere bei dem Projekt war, dass sich die Jugendlichen intensiv mit ihrer Außenwirkung und Möglichkeiten der Darstellung beschäftigt haben: „Also im normalen Leben macht man ja Selfies einfach nur ohne irgendeinen Grund, man möchte einfach nur einen Moment festhalten und bei dem Projekt hat man so Hashtags vorgesetzt bekommen und dann hat man sich halt genau überlegt, was kann ich jetzt mit diesen Hashtags zeigen, was mir bei dem Hashtag einfällt.“ Im Alltag setzen sich die Jugendlichen beim Anfertigen von Selfies nicht so intensiv mit den Inhalten auseinander.

Medienpädagogische Projekte wie diese stellen im schulischen Alltag eine Bereicherung dar, da sich Jugendliche aktiv mit Facetten ihrer Identität beschäftigen. Solche Selfies sind kostbare Momentaufnahmen. Die Jugendlichen stellen durch die Reflexion des Projektes eine Entwicklung in ihrer Identitätsbildung fest: „Ja früher war es halt so, dass man Grimassen geschnitten hat oder so dastand [zeigt das Peace- bzw. Victory-Zeichen] und jetzt halt nicht mehr so.“ Die angefertigten Selfies helfen ihnen, ihre Persönlichkeit zu präsentieren, zu zeigen, wer sie sind und was ihnen im Leben wichtig ist. Durch die öffentliche Präsentation dieser Bilder in Form einer (realen) Ausstellung wird sehr genau überlegt, welche Informationen von sich preisgegeben werden, die Teile ihrer Persönlichkeit aufzeigen. Auch wenn die Kommunikationsformen über Instagram, Snapchat usw. von den Lehrkräften nicht aktiv praktiziert werden muss, dient deren Kenntnis zur Verständnisgrundlage für die jugendliche Lebenswelt. Es empfiehlt sich für alle, die mit Jugendlichen arbeiten, sich Medien vorurteilsfrei von Jugendlichen zeigen zu lassen und in den Austausch darüber zu kommen.

#### Weiterführende Literatur und Hinweise

Birkel, S. (2023). Ich und mein Selfie. Leisten Selfies einen Beitrag zur Identitätsentwicklung Jugendlicher? In K. Steimer, C. Paganini & A. Filipovic (Hrsg.), Das Selbst im Blick. Interdisziplinäre Perspektiven zur Selfie-Forschung, (Kommunikations- und Medienethik 19), (S. 155-179). Baden-Baden: Nomos.

Birkel, S. (2020). Selfie – (n)ever changing story. Medienpädagogische Begleitung der Identitätsentwicklung Jugendlicher durch digitale Selbstinszenierungen. ÖRF, 28(1), 124–141. Abgerufen von <http://oerf-journal.eu/index.php/oerf/article/view/150/190> DOI: 10.25364/10.28:2020.1.7

Unterrichtsmaterial zum Projekt unter [https://www.rpz-heilsbronn.de/Dateien/Arbeitsbereiche/GPM/GELBE/2020/Brocken/B1\\_Kuerzinger\\_Selfie.pdf](https://www.rpz-heilsbronn.de/Dateien/Arbeitsbereiche/GPM/GELBE/2020/Brocken/B1_Kuerzinger_Selfie.pdf)

Projekt-Hompepage *Ich und mein Selfie – (n)ever changing story.* <https://ich-und-mein-selfie.jimdo.com/> [9.8.2024].

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (2018), Filmdokumentation Generation Selfie. Kooperationsprojekt von Religionspädagogik und Gabrieli-Gymnasium. [https://www.youtube.com/watch?v=n5V-hN\\_eAxq](https://www.youtube.com/watch?v=n5V-hN_eAxq) [9.8.2024].