

Identitätsbildung in digitalen Welten

Ein Forschungsbericht

Die AutorInnen

Prof. Dr. Hans Mendl, Lehrstuhl für Religionspädagogik und Didaktik des Religionsunterrichts am Department für Katholische Theologie an der Universität Passau.

Prof. Dr. Hans Mendl
Lehrstuhl für Religionspädagogik und Didaktik des Religionsunterrichts
Universität Passau
Michaeligasse 13
D-94032 Passau
hans.mendl@t-online.de



Dr. Rudolf Sitzberger, Akademischer Oberrat am Lehrstuhl für Religionspädagogik und Didaktik des Religionsunterrichts am Department für Katholische Theologie an der Universität Passau.

Dr. Rudolf Sitzberger
Lehrstuhl für Religionspädagogik und Didaktik des Religionsunterrichts
Department für Katholische Theologie Universität Passau
Michaeligasse 13
D-94032 Passau
rudolf.sitzberger@uni-passau.de



Alexandra Lamberty, Mitarbeiterin am Projekt Skill.de, Teilprojekt Ibdigital (gefördert durch das BMBF) am Lehrstuhl für Religionspädagogik und Didaktik des Religionsunterrichts am Department für Katholische Theologie an der Universität Passau.

Alexandra Lamberty
Universität Passau
Lehrstuhl für Religionspädagogik und Didaktik des Religionsunterrichts
Michaeligasse 13
D-94032 Passau
alexandra.list@uni-passau.de



Identitätsbildung in digitalen Welten

Ein Forschungsbericht

Abstract

Identitätsbildung heute erweist sich als ein fluider und patchworkartig konturierter Prozess, bei dem es um das Ausbalancieren von personalen und sozialen Momenten geht. Sie erfolgt in Auseinandersetzung mit den Lebensentwürfen und -äußerungen anderer Biografien. Im Forschungsprojekt „Identitätsbildung in digitalen Welten“ (Ibidigital) soll untersucht werden, welche Bedeutung personale Präsentationen in digitalen Welten für den Prozess der Identitätsbildung von Kindern und Jugendlichen haben. Neben der Ermittlung relevanter Influencer, Youtuber, Blogger geht es um die Entwicklung mediendidaktischer Bausteine für den Religionsunterricht und um eine hochschuldidaktische Befähigung von Studierenden zum Umgang mit Formen einer Identitätsbildung in digitalen Welten.

Schlagworte

Identität – Influencer – Medienpädagogik – Vorbild – YouTuber

Identity formation in digital worlds

A research report

Abstract

Creating an own identity at present is a fluid and patchwork-like process, which has to equilibrate personal and social moments. This occurs in the process of dealing with different life plans and life manifestations of others. In the research project “Constructing an identity in digital worlds” (Ibidigital), the importance of personal representations in digital worlds and their impact on children’s and young people’s identity creation processes will be investigated.

Besides the ascertainment of relevant influencers, youtubers and bloggers, it’s about the development of media didactic modules for religious education in school and the enabling of university students to deal with different and proper ways of creating an identity in digital worlds.

Keywords

identity – influencer – multimedia education – role model – youtuber

1. Identitätsbildung heute

Der Begriff der Identität zählt zu einem der Schlüsselbegriffe der Religionspädagogik, mit dem auf das wichtige Feld der Subjektkonstruktion verwiesen wird.¹ „Das bewusste Gefühl, eine persönliche Identität zu besitzen, beruht auf zwei gleichzeitigen Beobachtungen: der unmittelbaren Wahrnehmung der eigenen Gleichheit und Kontinuität in der Zeit, und der damit verbundenen Wahrnehmung, dass auch andere diese Gleichheit und Kontinuität erkennen.“² Drei Merkmale kennzeichnen also das Empfinden einer Identität: 1. Kohärenz – die Stimmigkeit fürs Subjekt selber, 2. Kontinuität: die Gültigkeit über die Zeit hinweg und 3. Authentizität: die Erkennbarkeit auch für andere. Diese klassische Beschreibung, die auf Erik Erikson zurückgeht, ist nach wie vor stimmig, auch wenn sich die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen massiv verändert haben: Im Unterschied zu Erikson, der davon ausging, dass die Identitätsbildung im Jugendalter weitgehend abgeschlossen sei, nimmt man heute unter einer deutlicher sozialpsychologisch geprägten Perspektive an, dass Identitätsbildung ein lebenslanger Prozess sei, der sich angesichts der modernen Pluralität und Beschleunigung als äußerst dynamisch, fragil und wandelbar erweist. Identitätsbildung in der Postmoderne erweist sich als ein fluider und patchworkartig konturierter sowie narrativ entfalteter Prozess, reicht weit über das Jugendalter hinaus und vollzieht sich in der Balance zwischen personalen und sozialen Momenten in zunehmendem Maße in digitalen Welten.³

2. Biografisches Lernen durch ein Lernen an fremden Biografien

2.1 Personale Selbstvergewisserungen im sozialen Raum: die Bedeutung von Vorbildern

Wie lassen sich Prozesse einer Identitätsbildung heute beschreiben? Menschen vergewissern sich ihrer fragilen Identität, indem sie Erlebnisse ihres Lebens nacherzählend erleben (narrative Identität) und so den Raum zwischen Wirklichkeit und Möglichkeit füllen können, aber auch, indem sie nach Orientierungsmustern Ausschau halten. Denn der Mythos der Moderne, der Mensch könnte sich aus sich selbst heraus emanzipatorisch entfalten, hat sich längst verflüchtigt:

1 Vgl. PIRKER, Viera: Identität, in: PORZELT, Burkard / SCHIMMEL, Alexander (Hg.): Strukturbegriffe der Religionspädagogik, Bad Heilbrunn: Klinkhardt 2015, 38–43, 39.

2 ERIKSON, Erik: Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze, Frankfurt: Suhrkamp 1974, 18.

3 Vgl. PIRKER, Viera: Fluide und fragil. Identität als Grundoption zeitsensibler Pastoralpsychologie, Ostfildern: Matthias-Grünwald-Verlag 2013; ALTMAYER, Stefan: Identität, religiöse, in: WiReLex [erstellt 2016, <https://www.bibelwissenschaft.de/stichwort/100197/> abgerufen am 23.12.2019].

Orientierungsmarken außerhalb der eigenen Persönlichkeit dienen dem Einzelnen als Spiegel zur Selbstvergewisserung und zum Erproben des Lebens im Weltzusammenhang; sie verleihen dem Einzelnen in einer schnelllebigen und unsicheren Zeit Sicherheit. Identitätsbildungsprozesse sind dementsprechend dynamisch, vorläufig und immer wieder einer Bewährungsprobe ausgesetzt.

Religiöse Bildungsarbeit hat die Aufgabe, die Konstruktion balancierender Identitäten zu unterstützen. Das kann gelingen, wenn immer wieder biografische Reflexionen und Narrationen gepflegt werden, aber auch, indem Fremdbiografien bewusst eingespielt werden bzw. über bereits in den entsprechenden Jugendkulturen vorhandene personale Spiegel nachgedacht wird. Ein Lernen an fremden Biografien dient also immer auch dem biografischen Lernen.⁴

Dass Kinder und Jugendliche heute Vorbilder haben, an denen sie sich orientieren und die den Prozess der eigenen Identitätsbildung unterstützen, erscheint als unumstritten.⁵ Diskutiert wird, aus welchem Personenkreis sich solche Orientierungsmarker rekrutieren: Sind es die nahen Personen im Umfeld der Familie oder handelt es sich eher um die medialen Personen und Figuren? Die Antwort hängt entscheidend von der Fragestellung und von der Befragungsmethodik ab. Dass auf die Frage „Gibt es eine Person / Gruppe, für die du besonderes schwärmst?“⁶ die klassischen Promis aus den Medien genannt werden, verwundert ebenso wenig wie die Tatsache, dass auf die Frage nach den eigenen Karrierevorbildern aus einer geschlossenen (!) Liste von 20 Namen Steve Jobs und Mark Zuckerberg dominieren.⁷ „Hast du ein Vorbild, dem du ungefähr gleichen möchtest“, lautete die Fragestellung bei der Shell-Studie 2000.⁸ Wird nach Lebensorientierung und Wertschätzung gefragt, stehen eindeutig die Personen des Nahbereichs, Eltern, Großeltern und Geschwister, im Vordergrund.⁹ Das verwundert nicht, sind doch Eltern und Familie die wichtigste Ressource, über die Jugendliche heute verfügen.¹⁰

4 Vgl. MENDL, Hans: Taschenlexikon Religionsdidaktik. Das Wichtigste für Studium und Beruf, München: Kösel 2019, (= Stw. Biografisches Lernen), 34–35.

5 Siehe dazu ausführlich: MENDL, Hans: Modelle – Vorbilder – Leitfiguren. Lernen an außergewöhnlichen Biografien, Stuttgart: Kohlhammer 2015, 17–49.

6 MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST (mpfs) (Hg.): KIM-Studie 2018. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Stuttgart: 2018, 21.

7 Vgl. <https://transferwise.com/de/blog/karriere-vorbilder-junger-deutscher> [abgerufen am 6.12.2019]

8 DEUTSCHE SHELL (Hg.): Jugend 2000, Bd. 1-2, Opladen: Leske + Budrich 2000, 459; in späteren Shell-Studien wurde die Vorbild-Frage nicht mehr gestellt.

9 Vgl. MENDL 2015 [Anm. 5], 38-41).

10 Vgl. DEUTSCHE SHELL (Hg.): Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort, Weinheim u. Basel: Beltz 2019, 38. 133–138.

2.2 Forschungsfrage: die Bedeutung personaler Orientierungen in digitalen Welten

Die Geschichte eines Lernens an fremden Biografien verdeutlicht, wie sehr das Personentableau changiert. Selbst wenn aktuell kein Zweifel besteht, dass die Orientierungskraft der Personen aus dem Nahbereich als besonders wirksam eingeschätzt werden kann und didaktisch der Wert eines Lernens an den sogenannten *Helden des Alltags* oder *Local heroes*¹¹ herausgestellt wird, so erscheint es als erforderlich, die Frage nach personalen Orientierungen in digitalen Welten zu stellen.

Auf welche Personen greifen die Generationen der *Digital Natives* (Personen, die mit digitalen Medien aufgewachsen sind und diese intuitiv bedienen) zu, um Lebensorientierung zu erhalten? Wie wirken diese? Wo erscheint eine (religions-)pädagogische Begleitung als sinnvoll?

Bereits innerhalb der Logik einer Orientierung in medialen Welten erscheint eine Skepsis gegenüber konventionellen Nutzungsmodalitäten als sinnvoll, denn Verschiebungen ergeben sich schon von den präferierten medialen Formaten aus. Ein klassischer Fernsehkonsum, gesteuert über eine Programmzeitschrift, ist längst out; für Jugendliche heute sind neben dem nach wie vor bedeutsamen Kino vor allem Streaming-Portale und digitale Kanäle wie Youtube die zentralen medialen Nutzungsorte. Damit kommen aber auch neue Personengruppen in den Blick: Blogger, Influencer und Youtuber, die sich auf diesen Plattformen präsentieren und die User an ihrem Leben Anteil geben. Von der ForscherInnenperspektive aus ist dies tatsächlich eine *terra incognita*, die es zu erforschen gilt, denn diese Welt ist Menschen jenseits der 30er-Lebensjahre eher fremd. Gleichzeitig erscheint es als herausfordernd auszuloten, inwiefern solche Formen eines informellen, beiläufigen, nicht-intentionalen Lernens mit formellen ergänzt werden können. Konkret: Können auf den genannten digitalen Portalen auch Personen eingespielt werden, die für eine bestimmte Ideologie und Lebensausrichtung, beispielsweise für eine christliche Grundorientierung, stehen? Es gibt bereits solche christliche Influencer, die teilweise auch von kirchlichen Einrichtungen entwickelt und unterstützt werden. Welche Bedeutung haben diese? Oder sind sie nur peinlich?

Neben der empirischen Ebene, also einer Spurensuche nach solchen medialen Orientierungspunkten, stellt sich auch die Frage nach den entsprechenden didak-

¹¹ Vgl. MENDL 2015 [Anm. 5]; MENDL, Hans: Helden auf Augenhöhe. Didaktische Anregungen zur Ausstellung und zur Datenbank „Local Heroes“, 3., stark erweiterte und überarbeitete Auflage, Winzer: Duschl 2017; MENDL, Hans: Helden wohnen nebenan. Lernen an fremden Biografien, Ostfildern: Matthias-Grünwald-Verlag 2020.

tischen Formaten, mit denen die Thematik in einen religionsdidaktischen Horizont eingebracht werden kann: Inwiefern kann es ergiebig sein, das Feld der Wirksamkeit von Influencern insgesamt zum Gegenstand einer medienethischen und religionspädagogischen Reflexion zu machen? Wo ergeben sich thematische Andockstellen, an denen Youtuber und Influencer, die häufig auch eine spezifische Botschaft verkünden und für einen besonderen Lebensstil stehen, didaktisch eingespielt werden? Dabei stellen die digitalen Medienwelten seit dem Web 2.0 ja keine kommunikativen Einbahnstraßen dar; schon längst sind Jugendliche selber AkteurInnen, die sich digital selbst inszenieren.¹² Und schließlich: Welche medienpädagogischen Kompetenzen benötigen die künftigen Lehrenden, um die aufgeworfenen Perspektiven angemessen didaktisch bewältigen zu können?

Das sind die Fragestellungen unseres Forschungsprojekts *Identitätsbildung in digitalen Welten*, die in die entsprechenden Projektbausteine einmünden. Bevor diese genauer erläutert werden, erscheint eine gründlichere Auseinandersetzung mit der angedeuteten Bedeutung von digitalen Welten für Kinder und Jugendliche erforderlich.

3. Die Bedeutung digitaler Welten

3.1 Jugendperspektive: Digitale Welt als Realwelt

„Man trennt es halt nicht. Es gehört halt mit zum Leben.“¹³ Diese Aussage eines Jugendlichen zeigt auf, dass digitale Welten für Kinder und Jugendliche allgegenwärtig sind, denn das Online-Sein wird als normaler Zustand wahrgenommen. Es wird nicht mehr klar zwischen Zeiten online oder offline unterschieden.¹⁴ Dies mag daran liegen, dass insbesondere die beliebten Online-Aktivitäten oft eher nebenher stattfinden und es kaum mehr ein Bewusstsein dafür gibt, dass alle diese Handlungen online stattfinden, wie zum Beispiel Musik hören oder Videos ansehen. Auch in der häufig zu gering eingeschätzten eigenen Nutzungsdauer von Internetaktivitäten spiegelt sich dies wider, welche in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen ist. Durchschnittlich verbringen die 12- bis 25-Jährigen 3,7 Stunden täglich im Internet, bevorzugt am Smartphone. Am aktivsten sind die relativ unkritischen, doch kreativen und vielseitigen *Uploader* (über vier Stunden täglich online), die vor allem aus unteren sozialen Schichten, aus größeren Städten und aus der Gruppe der Jugendlichen mit Migrations-

12 Vgl. GOJNY, Tanja / KÜRZINGER, Kathrin S. / SCHWARZ, Susanne: Selfie – I like ist. Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung, Stuttgart: Kohlhammer 2016; Katechetische Blätter 143 (2018) 3: Digital Natives.

13 DEUTSCHE SHELL 2019 [Anm. 10], 280.

14 Vgl. CALMBACH, Marc u.a. (Hg.): Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland (SINUS-Milieustudie), Wiesbaden: Springer 2016, 184.

hintergrund stammen, aber auch die durchaus kritischeren *Intensiv-Allrounder* (ebenfalls über vier Stunden täglich online), zu welchen insbesondere ältere Jugendliche, junge Männer sowie Jugendliche mit höherem Bildungsniveau bzw. aus oberen sozialen Schichten gehören und die überdurchschnittlich oft und breit gefächert im Internet aktiv sind, zum Beispiel durch die regelmäßige Informationssuche zu Politik oder Schulthemen. Die jüngste Altersgruppe mit den 12- bis 14-Jährigen ist besonders bei den eher unkritischen *Unterhaltungs-Konsumenten* (vier Stunden täglich online) stark vertreten und ist überdurchschnittlich aktiv bei sozialen Medien und Unterhaltungsangeboten, dabei gehören das Streamen von Videos und das Gamen ebenso zu den bevorzugten Tätigkeiten wie das regelmäßige Folgen von Inhalten von Celebrities oder Prominenten. Die Aktivitäten der Frauen und Jugendlichen der oberen sozialen Herkunftsschichten, den recht kritischen *Funktionsnutzern* (knapp drei Stunden täglich online) sind unterdurchschnittlich ausgeprägt und auf die Nutzung von Messengerdiensten sowie die Informationssuche für Schule, Ausbildung oder Beruf beschränkt. Die *Zurückhaltenden* (nur 2,7 Stunden täglich online), zu denen überwiegend die jüngsten männlichen und ältere Jugendliche zählen, sind beispielsweise bei sozialen Netzwerken – oft auch noch aufgrund der Kontrolle durch die Eltern oder wegen ihrer sehr kritischen Sicht – nur selten aktiv und versuchen sogar, sich davon fernzuhalten.¹⁵

Wenn auch zahlreiche Handlungen und Erfahrungen heute online stattfinden, so werden doch „die Heranwachsenden [...] noch immer stärker von den klassischen Sozialisationsinstanzen wie Familie, Freunde und Schule geprägt“¹⁶. Die Kommunikation mit den Menschen aus dem eigenen Umfeld erfolgt weiterhin mehrheitlich persönlich, sie wird aber oft zur Überbrückung von räumlichen oder zeitlichen Distanzen auf soziale Medien verschoben. Dies trifft besonders auf die Heranwachsenden aus der oberen sozialen Herkunftsschicht zu, in der mittleren und unteren Schicht nimmt hingegen die Zahl der Freundschaften zu, die ausschließlich über soziale Netzwerke bestehen. Wer diese Kommunikationsplattformen intensiv nutzt, gilt zudem als zufriedener mit den freundschaftlichen Beziehungen. Bei anderen bevorzugten Internetaktivitäten wie Gamen oder Streamen kann sich dies aber gegenläufig entwickeln, da diese Beschäftigungen eher alleine ausgeführt werden.¹⁷

15 Vgl. DEUTSCHE SHELL 2019 [Anm. 10], 224–225; 233–235.

16 HIPELI, Eveline / SÜSS, Daniel: Werther, Soap Stars und Ego-Shooter-Helden: Das Einflusspotenzial medialer Vorbilder, in: SCHWEIGER, Wolfgang (Hg.): Handbuch Medienwirkungsforschung, Wiesbaden: Springer 2013, 201.

17 Vgl. DEUTSCHE SHELL 2019 [Anm. 10], 157–158; 221–223.

Neben der Nutzung von sozialen Netzwerken über WhatsApp, Instagram oder Snapchat sowie von Unterhaltungsangeboten mit Apps wie Youtube, Netflix und Spotify ist auch die Informationssuche über Politik und Gesellschaft sowie die Internetnutzung für Schule, Ausbildung oder Beruf bedeutsam; diese hängt aber von der sozialen Herkunft bzw. vom (angestrebten) Bildungsniveau, vom Wohnort oder vom Alter ab. Zudem gilt die intensive, kreative und vielseitige Nutzung des Internets, zum Beispiel für die Selbstinszenierung, als gängiges Phänomen. Am beliebtesten ist es, eigene Fotos zu posten, gefolgt von selbst erstellten Videos und eigener Musik. Auch wenn die Mehrheit der Jugendlichen solchen Inhalten von für sie interessanten Personen oder auch Celebrities bzw. Prominenten lediglich folgt,¹⁸ sind viele Heranwachsende auch durch den „Wunsch nach permanenter Selbstdarstellung, Resonanz, Anerkennung“¹⁹ selber aktiv. Daher gibt es in diesem Bereich der Internetaktivitäten einerseits ein beachtliches Spektrum an Identitätsrepräsentationen, die als Leitplanken und Orientierungspunkte in einer immer undurchschaubareren (digitalisierten) Welt dienen können. Andererseits hat man die Möglichkeit, sich beständig individuelles Feedback von der Online-Community geben zu lassen und seine persönliche Ausrichtung gegebenenfalls neu zu definieren, obwohl dies auch zu negativen Erfahrungen wie Hate Speech oder Cybermobbing führen kann. Eine wichtige Rolle spielt dabei das Selfie, welches sich als Zuspitzung der Frage nach der eigenen Identität verstehen lässt.²⁰

Die digitale Welt ist für die sogenannten *Digital Natives* die Normalwelt. Sie erschaffen in Online-Profilen und durch eine oft noch recht unreflektierte Nutzungsweise bei der Partizipation an sozialen Netzwerken, mit der die Kinder und Jugendlichen teils unbewusst viele persönliche Informationen preisgeben, einen „digitalen Zwilling ihrer realen Person“²¹. In der Regel ist eine Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit der entsprechenden Apps die Zustimmung zum Sammeln und Speichern der eigenen User-Daten, sodass diese zu einer Art Währung für die gerade im Jugendalter fast als zwingend notwendig erachtete Teilhabe am sozialen, digitalen Leben werden. Daher ist es wenig verwunderlich, dass Smartphones oder andere mobile Endgeräte für die Heranwachsenden sogar als digi-

18 Vgl. MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST (mpfs) (Hg.): JIM-Studie 2018. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2018, 35. Vgl. auch DEUTSCHE SHELL 2019 [Anm. 10], 226–232.

19 GELS, David / NUXOLL, Florian: Eine Reise zu den `Digital Natives`. Wegweiser für Lehrende und Eltern, Braunschweig: Diesterweg Westermann 2017, 21.

20 Vgl. GOJNY, Tanja: Mir gegenüber – vor aller Augen. Selfies als Zugang zu anthropologischen und ethischen Fragenstellungen, in: GOJNY 2016 [Anm. 12], 25.

21 GELS / NUXOLL 2017 [Anm. 19], 13.

tal erweiterndes Körperteil wahrgenommen werden,²² ohne welche das Leben zumindest eingeschränkt oder gar sinnlos wäre.²³

3.2 *Terra incognita*: die Bedeutung von Influencern

Wenn aufgrund der Erfahrungen von Kindern und Jugendlichen in den digitalen Welten der Berufswunsch *Influencer* geäußert wird, sorgt dies bei den meisten *Digital Immigrants* (Personen, die nicht mit digitalen Medien aufgewachsen sind und den Umgang damit erst erlernen müssen) zunächst einmal für Aufregung, denn die Welt der Influencer ist für Erwachsene meist ein unbekanntes Online-Territorium.

Als Influencer werden gemäß der englischen Wortherkunft Personen bezeichnet, die Einfluss auf andere haben bzw. jemanden beeinflussen. Im Bereich von Social Media spricht man dabei von Persönlichkeiten, die durch ihre an Likes und Follower gemessene Beliebtheit, Reichweite bzw. Autorität sowie durch ihr Wissen zu einem bestimmten Thema, welches sie über die Kanäle sozialer Medien in Form von Fotos, Videos und Stories teilen, dazu befähigt sind, Einstellungen und Meinungen sowie Verhaltensweisen ihrer AnhängerInnen zu beeinflussen.²⁴

Neben den bereits aus verschiedenen Öffentlichkeitsbereichen wie Film, Sport oder Musik bekannten Prominenten und Stars hat sozusagen jeder, der über ein Smartphone und einen Internetzugang verfügt, die Chance, als kreative/r MeinungsmacherIn in sozialen Netzwerken zu Ruhm und Ansehen zu gelangen. Dieser Umstand verstärkt einerseits die Faszination der Heranwachsenden an diesem Phänomen, andererseits aber auch die Wahrnehmung einer *terra incognita*: Das Personal unterliegt – bis auf einige Ausnahmen wie Kanäle von BibisBeautyPalace, DagiBee oder Julien Bam²⁵ – einem durchaus schnellen Wandel und kann zudem in viele verschiedene inhaltliche Teilbereiche wie Fitness, Gaming, Religion oder Beauty mit nur für das spezielle Publikum bekannten InfluencerInnen aufgegliedert, aber auch hinsichtlich ihres Einflusspotenzials durch Reichweite, Interaktion und Glaubwürdigkeit über folgende Quantifizierung anhand von FollowerInnen kategorisiert werden: *Mega-InfluencerInnen* (über eine Million AnhängerInnen), *Macro-InfluencerInnen* (über 100 000 FollowerInnen), *Mid-Level-InfluencerInnen* (25 001 bis 100 000 AnhängerInnen), *Micro-InfluencerInnen*

22 Vgl. EBD., 12.

23 Vgl. CALMBACH 2016 [Anm. 14], 185.

24 Vgl. SEEGER, Christof / KOST, Julia F.: *Influencer Marketing. Grundlagen, Strategie und Management*, München: utb 2019, 29. Vgl. auch PIRNER, Manfred L. / HÄUSSLER, Nastja: *Influencer als Vorbilder? Eine Bestandsaufnahme und Impulse für den Religionsunterricht*, in: *Loccumer Pelikan. Religionspädagogisches Magazin für Schule und Gemeinde des Religionspädagogischen Instituts Loccum* 3 (2019) 9–13, 11.

25 Vgl. MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST 2018 [Anm. 6], 45.

(10 001 bis 25 000 FollowerInnen) sowie *Nano-InfluencerInnen* (50 bis 10 000 FollowerInnen).²⁶

Wie bereits anhand der Ausführungen zu den qualitativen und quantitativen Potenzialen deutlich wird, weisen alle InfluencerInnen, die erfolgreich auf den Social-Media-Kanälen unterwegs sind, einige Gemeinsamkeiten auf: Ihre digitalen Identitätsrepräsentationen werden als profilierte Selbstdarstellungen des realen Lebens wahrgenommen, in denen man sich persönlich wiederfinden und einfühlen kann. Dazu trägt ebenso die Möglichkeit einer unmittelbaren Reaktion auf einen neuen Content der InfluencerInnen durch Likes oder Kommentare bei, die sich durch eine reziproke Verbindung zwischen den scheinbar auf gleicher Augenhöhe befindlichen UserInnen auszeichnet. Um Aufmerksamkeit bei den NutzerInnen von sozialen Netzwerken zu wecken, ist ein ansprechendes und sympathisches Auftreten ebenso hilfreich wie die persönliche Relevanz durch die Konzentration auf ein spezielles Interessengebiet als ExpertIn sowie durch das Engagement für konkrete Ansichten, Werte und Normen (z.B. im Bereich Umweltschutz, Politik oder Religion).²⁷ Um dieses öffentliche Ansehen auf sich zu ziehen, gibt es vielfältige Möglichkeiten zur Darstellung der eigenen Persönlichkeit. Dafür werden persönliche, emotionale und spannende bis konflikthafte (Lebens-) Geschichten ausgedacht, digital als Foto oder Video produziert, erzählt und in sozialen Medien – zum Beispiel in der eigenen Story – veröffentlicht.²⁸ Im Vordergrund stehen dabei individuelle Äußerlichkeiten, die beispielsweise bei Selfies durch Filter und Einstellungen zunehmend optimiert und inszeniert werden. Die oftmals ritualisierte Erstellung dieses Formats weist auch fragmentarisierte Darstellungen des Körpers auf und kann damit zu einer Objektivierung des eigenen Subjekts führen.²⁹ Hintergründig werden jedoch „die gesellschaftlichen Rollen und Zugehörigkeiten, [...] die tiefergründige Perspektive des Selbstverhältnisses [...], die Selbstwahrnehmung und die in sozialen Interaktionen gespiegelte Fremdwahrnehmung“³⁰ präsentiert und nach außen getragen.

Das Spektrum an derartigen, digitalen Identitätsrepräsentationen, welche wie selbstverständlich überall und jederzeit verfügbare sowie kontaktierbare Vorbildoptionen darstellen, sehen ältere Jugendliche in der Regel kritischer als jün-

²⁶ Vgl. Influencer Marketing – Der Einfluss von Meinungsmachern, in: <https://www.marketinginstitut.biz/blog/influencer-marketing/> [abgerufen am 14.01.2020].

²⁷ Vgl. PIRNER / HÄUSSLER 2019 [ANM. 24], 12.

²⁸ Vgl. KLEINE WIESKAMP, Pia (Hg.): *Storytelling: Digital - multimedial - social. Formen und Praxis für PR, Marketing, TV, Game und Social Media*, München: Hanser 2016, 147.

²⁹ Vgl. HUITZING, Klaas: Selfie, Belfie, Footsie und Nudie. Das Wörterbuch der Selbstentblößung, in: *GoJNY* 2016 [Anm. 12], 62–69.

³⁰ PIRNER, Viera: Repräsentanz und Konstruktion von ‚Wahrheit‘ auf Social Media. Impulse für eine identitätsbegleitende Religionspädagogik, in: *Religionspädagogische Beiträge* 81 (2019) 35.

gere.³¹ Daher gilt gerade die Altersgruppe zwischen 12 und 14 Jahren als besonders interessant für die Werbebranche, da InfluencerInnen, die oft im selben Alter wie die Zielgruppe sind, einen großen Einfluss haben können. Daneben kann die in sozialen Netzwerken übliche optimierte Selbstdarstellungsweise ebenso Druck auf die Heranwachsenden aufbauen, wenn der ständige Vergleich des eigenen Erscheinungsbildes mit anderen dazu führt, dass man „sein Aussehen aufgrund eines Influencers, dem man nacheifert oder damit das eigene Selfie besser aussieht, ändern zu wollen [...], um auch so erfolgreich zu werden [...], weil diese hofiert und gehypt werden und Millionen verdienen“³². Aufgrund der beschriebenen, vielfältigen Faktoren, welche die für Kinder und Jugendliche alltäglichen Handlungsspielräume beeinflussen, drängt sich ein genauere Blick in diese *terra incognita* der Influencer auf, um Konsequenzen und mögliche Aufgabenbereiche für die Religionspädagogik aufzuzeigen.

4. Projekt: Identitätsbildung in digitalen Welten

4.1 Das Gesamtprojekt *Skill.de* und das Teilprojekt *Ibidigital*

Das Projekt *Identitätsbildung in digitalen Welten* ist Teil des größeren, interfakultären Forschungsprojekts Strategien des Kompetenzerwerbs: Innovative Lehrformate in der Lehrerbildung, *digitally enhanced* (SKILL.de) der Universität Passau zur Lehr- und Strukturentwicklung im Rahmen der Bund-Länder-Initiative Qualitätsoffensive Lehrerbildung. Das Vorhaben wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung bis 2023 mit Mitteln in Höhe von knapp vier Millionen Euro gefördert.³³ Zentraler Aspekt ist eine Verklammerung de-fragmentierender und de-segmentierender Maßnahmen im Kontext des *digital turn* im Bildungsbereich. Das Projekt zielt darauf ab, Fachvermittlung und Digitalisierungsaspekte beim Kompetenzerwerb von Lehramtsstudierenden systematisch zu kombinieren. Deswegen haben sich Fachwissenschaften, Fachdidaktiken und Bildungswissenschaften fächerübergreifend in diesem Projekt zusammengefunden und bilden innerhalb des Vorhabens in eigenen Forschungsgruppen Verbünde. Es wird eine engere Verbindung der einzelnen Phasen der LehrerInnenbildung von Studium, Referendariat und Berufsleben angestrebt. Leitend für die Forschungsvorhaben sind zudem die Veränderungen, die sich durch den *digital turn* im Bildungsbereich ergeben.

³¹ Vgl. DEUTSCHE SHELL 2019 [Anm. 10], 295.

³² 'Man muss auf einem Po kein Sektglas abstellen können', in: Passauer Neue Presse 8 (11.01.2020), Beilage Schönes Wochenende, o. S. (S.2).

³³ Nähere Angaben zum Gesamtprojekt finden sich unter <https://www.skill.uni-passau.de>.



Abb.1

Quelle: Foto der Universität Passau unter CC BY 4.0 Lizenz
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Für das Teilprojekt *Identitätsbildung in digitalen Welten* wurden bereits strukturelle und inhaltliche Vorarbeiten im Rahmen der Antragsstellung geleistet. Aus den Erfahrungen, die mit dem schon länger am Lehrstuhl für Religionspädagogik und Didaktik des Religionsunterrichts in Passau laufenden Projekt *Local heroes*³⁴ gemacht wurden, konnte ein Konzept für das Projekt *Ibidigital* erstellt werden. Es baut sich aus verschiedenen Elementen auf: In einem ersten Teilsegment werden Spiegelbilder in digitalen Welten erforscht. Dazu gehören personale Präsentationsmodi in digitalen Welten, sowohl in klassischen Formaten wie Wikipedia und Lernplattformen als auch in Blogs, sozialen Netzwerken, auf Youtube etc. Außerdem werden entsprechende adaptive didaktische Materialien für unterschiedliche Zielgruppen im Religionsunterricht unter Einbezug anderer Fächer sowie einer interreligiösen und historischen Perspektive entwickelt. Zu diesem Teilbereich liefen bereits die ersten Feldstudien und Vorarbeiten (siehe dazu 4.3.1).

Im weiteren Verlauf werden sukzessive in einem zweiten Segment medial gestützte Formen des biografischen Lernens durch ein Lernen an fremden Biografien im didaktischen Labor (DiLab)³⁵ und in Veranstaltungen der zweiten und dritten Phase der Lehrerbildung entworfen, erprobt, evaluiert und verbessert.

Der dritte Schritt wird die Entwicklung einer Portfolio-Plattform für ein berufsbio-
grafisches Lernen sein: Das zentrale Thema eines berufspersonellen Lernens soll durch eine entsprechende Portfolio-Plattform, die inhaltlich mit Segment 1 verknüpft ist, so konkretisiert werden, dass sie ein kontinuierliches Bearbeiten über das gesamte Studium hinweg (und ggf. auch ausgeweitet auf das Referendariat) ermöglicht. Eine fachspezifische Form der De-Segmentierung ergibt

³⁴ <https://www.uni-passau.de/local-heroes>.

³⁵ <https://www.dilab.uni-passau.de>.

sich hier durch die Kooperation mit dem Mentorat für Lehramtsstudierende mit dem Fach Katholische Religion und mit dem Schulreferat der Diözese Passau; dabei können entsprechende weiterführende digital ausgestaltete Unterrichtsszenarien für die LehrerInnenbildung in der zweiten und dritten Phase entwickelt werden, um eine berufspraxisorientierte Reflexivität zu fördern.

Schließlich steht am Ende des Projekts die Entwicklung eines neuen Lehrformats, das eine Teilveranstaltung des bisherigen Basismoduls Religionspädagogik ersetzen soll. Gemäß der Anlage des Projekts erfolgt die Entfaltung der Fragestellung auf verschiedenen miteinander verschränkten Ebenen: Konzepte der Identitätsbildung heute, konkretisiert auf die Chancen und Grenzen digitaler Präsentationen hin unter Einbezug der besonderen Aspekte einer religiösen Identitätsbildung, verbunden mit der Thematik einer Entfaltung einer beruflichen Professionalität durch reflexive Prozesse des biografischen Lernens. Hier sollen die bei den zuvor skizzierten Segmenten entwickelten konkreten Maßnahmen so implementiert werden, dass ein hochschuldidaktisch innovatives Modell eines inhaltlich und personell ausgerichteten Lernformats entwickelt werden kann.

4.2 Der multiperspektivisch vernetzte Ansatz des Projekts

Ein wesentlicher Grundgedanke des fakultätsübergreifenden Projekts der Universität Passau liegt in der De-Segmentierung und De-Fragmentierung der derzeitigen LehrerInnenbildung. Diesem wird im Teilprojekt *Identitätsbildung in digitalen Welten* im Hinblick auf die Frage nach der Identitätskonfiguration, die mittlerweile an unterschiedlichsten Orten – real und virtuell – erfolgt und zunehmend zu einer fluiden Identität führt³⁶, nachgegangen. Ein eindimensionales Zugehen auf die Thematik erscheint deshalb wenig sinnvoll. Daher sollen die skizzierten Projekte und Maßnahmen die subjektorientierte Frage nach der Identitätskonfiguration multiperspektivisch vernetzt umsetzen: so werden medienreflexiv die alltagskulturellen, personalen Präsentationsmodalitäten kritisch untersucht. Wie stellen sich Kinder und Jugendliche in den neuen Medien (z.B. soziale Netzwerke, Blogs etc.) selbst dar? Welchen Einfluss nehmen die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten des eigenen Ichs auf die Selbstwahrnehmung? Religionspädagogisch werden Zusammenhänge auf die Konzeptionen eines Umgangs mit Fremdbiografien untersucht und fächerübergreifend mit anderen personalen Ansätzen verglichen und vernetzt. So ist danach zu fragen, welche Bedeutung personale Ansätze im Kontext der Identitätsbildung in der Geschichts-, Deutsch-, Kunst- und Musikdidaktik haben und wie dieses Potenzial für identitätsbildende

36 Siehe oben, Punkt 1.

Prozesse unterrichtlich genutzt werden kann. Im Bereich der Selbstvergewisserung und Selbstbeschreibung kommt der Dekodierung der Sprach- und Symbolwelten eine tragende Rolle zu, weil sie eine Schlüsselrolle bei der Identitätsbildung einnehmen.

Davon ausgehend sollen schließlich unterrichtsrelevante Modelle einer Identitätsbildung in medialen Räumen erarbeitet werden. Diese Modelle sind nicht auf die erste Phase der LehrerInnenbildung beschränkt, sondern können Eingang in die zweite und dritte Phase finden.

Studierende als forschende Lernende sind dabei gleichzeitig als junge Erwachsene, die sich in einem Entwicklungsprozess befinden, von der Frage nach der persönlichen und berufspersonellen Identitätsentwicklung betroffen und sollen diese durch multiperspektivische und fächerübergreifende Interventionen eines biografischen Lernens auch berufspersonell interpretieren. Mediale Welten können hier einen Mehrwert erbringen: ein Erforschen der weltweit spezifischen Ausprägungen einer Berufsprofessionalität (rezeptiver Ansatz), eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Frage nach dem eigenen professionellen Habitus³⁷ beispielsweise in digitalen Formen eines Portfolio (reflexiver Ansatz) und eine Begleitung durch Personen aus den folgenden Phasen der LehrerInnenbildung (dialogischer Ansatz) sollen auf einer digitalen Plattform miteinander verstrickt werden. Das Projekt erhält eine nachhaltige Implementierung durch die Ausgestaltung eines neuen verpflichtenden Lehrformats.

4.3 Die Projektbausteine

4.3.1 Eine Spurensuche: Spiegelbilder in digitalen Welten – eine Pilotstudie

Eine erste Pilotstudie (informelle Umfrage in verschiedenen Schulklassen) ergab, dass Grundschul Kinder meist bis zu einer Stunde täglich, viele aber auch bis zu zwei Stunden täglich online sind. Hingegen befinden sich MittelschülerInnen oft drei bis fünf Stunden täglich in digitalen Welten. Dabei spielen in der Regel verschiedene Apps eine wichtige Rolle: Bei Grundschulkindern ist mit Abstand YouTube am beliebtesten, gefolgt von WhatsApp und TikTok. Die sozialen Netzwerke WhatsApp, Instagram und Snapchat gewinnen bei den SchülerInnen der Sekundarstufe an Bedeutung. Facebook und Twitter dagegen können als weitgehend irrelevant eingestuft werden. Während etwa die Hälfte der Grundschul Kinder noch angibt, dass die Nutzung der Apps für ihr Leben unwichtig sei, steigt die Bedeutung mit zunehmendem Alter an.

37 Vgl. MENDL 2019 [Anm. 4], 104–105.

Diese Erforschung einer – aus der ForscherInnenperspektive – fremden Welt kann auch mit den bisher vorhandenen Studien abgeglichen werden: Bei großen Studien werden die überwiegend bekannten Top Ten der InfluencerInnen abgefragt; das zu untersuchende Personal kann in verschiedene inhaltliche Sparten eingeteilt werden, z.B. *Beauty* mit Lisa Marie Schiffner oder Marvyn Macnificent, *Unterhaltung* bzw. *Lifestyle* mit Knossi oder Rebekha Wing, *Online-Spiele* mit StandartSkill oder iCrimax, *Musik* mit Samra oder Selina Mour und *Sport* mit FlyingUwe oder den Brotatos. Solche im Allgemeinen weniger bekannten Persönlichkeiten mit ihren individuellen Biografien, die aufgrund ihrer vergleichsweise geringen Anzahl an FollowerInnen oft als *Micro-InfluencerInnen* einzustufen sind und mit denen die RezipientInnen gefühlt reale Freundschaftsbeziehungen pflegen können,³⁸ gilt es nun hinsichtlich ihres Potenzials genauer zu untersuchen: Inwiefern können sie religionspädagogisch bedeutsam sein? Dafür braucht es allerdings auch medienreflexiv angelegte Konzeptionen zum Lernen an digital repräsentierten Identitätsfragmenten fremder Biografien. Da in Bezug auf die Affinität von Kindern und Jugendlichen zu Medien in der Regel eher pauschalisierend von einem tendenziell kritischen und reflexiven Umgang die Rede ist, sollten diese Konzepte zwar altersgerecht, interessen- und kompetenzorientiert gestaltet sein, doch drängt sich hier eine differenziertere Herangehensweise auf. Während ein Teil der Heranwachsenden, vor allem mit zunehmendem Alter, die InfluencerInnen und ihre Marketingstrategien doch durchschaut (z.B. sie teilen doch nur ihr Leben, machen Blödsinn, sehen bloß schön aus, geben an etc.), erfasst nicht jede/r das komplexe Konstrukt dieser digitalen MeinungsmacherInnen, insbesondere die jüngeren MediennutzerInnen und Heranwachsende auf dem unteren Bildungsniveau. So gelten SchülerInnenäußerungen zufolge InfluencerInnen durchaus als Vorbilder, weil ihnen Eigenschaften wie selbstbewusst, motivierend, ehrlich oder erfolgreich zugeschrieben werden, sie wichtige Themen ansprechen und man etwas von ihnen lernen könne, sie einen coolen Lifestyle und viel Geld hätten. Auch wenn es diverse Beweggründe für eine Zu- oder Abneigung gegenüber InfluencerInnen gibt, so bleibt dennoch in den meisten Fällen die Aufmerksamkeit für sie bestehen. Dieser Umstand sollte für die Auskonturierung von medienethischen und religionspädagogischen Zielkompetenzen fruchtbar gemacht werden.

4.3.2 Eine hochschuldidaktische Verankerung: digitale Kompetenz von Studierenden

Das Projekt Skill.de widmet sich als Anschlussvorhaben zum Projekt Skill der Verbesserung der LehrerInnenbildung vor allem im Bereich der digitalisierungs-

38 Vgl. Wie der Rat einer guten Freundin, in: Frankfurter Allgemeine Woche 3 (2020), 36–37.

bezogenen Kompetenzen. Diese sind als grundlegende Fähig- und Fertigkeiten notwendig, um Studierende zu befähigen beim *digital turn* im Bildungsbereich als aktiv Gestaltende teilzunehmen.

Studierende aller Fächergruppen müssen für ihren späteren Berufsalltag Basisqualifikationen im Bereich einer näher zu spezifizierenden *digital literacy* erlangen können. Fachliche und digitalisierungsbezogene Kompetenzen müssen Hand in Hand erworben und ineinander verschränkt werden. Dazu ist es notwendig, sowohl strukturelle als auch inhaltliche Veränderungen innerhalb der LehrerInnenbildung anzugehen. Im strukturellen Bereich betrifft dies die schon angesprochene *digital literacy* ebenso wie die Schaffung von Kooperationsstrukturen zur Weiterentwicklung interdisziplinärer Lehre, die auf digitaler Ebene umgesetzt werden sollen. Eine phasenübergreifende Zusammenarbeit aller an der LehrerInnenbildung beteiligten Institutionen könnte der De-Segmentierung entgegenwirken. Auch hier bietet die Digitalisierung ein großes Potenzial.

Dies zeigt sich überall dort, wo unterrichtstaugliche Konzepte für digital unterstütztes Lehren und Lernen in Schule und Hochschule angewandt und von den Studierenden erworben werden können. Vor allem auf inhaltlicher Seite gilt es, inter- und transdisziplinäre Aspekte genügend zu beachten, um der De-Fragmentierung entgegen zu wirken.

5. Das Ziel: *religious digital literacy*

Das Projekt *Ibidigital* ist innerhalb des Gesamtvorhabens Skill.de verortet. Die unmittelbar damit verbundenen Ziele und Forschungsfelder wurden hinreichend erläutert. Darüber hinaus verweist das Arbeiten an und mit Biografien – sowohl der eigenen als auch fremden – auf einen Kompetenzerwerb, der über den engeren Rahmen der Identitätskonfiguration in digitalen Welten hinausgeht. Es leistet einen Beitrag zum Aufbau einer *religious digital literacy*.

Der Begriff der *literacy* ist im Kontext des Bildungsbereichs ursprünglich für grundlegende Schreib- und Lesekompetenzen verwendet worden und spielte bisher innerhalb der deutschsprachigen Bildungsdiskussion eine geringere Rolle als der Kompetenzbegriff. Dies beginnt sich insofern zu ändern, weil der Begriff nunmehr in unterschiedlichen Wissensdomänen angewandt wird. Innerhalb der Religionspädagogik lässt sich von einer *religious literacy* sprechen, die eine allgemeine, grundlegende religiöse Bildung meint, die allen Menschen zuteilwerden sollte, egal ob sie nun persönlich gläubig sind oder nicht. Zu dieser Grundbildung zählt die Fähigkeit, religiöse Sprach- und Symbolsysteme zunächst einmal wahr-

nehmen zu können. Diese müssen dann aber auch entschlüsselt und verstanden werden können. Ein weiteres Ziel besteht im Wissen um religiöse Werte und deren Begründung im religiösen Kontext. Religionskundliche Bildung trägt außerdem dazu bei, die Welt besser verstehen und sich überhaupt über religiös relevante Fragen und Anliegen miteinander verständigen zu können. Auf dieser Basis scheint ein respektvoller Umgang mit Menschen möglich, die sich zu einer bestimmten Religion bekennen und diese auch leben.³⁹

Was kennzeichnet nun demgegenüber eine religious *digital literacy*? Ausgehend von der Definition der religious literacy und der Tatsache, dass religiöses Leben nicht nur in der analogen Welt stattfindet, sondern sich auch im digitalen, virtuellen Raum abspielt, gelten die oben ausgeführten Aspekte ebenso für das digitale Handeln und die virtuellen Räume. Darüber hinaus schafft eine *religious digital literacy* die Voraussetzungen, die speziellen Mechanismen und Besonderheiten, die für religiöses Leben innerhalb des digitalen Raumes gelten, zu verstehen und sich innerhalb dessen eigenständig bewegen zu können. Lebens- und Erfahrungsräume der Zukunft werden die Trennlinie zwischen analoger und digitaler Welt zunehmend durchlässiger gestalten. Digitales Leben wird damit nicht nur zu einem Teilbereich der Realität, sondern sie wird Realität, auch im religiösen Leben.

39 Vgl. MENDL 2019 [Anm. 4], 243.