

Biografisches Erzählen in Social Media – zwischen Wahrheit und Inszenierung

Von Lisa Maria Sobioch

Lebensweltbezug

An einem gewöhnlichen Tag sind Jugendliche laut Selbsteinschätzung durchschnittlich 3,7 Stunden im Internet, wobei keine gravierenden Unterschiede bezüglich Alter, Geschlecht oder sozialem Hintergrund festzustellen sind. Für alle Jugendlichen scheint es Normalität zu sein, viel Zeit online zu verbringen. An erster Stelle der Nutzung steht für Jugendliche die Kommunikation – 96% der Jugendlichen nutzen mindestens einmal täglich soziale Medien wie Messengerdienste und soziale Netzwerke. 40% sind der Meinung, dass man auf sozialen Netzwerken aktiv sein muss, um mitzubekommen, was andere machen. Hinzu kommt, dass der Blick auf die Gesellschaft bevorzugt online stattfindet. Influencer*innen sind Vorbilder für Jugendliche aller Altersgruppen. Sie wählen entsprechend ihrer Interessen Menschen aus, folgen ihnen auf den sozialen Netzwerken und erleben dies als authentisch¹.

Betrachtet man diese ausgewählten Zahlen aus der Shell Jugendstudie 2019, wird deutlich, dass die Lebenswelt der Schüler*innen zu großen Teilen online stattfindet – insbesondere in Social Media. Um sich im Religionsunterricht auf die Lebenswelt der Schüler*innen zu beziehen, ist es also unverzichtbar, aktuelle Social Media in den Blick zu nehmen².

Biografisches Erzählen in Social Media

Nachweislich brauchen Kinder und Jugendliche personale Orientierungspunkte für ihre Entwicklung³. Vorbildern

wird die Funktion zugesprochen, Kindern und Jugendlichen die Denk- und Verhaltensweisen vorzuleben, welche möglichst als positives Beispiel dienen sollten. Diese Orientierungspunkte suchen Jugendliche in ihrer Lebenswelt, also auch in Social Media.

Influencer*innen eignen sich besonders als Vorbild, da sie über das soziale Netzwerk scheinbar authentisch ihr Leben erzählen. Heutzutage kann jeder Autor seiner eigenen Geschichte werden und diese publizieren⁴. Meist mehrfach täglich wird insbesondere über die Storyfunktion geteilt, was gerade getan, gegessen oder gedacht wird. Man bekommt das Gefühl, den Tag mit seinem Vorbild in Echtzeit mitzuerleben und wird dabei mehr oder weniger offensichtlich dazu eingeladen oder aufgefordert, den Vorbildern nachzueifern.

Hierbei haben die Influencer*innen eindeutige Zielgruppen durch eine thematische Spezialisierung und liefern für ihre Zielgruppe durchaus interessante Informationen und Tipps aus ihrem ‚Alltag‘ oder beziehen Stellung zu aktuellen Themen, die Jugendliche bewegen.

Doch was wie eine Selbsterzählung wirkt, ist nur bedingt wahr, denn diese Selbsterzählungen setzen sich vor allem aus der Konsumkultur zusammen⁵. Das neue Kleid wird präsentiert und direkt der Link für das Onlineshopping mitgeliefert; ein gesunder Proteindrink zum Frühstück wird mit einem Code verbunden, der 20% auf den nächsten Einkauf verheißt. Das biografische Erzählen bewegt sich ständig irgendwo zwischen Wahrheit und (konsumorientierter) Selbstinszenierung.



Phase 1 – Sehen

Die Jugendlichen bringen einen großen Erfahrungsschatz bezüglich Social Media mit in den Unterricht – dies kann und sollte genutzt werden. Es ist davon auszugehen, dass ein Großteil der Lernenden bei sozialen Netzwerken angemeldet ist und so auf benötigte Informationen zurückgreifen kann. Um sicherzustellen, dass alle Lernenden Zugriff haben, kann schon diese erste Phase in Gruppen organisiert werden.

Die Gruppen suchen sich jeweils, je nach Zeitansatz und Gruppenzahl, Influencer*innen aus und untersuchen deren Feed und Stories über einen bestimmten Zeitraum. Die Lernenden können dabei ihren Interessen (z.B. Fitness, Gesundheit, Einrichtung, Beauty etc.) nachgehen und gezielt Influencer*innen untersuchen, die sie ohnehin mögen und verfolgen. Bei der Beobachtung des Feeds geht es um ein reines Wahrnehmen und Protokollieren, es soll noch nicht bewertet werden. Zwar sehen die Lernenden täglich Instagram-Feeds, jedoch nicht mit einer solchen Bewusstheit.

Am Ende dieser Beobachtungsphase findet eine Präsentation vor dem Plenum statt, um die Ergebnisse zu teilen. Hier können erste Eindrücke und Vergleiche angebracht werden, die aufgrund der beschriebenen Entwicklung direkt in die Beurteilung überleiten.

Phase 2 – Urteilen

In der zweiten Phase beurteilen die Lernenden Wert und Gefahr der Selbsterzählungen von Influencer*innen. Die einzelnen Feeds sollen in dieser Phase von den Gruppen auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden. Hierbei ist es natürlich nicht möglich, den Wahrheitsgehalt jedes Bildes und Textes zu überprüfen. Es geht vielmehr darum zu prüfen, wie realistisch das Leben dieser Menschen dargestellt wird, welche Seiten des Lebens bewusst inszeniert und welche weggelassen werden. Inwiefern ist diese Inszenierung eine Lüge? Wie ist die Beeinflussung und die Nutzung von Werbung moralisch zu beurteilen? Werden Rezipienten durch die Beeinflussung eher motiviert oder unter Druck gesetzt? Inwiefern sind Influencer*innen gute Vorbilder?

Um die Beurteilung in den Gruppen zielführend zu organisieren, sollten gemeinsam Beurteilungskriterien festgelegt werden, um die Ergebnisse der verschiedenen Gruppen vergleichbar zu machen. Hierbei kann ein Fragebogen zum Ankreuzen entwickelt werden oder es können Impulsfragen festgelegt werden, auf welche hin die Gruppen ihre Influencer*innen bewerten.

Zum Abschluss dieser Phase sollte sowohl jede Gruppe als auch das gesamte Plenum ein Fazit ziehen, welches die Ergebnisse der Beurteilungsphase zusammenfasst. Hierbei ist zu beachten, dass weder die positiven noch die negativen Seiten zu stark überwiegen. Viele Influencer*innen versuchen authentisch von sich zu erzählen und sind sich ihrer Vorbildfunktion und der damit verbundenen Verantwortung bewusst, andererseits steht jedoch das wirtschaftliche Interesse und die Selbstinszenierung stark im Vordergrund.

Phase 3 – Handeln

Nach der Beurteilung der verschiedenen Beispiele stellt sich die Frage, wie sich jeder Einzelne hinsichtlich dieser Problematik verhalten kann. Für den Unterricht sollen hier zwei Möglichkeiten vorgestellt werden, die auch den Lernenden zur Auswahl gestellt werden könnten.

Die erste Möglichkeit ist, pro Gruppe einen Instagram-Feed zu planen (Bilder, Texte und Hashtags), der den ausgewählten Kriterien aus Phase 2 standhalten würde. Wird

beispielsweise in Phase 2 kritisiert, dass die schlechten Seiten des Lebens fehlen und so die Rezipienten das Gefühl haben, ihr Leben könne mit dem der Influencer*innen nie mithalten, dann wird ein Feed erstellt, der die guten und schlechten Seiten gleichermaßen beleuchtet. Der Feed sollte, insbesondere wenn es um Fotos geht, auf denen Lernende zu sehen sind, nicht wirklich bei Instagram veröffentlicht, sondern nur geplant werden (Plakatform oder als Präsentation). Möchte die Lerngruppe eine entsprechende Öffentlichkeit mit ihrem Projekt erzeugen, kann auch ein öffentliches Profil erstellt werden. Hier sollte die Lehrkraft jedoch beratend und kontrollierend zur Seite stehen.

Eine zweite und weniger zeitaufwändige Möglichkeit ist das Verfassen eines Leserbriefes. Hier können die Lernenden in kurzer Form ihre Meinung darlegen und zu Veränderungen auffordern.

Die Phase des Handelns geht außerdem über den Unterricht hinaus. Die Beurteilung des Mediums und des Umgangs damit kann Auswirkungen auf Rezeption und Nutzung der Lernenden haben. Sie sind sensibilisiert für Gefahren, kennen aber auch Wert und Stärken und können diese gezielt nutzen.

Anmerkungen

- 1 Vgl. Zusammenfassung der Shell Jugendstudie 2019, 29–33; URL: https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie/_jcr_content/par/toptasks.stream/1570708341213/4a002dff58a7a9540cb9e83ee0a37a0ed8a0fd55/shell-youth-study-summary-2019-de.pdf (Abruf: 30.03.20).
- 2 Hierbei ist zu beachten, dass die meisten Social Media (WhatsApp, Facebook, Instagram) erst ab 13 Jahren erlaubt sind. Auch wenn die Medien in der Praxis meist schon früher genutzt werden, ist eine praktische Thematisierung im Unterricht erst möglich, wenn alle Lernenden mindestens 13 Jahre alt sind.
- 3 Vgl. *Hans Mendl*, Lernen an (außer-)gewöhnlichen Biografien. Religionspädagogische Anregungen zur Unterrichtspraxis, Donauwörth 2005, 9.
- 4 Vgl. *Ramón Reichert*, »Biografiearbeit« und »Selbstonnarration« in den Sozialen Medien des Web 2.0, in: Alexandra Strohmeier (Hg.), Kultur – Wissen – Narration. Perspektiven transdisziplinärer Erzählforschung für die Kulturwissenschaften, Bielefeld 2013, 511–536.
- 5 Vgl. *Angela Tillmann*, Doing Identity: Selberzählung und Selbstinszenierung in virtuellen Räumen, in: dies. – Ralf Vollbrecht (Hg.), Abenteuer Cyberspace – Jugendliche in virtuellen Welten, Frankfurt a.M. – New York 2006, 33–50.



Lisa Maria Sobioch unterrichtet an der IGS Kastellaun die Fächer Katholische Religion und Deutsch.

RU-heute online
www.bistummainz.de/ru-heute



Unsere Zeitschrift ist auch auf der Homepage des Bistums Mainz vertreten:
www.bistummainz.de/ru-heute

Eine Download-Datei ermöglicht es Ihnen, das gesamte Heft oder Einzelartikel herunter zu laden. Sie können uns Ihre Meinungen, Wünsche und Anregungen per E-Mail zukommen lassen:
RU.heute@bistum-mainz.de

Ihr Redaktionsteam