

Theaterpädagogische Akademie der Theaterwerkstatt Heidelberg

Berufsbegleitende Ausbildung Theaterpädagogik BuT®

Facebook und Raumlauf

Social Media in der theaterpädagogischen
Arbeit mit Jugendlichen

Abschlussarbeit im Rahmen der Ausbildung zur Theaterpädagogin BuT ®

Vorgelegt von Christina Löblein, BF-10-1

Eingereicht am 13.08.2014 an Wolfgang Schmidt

} theaterwerkstatt heidelberg

Inhaltsverzeichnis

1 . Einleitung	3
2. Was sind Medien	4
2.1. Generelle Medientheorien	5
2.2. Geschichte der Medien vor Social Media	7
2.2.1. Bildmedien	7
2.2.2. Sprach- und Schriftmedien	8
2.2.3. Digitale Medien	9
2.3. Social Media	10
3. Auswirkungen von Social Media auf Jugendliche	12
3.1. Daten und Fakten über die Social Media Nutzung von Jugendlichen	12
3.2. Erweiterter Lebensraum	14
3.3. „always on“	14
3.4. Wissenszugang und Bildung	16
3.5. Offenheit und Öffentlichkeit	18
3.6. Herausbildung von Identität	19
4. Social Media und Theater	20
4.1. Auswirkungen von Social Media auf das Theater	21
4.2. Social Media in der theaterpädagogischen Praxis mit Jugendlichen	25
4.2.1. Vorbereitung und Organisation	25
4.2.2. Social Media in der Probenphase eines Projektes	26
4.2.3. Einsatz von Social Media auf der Bühne	28
4.2.4. Bedürfnisse von Social Media geprägten Jugendlichen	30
4.2.4.1. Sinnliche Wahrnehmung	30
4.2.4.2. Privat und Öffentlich	31
4.2.5. Medienpädagogik und Theaterpädagogik	32
5. Fazit	33
6. Literaturverzeichnis	35
6.1. Selbstständige Literatur	35
6.2. Unselbstständige Literatur	36
6.2.1. Sammelband	36
6.2.2. Zeitschrift	37
6.2.3. Zeitung	37
6.2.4. Internet	37
7. Anhang	38
7.1. Fünf verschiedene Typen der Social Media Anwendung	38
7.2. Umfrage zum Projekt Nähe 5.1.	39

1. Einleitung

Was haben Facebook und Raumlaf gemeinsam? Auf den ersten Blick nichts. Ganz im Gegenteil scheint es. Als sei Facebook eine Ersatzwirklichkeit, in welche sich die Jugendlichen flüchten, förmlich mit dem Smartphone zusammenwachsen. Dabei vergessen sie die Welt und verpassen all das Sinnliche und „echte“ Leben um sie herum. Der Raumlaf hingegen, hier beispielhaft aufgeführt als typische Übung theaterpädagogischer Praxis, wird u.a. eingesetzt, um die Wahrnehmung für den Raum, andere Menschen und sich selbst zu sensibilisieren. Den Körperausdruck zu entdecken und zu erweitern, wach, konzentriert und aufmerksam zu werden. Ebenso wird er eingesetzt um Interaktion zwischen den Teilnehmern in Gang zu setzen. Ein, auch in der Theaterpädagogik gern verwendetes, Zitat von Michel de Montaigne besagt „Wen Du führen willst, dem folge.“. Folgt man Jugendlichen und betrachtet die Art und Weise wie sie Social Media (soziale Medien) sehen und nutzen, erkennt man, dass Soziale Netzwerke wie Facebook für Sie keine Ersatzwirklichkeit, sondern erweiterter Lebensraum ist. Also ein Raum ist, in dem Sie sich bewegen, kommunizieren, interagieren, Selbstdarstellung und Identitätssuche betreiben. Die Nutzung von Social Media, ist also doch nicht so weit weg von Übungen wie z.B. Raumlaf bzw. theaterpädagogischer Praxis allgemein. Dass, das Theater sich mit Medien beschäftigt und diese einsetzt ist nicht neu, wie bei Brecht und Piscator zu erkennen ist. Doch die Social Media Technologie schafft neue Grundvoraussetzungen, sodass die Frage „inwiefern der Einsatz neuer Medien das Theater anders beeinflusst als noch vor einigen Jahren und inwiefern er Selbstverständnis, Funktion und Wirkungsästhetik des Theaters verändert“¹ brandaktuell ist. Da die Theaterpädagogik ebenso in der Gesellschaft wurzelt wie das Theater stellen sich auch hier ähnliche Fragen. Deshalb widmet sich diese Arbeit der Forschungsfrage: Welche Auswirkungen hat Social Media und welche Möglichkeiten bietet Social Media der Theaterpädagogik, insbesondere der theaterpädagogischen Arbeit mit Jugendlichen? Die Arbeit beginnt zunächst mit der Begriffsbestimmung und Geschichte von Medien, insbesondere von Social Media. Daraufhin wird auf die Auswirkungen von Social Media auf die Gesellschaft und verstärkt auf die Zielgruppe Jugendliche eingegangen. Darauf aufbauend werden die Möglichkeiten von Social Media im Bereich von Theater geschildert und schließlich die Auswirkungen und Chancen die sich durch Social Media innerhalb der Theaterpädagogik ergeben.

¹ Taube & Zeitler 2011, 59.

2. Was sind Medien

Fachmedien, Printmedien, Elektronische Medien, Massenmedien, Neue Medien, Metamedium, Hypermedia, Social Media usw. Das Wort Medium ist ein viel gebrauchter Begriff. Deswegen will dieses Kapitel zu Beginn der Arbeit einen Überblick über den Begriff Medien, auch in Bezug auf Theater und insbesondere über Social Media geben. Durch die wachsende Bedeutung und das durchdringen der Medien in fast alle gesellschaftlichen Lebensbereiche beschäftigen sich heute viele Wissenschaften mit diesem Thema. Jede dieser Wissenschaften entwickelt ihr spezifisches Verständnis von Medien; deswegen fällt eine Begriffsbestimmung nicht leicht. Es gibt weder eine allgemein verbindliche Definition oder Theorie der Medien. Dies haben Medien mit dem Theaterbegriff gemeinsam. Es existieren von beiden Begriffen viele verschiedene Definitionen, die „einzelne Aspekte der Phänomengruppen Theater beziehungsweise Medien.“² verdeutlichen. Diese einzelnen Aspekte wiederum „beleuchten wie Spots nur je einen Teil einer opaken Kugel [...]kein Spot vermag die Kugel ganz zu erfassen, deshalb muss es viele geben“³. Um den Medienbegriff dennoch greifbar zu machen, hilft ein Blick in verschiedene Definitionen und generelle Medientheorien. Es wird oft zwischen einem engen und weiten Medienbegriff unterschieden. Der Weite Medienbegriff sieht als Medium alles, was durch Sprache, Literatur, Musik, Malerei, Architektur, Theater und technische Medien vermittelt wird. Diese weiten Begriffe beispielsweise der von Werner Faulstich versuchen Medien „eine umfassende geschichtliche Dimension zu verleihen“⁴ Deswegen werden hier „Gegenstände der Literatur- und Kunstwissenschaften, darunter Theater, als Medien angesehen[...]“⁵. Dem Theaterschaffenden drängt sich die Frage auf, ob man das so sehen kann, dass Theater als Medium gesehen werden kann. Es gibt durchaus Theaterverständnisse, die nicht ausschließen, dass Theater als Medium gesehen werden kann. Vor allem Verständnisse, die einen starken Fokus auf den Aspekt der Kommunikation und Interaktion, zwischen Publikum und Darsteller innerhalb des Theaters haben. Der Theaterwissenschaftler Prof. Dr. Andreas Kotte meint hierzu: „[...]die Aussage, Theater ist ein Medium, trifft zu, erhellt aber seine Existenzweise und Erlebnisqualität unzureichend. Zumindest ein <<auch>> oder <<unter anderem>> müsste hinzugefügt werden.“⁶ Desweiteren führt er im Vergleich von Theater und Medien aus „Theater ist

² Kotte 2010, 54.

³ Ebd. S.54

⁴ Ebd. S. 48

⁵ Ebd. S. 48

⁶ Ebd. S. 41

nach wie vor nicht reproduzierbar, nicht speicherbar“⁷ und Theater könne nicht als Informationsvermittlung betrachtet werden. Denn „dann werden sinnliche Beziehungen zwischen Agierenden und Schauenden, auch Angst und Scham und Macht, mit Technologien und Apparaturen gleichgeschaltet[...]“⁸. Er kommt schließlich zu dem Fazit „die unterschiedlichen Existenz- und Funktionsweisen von Theater und Medien rechtfertigen die unterschiedlichen Bezeichnungen. Der Enge Medienbegriff hingegen sieht ausschließlich die Übertragung durch technische Verbreitungsmittel wie Rundfunk, Fernsehen, Zeitung, Film, Videotext und Internet als Medium. Geht man zur lateinischen Bedeutung des Wortes zurück, liest man Medium sei „der in der Mitte befindliche, der mittlere“ -, etymologisch sehr stark verwandt mit Mitte, steht im allgemein für Vermittlung, Mittler, Mittel.“⁹ Diese wörtliche Bedeutung ist die Grundlage für weitere Bedeutungen. Als Medien werden auch Kommunikationsmittel und Einrichtungen zur Kommunikation bezeichnet. Im spiritistischen Bereich wird ein Medium als Vermittlungsperson oder Versuchsperson gesehen. In der Physik bedeutet Medium, Träger von Vorgängen z.B. Luft als Träger von Schallwellen. Selbst in der Medienwissenschaft ist der Begriff nicht klar definiert. Thomas Mock zeigt vier Merkmale von Medien auf: Medien sind Mittel der Wahrnehmung, Mittel der Verständigung, Mittel der Verbreitung neben dieser Form von Medien, sind Medien aber zugleich auch die Verwendungsweise von bestimmten Kommunikationsmitteln z.B. Fernsehnachrichten.¹⁰

2.1. Generelle Medientheorien

Medientheorien sind Aussagen über Medien, welche versuchen deren Wesen und Wirkungsweise sowie ihre Funktion für die Gesellschaft und den Einzelnen zu erklären. Generelle Medientheorien erfassen mehrere Medien theoretisch. Sie ersetzen die Einzelmedienontologien, welche sich mit dem Wesen eines Mediums z.B. Film beschäftigen nicht, sondern ergänzen diese. Marshall McLuhan versteht Medien als körperliche sowie geistige Ausweitung des Menschen. Nach seiner Theorie sind Gliedmaßen, Kleidung und Straßen Medien, dies zeugt von einem sehr weiten Medienverständnis. Nicht der Inhalt sei wichtig, sondern die entstehende Wirkung auf den Einzelnen und die Gesellschaft. McLuhan sieht die Veränderung und Entwicklung von Medien als Ursache für soziale Veränderungen. Nach dieser Theorie schreibt er den Medien eine große Macht gegenüber den Menschen zu. Der Medienbegriff von McLuhan ist sehr weit gefasst, eine etwas engere Theorie für Medien beschreibt Sie als

⁷ Ebd. 64

⁸ Ebd. 64

⁹ Kracht 2003,195.

¹⁰ Vgl. Mock 2006, 191ff.

Vermittlungsinstanzen in Kommunikationsprozessen. Um von solch einem Prozess sprechen zu können benötigt es vier verschiedene Elemente: Sender, Botschaft, Kanal, Empfänger. Das Medium ist im Kommunikationsprozess der Kanal. Über das Medium wird eine Botschaft vom Sender zum Empfänger übertragen. Dieser Theorieansatz stammt von Claude E. Shannon und Warren Weaver und ist einer eher mathematischen Medientheorie zuzuordnen. Walter Benjamin setzt sich in seiner Medientheorie kritisch mit der massenhaften Reproduktion von Kunst auseinander. Nach dieser Theorie geht die Einzigartigkeit von Kunst verloren. Dem gegenüber sieht er jedoch den Aufbruch des elitären Anspruchs von Kunst und eine Rezeption durch breitere Massen, welche erst durch die Reproduzierbarkeit der Kunst möglich gemacht werden kann. Jean Baudrillard vertritt den Ansatz, dass die Medien eine Wirklichkeit geschaffen haben welche dem Mensch Realität aus zweiter Hand bietet und somit den Zugang zur wahren Welt versperrt. Schein statt Sein. Ohne Kommunikation auf Seiten des Empfängers und Senders stellt Baudrillard fest ist eine kritische Verwendung der Medien nicht möglich.¹¹ Diesen Wunsch nach Interaktivität hegte schon Bertolt Brecht im Jahre 1932 in seiner Radiotheorie:

Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung setzen¹²

Hans Magnus Enzensberger griff Brechts Gedanken in seinem Aufsatz „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ auf, und fordert einen emanzipatorischen Umgang anstatt einen passiven, repressiven Umgang mit Medien. Statt eines zentral gesteuerten Programms ein dezentralisiertes Programm. Statt einem Sender und vielen Empfängern soll jeder Empfänger ein potentieller Sender sein.

In ihrer heutigen Gestalt dienen Apparate wie das Fernsehen oder der Film nicht der Kommunikation sondern ihrer Verhinderung. Sie lassen keine Wechselwirkung zwischen Sender und Empfänger zu: technisch gesprochen, reduzieren sie den Feedback auf das systemtheoretisch mögliche Minimum.¹³

Nach Enzensberger sind elektronische Medien der Hauptantrieb dieser Bewusstseinsindustrie. Er schreibt Ihnen eine große Macht zu, nämlich weitgehende Steuerungs- und Kontrollfunktion. Deswegen fordert er eigenständiges Handeln und Interaktion der Teilnehmer.¹⁴ Dieser Auszug aus den gängigen Medientheorien zeigt

¹¹ Haberecht; Jung; Welle-Ellermann 2008.

¹² Brecht 1932, 129f, 134.

¹³ Enzensberger 1970, 99.

¹⁴ Vgl. Ebd. S. 91ff.

statt einer einheitlichen Theorie eine Vielfalt an Theorien. Aber gerade diese Vielfalt ermöglicht verschiedene Blickweisen auf den gemeinsamen Gegenstand.

2.2. Geschichte der Medien vor Social Media

Ebenso wie es keine einheitliche Definition von Medien gibt, gibt es auch keine einheitliche Geschichtsschreibung der Medien sondern je nach Medium eine andere Geschichtsschreibung.

2.2.1. Bildmedien

Die Geschichte der Bildmedien lässt sich bis zu den steinzeitlichen Höhlenmalereien zurückverfolgen (circa 30.000 vor unserer Zeitrechnung) Sie entwickelte sich weiter über antike Fresken bis hin zur Malerei, welche an sich noch einmal eine eigene Geschichte hat. Die Entwicklung der Bildmedien ist von einer ständigen Suche nach Steigerung der Realität der Bilder geprägt. Aus dieser Suche nach realitätsgetreuen Bildern entstanden im 16 Jh. erst die Camera obscura, dann die Laterna magica. Beide funktionierten nach dem Prinzip des Diaprojektors und beide waren Vorläufer der Fotografie. 1826 stellte Joseph Nicéphore Niépce das erste mechanisch erzeugte Lichtbild her, das erste technisch basierte Bildmedium. Am Anfang ihrer Geschichte war die Fotografie noch ein Expertenmedium. Sie entwickelte sich jedoch dank der Erfindung des Fotodruckverfahrens für die Presse (1880), und des Rollenfilms (1888) rasch weiter zu einem Massenphänomen. Die Apparate wurden immer günstiger und leichter zu bedienen, so zog der Fotoapparat in die privaten Haushalte ein. Die Fotografie erweiterte die menschliche Wahrnehmungsfähigkeit, da durch die statische Situation im Foto, der Mensch nun mehr Zeit hat die Details der Situation wahrzunehmen. 1990 erfuhr die Fotografie eine starke Veränderung mit dem Aufkommen der digitalen Fotografie. Nun wurde das Bild nicht mehr analog auf einem Negativ festgehalten sondern in einer Datenmenge auf einem elektronischen Speichermedium. Diese Datenmenge lässt sich beliebig bearbeiten ohne dass dies Spuren hinterlässt, somit lassen sich Manipulationen und Fälschungen nicht mehr nachweisen. Im Zuge der Realitätssteigerung von Bildern entwickelte sich das Foto weiter zum Film. 1895 entstand der Cinématographe der Brüder Lumière. Der Film entwickelte sich vom Stummfilm zum Tonfilm zum Farbfilm und seit 1995 sind auch computergenerierten Filme in den Kinos zu sehen. „Der Film ist ein Medium, das auf der Integration und Adaption verschiedener anderer medialer Formen basiert. Er ist somit ein hybrides

Medium.“¹⁵ Ein Bezugsmedium des Filmes ist das Theater. Der Film übernimmt vom Theater die szenische Darstellungsweise von Geschichten z.B. wirken frühe Filme wie ab gefilmtes Theater. War der Film anfangs nur ein in der Öffentlichkeit, also den Kinos zu betrachtendes Medium, entwickelte er sich mit der elektronischen Fernübertragung von Bildern (1919) weiter zum Fernsehen. Das Medium versprach damals eine Umkehr der bisherigen Welterschließung.“Der Mensch muss nicht mehr hinaus in die Welt, sondern sie kommt zu ihm in die heimische Stube.“¹⁶ Das Fernsehen, als Massenmedium, entwickelte sich zum gesellschaftlichen Leitmedium. Themen die im Fernsehen gezeigt werden, werden in der Gesellschaft diskutiert. Enzensberger bezeichnet das Fernsehen als Null Medium, welches man einschaltet um abzuschalten. Fernsehen ist inzwischen nicht das Medium welches man benutzt um sich über die Geschehnisse der Welt zu informieren, hierfür werden eher Schriftmedien herangezogen.¹⁷

2.2.2. Sprach- und Schriftmedien

Die Geschichte der Schrift hat mehrere Ursprünge um 3500 v. u. Z. entwickelte sich die sumerische Piktogrammschrift, ca. 1500 v. u. Z. die Alphabetschrift der Phönizier und ca. 800 v. u. Z. phonetische Alphabetschrift der Griechen, auf welcher unsere Schrift heute noch basiert. Schrift war das erste Medium durch welches, Kommunikation über größere räumliche und zeitliche Distanzen möglich wurde. Das Aufkommen der Schrift war, wie jedes neu aufkommendes Medium, nicht ohne Kritiker. Platon kritisierte in seinem Phaidros-Dialog die Vaterlosigkeit der Schrift; „die geschriebenen Wörter gingen alleine in die Welt hinaus und seien daher allen Misshandlungen und Missverständnissen schutzlos ausgeliefert, gleich elternlos streunenden Kindern.“¹⁸ Nüchtern betrachtet geht über die Schriftliche Kommunikation ein gewisses Maß an Eindeutigkeit verloren, da bei einer mündlichen Kommunikation der Sprecher sich laufend korrigieren kann, Gesagtes erläutern kann und unmittelbar auf die Reaktion des Zuhörers reagieren und somit Missverständnisse vermeiden kann. Schriftliche Kommunikation verliert gegenüber der Mündlichen Kommunikation an Ausdrucksmöglichkeiten. Wird mündlich kommuniziert, spielt die emotive Ebene der Sprache eine große Rolle. Die Stimme des Sprechenden sagt etwas über seine emotionale und physische Verfassung aus. Mimik, Gestik und die Proxemik, welche die Auswirkungen der Positionierungen der Kommunizierenden im Raum meint, gehen bei

¹⁵ Böhn & Seidler 2008,112.

¹⁶ Ebd. 126.

¹⁷ Ebd. 71ff.

¹⁸ Ebd. 30.

der schriftlichen Kommunikation verloren. Die Einführung der Schrift führte in der Gesellschaft zu tiefgreifenden Veränderungen von deren Folgen wir noch heute betroffen sind. Das Denken und die Sprache wurde dank der Schrift wesentlich komplexer; schnell wurde eine Überkomplexität in den vorhandenen Wissensbeständen erreicht, das vorhandene Wissen war und ist für einen Menschen nicht mehr erfassbar. So bildeten sich Experten für einzelne Wissensgebiete heraus. Die Komplexitätssteigerung führte ebenso zu einer Arbeitsteilung, denn durch die Schrift entstand ein komplexeres Staats-, Rechts-, und Wirtschaftswesen. Die bisherigen Aufgaben wie Nahrungsmittelbeschaffung müssen nun andere Gruppen der Gesellschaft übernehmen. So treibt die Schrift die Ausdifferenzierung der Gesellschaft voran. 1450 erfand Johannes Gutenberg den Buchdruck mit beweglichen Metalltypen. Diese Erfindung setzte Dynamiken in der Gesellschaft in Gang, welche zur Alphabetisierung der Bevölkerung, Demokratisierung von Wissen und zur Reformation führten. 1605 erschien die erste wöchentliche Zeitung in Straßburg und entwickelte sich zum ersten Massenmedium, also einem Medium mit einem Sender und vielen Empfängern. Dieses erste Massenmedium trug sehr viel zur Entstehung der bürgerlichen Öffentlichkeit bei. Massenmedien haben stets eine Selektionsfunktion, sie entscheiden was der Öffentlichkeit vermittelt wird und wie viel Gewichtung einer Information gegeben wird. Die auditiven Medien haben ihren Ursprung 1876 mit der Erfindung des Telefons von Alexander Graham Bell und der Erfindung des Phonographen von Thomas Edison (1877). 1888 entdeckte Heinrich Hertz die elektromagnetischen Wellen welche zunächst nur fürs Militär genutzt wurden. 1923 wurde die erste Rundfunksendung in Deutschland ausgestrahlt. Die Verbreitung dieses Mediums wurde von den Nationalsozialisten voran getrieben. Der Rundfunk wurde so zum wichtigsten Propagandainstrument des Nationalsozialismus, und beeinflusste somit die Gesellschaft tiefgreifend.¹⁹

2.2.3. Digitale Medien

Der Computer das Universalmedium. Welches, dank dem Internet, alle bisherigen Medien miteinander verbindet, beruht auf dem binären Zahlensystem welches Gottfried Wilhelm Leibnitz zu Beginn des 18. Jahrhunderts entwickelte. Das binäre Zahlensystem besteht aus zwei Zeichen (0 und 1). Mit diesem simplen Code lässt sich alles ausdrücken, und der Code ist so einfach, dass ihn eine Maschine effizient verarbeiten kann. 1936 baut Alan Turing die Universal Discrete Machine und 1937 Konrad Zuses den Z1 – Computer, beide Rechenmaschinen basieren auf dem binären Zahlensystem

¹⁹ Ebd. 27ff.

von Leibnitz. Die Entwicklung des Computers steht Anfangs in engem Zusammenhang mit dem Militär. Dies änderte sich jedoch nach dem zweiten Weltkrieg mit der Erfindung des ersten vollelektronischen Röhrencomputer ENIAC, woraufhin in den 70er Jahren der erste Personal Computer (PC) vorgestellt wurde. Anfangs war der PC noch ein Expertenmedium, doch durch die Ausbreitung des PCs entwickelte sich die Bedienerfreundlichkeit weiter und der Computer zog in die privaten Haushalte ein. 1985 entstand die CD-ROM (Compact Disc Read-Only Memory), ein digitaler Datenträger auf welchem z.B. Musik mit einem binären Code gespeichert wird. Nach seinem Vorläufer dem ARPANET (1969) entwickelte sich um 1990 das World Wide Web (WWW). Das Internet eröffnete neue Nutzungsmöglichkeiten des PCs. Inhalte können präsentiert und abgerufen werden. E-Mails können überall, wo ein Computer mit Internetanschluss ist, versendet oder abgerufen werden. Diskussionsforen ermöglichen virtuelle Gesprächsrunden. Chats bieten textbasierte Kommunikation, vergleichbar mit einer Telefonkonferenz an. Und MUDs (Multiple User Dungeons) sind die Basis für Onlinespiele. Verschiedene Spieler können an einem Spiel teilnehmen ohne sich am selben Ort zu befinden. Seit den 1990er Jahren gibt es flächendeckende digitale Mobilfunknetze, 1994 vertreibt die Firma IBM das erste Smartphone. 2007 erlebt der Smartphone-Markt, durch die Einführung des iPhones mit seiner bedienerfreundlichen Oberfläche einen Wendepunkt. Die Digitalisierung machte auch vor den Büchern nicht halt, da 1999 das erste E-Book-Lesegerät auf den Markt kam.²⁰ Tendenzen, welche sich in der Entwicklung der Medien abzeichnen, sind die Steigerung realistischer Darstellung bis hin zur virtuell Reality, Kommunikation und Vermittlung von Information über alle zeitlichen und räumlichen Grenzen hinweg. Die digitale Technik wird von einem Expertenmedium zu einem Medium für die breite Masse der Gesellschaft. Blickt man auf die Historie der Medien zurück überrascht dies nicht. Denn bereits Schrift, Buchdruck, Telefon, Film und Fotografie waren anfangs Expertenmedien und wurden durch die Entwicklung von bedienerfreundlicher Technologie zu Medien für Jedermann. Die entstandene digitale Technologie bildet das Fundament für die Social Media Anwendungen. Aus Konsumenten werden Gestalter und Bewohner des Netzes.

2.3. Social Media

Heute sind wir im Zeitalter der Social Media angelangt. Sowie es für den Begriff Medien keine allgemeingültige Definition gibt, gibt es auch für die Social Media keine. Um dennoch eine grobe Vorstellung davon zu gewinnen was Social Media ist werden hier drei verschiedene Definitionen aufgeführt. Wolfgang Hünnekens sieht Social Media als

²⁰ Vgl. Böhn & Seidler, 2008, 139ff.

eine Art der Kommunikation und definiert sie folgendermaßen: „Social Media bedeutet „Kommunikation teilen“ und das wollen immer mehr „Ich-Sender“ [...] – also Menschen, die nicht nur passiv konsumieren, sondern auch aktiv mitreden wollen“²¹. Tamar Weinberg betont in ihrer Definition eher den Aspekt, dass die Kommunikation mithilfe der neuen Onlinetechnologie möglich ist: „Der Begriff *Social Media* (soziale Medien) steht für den Austausch von Informationen, Erfahrungen und Sichtweisen mithilfe von Community-Websites [...]“²² Oliver Blanchard wiederum sieht Social Media als Sammelbegriff für Kommunikation zwischen Usern im Internet: „Social Media [...]bestehen aus einer Reihe von leicht zu bedienenden Plattformen und Technologien, die es Menschen gestatten, mit anderen Menschen zu sprechen“²³ Anhand dieser Definitionen lässt sich feststellen, dass durch die neue Medientechnologie sich das Nutzungsverhalten der User verändert hat, also eine neue Medienkultur entstanden ist. Menschen nutzen das Internet vermehrt zur Kommunikation und zum Veröffentlichen von Inhalten.²⁴ „Damit handelt es sich also weniger um ein technisches sondern vielmehr um ein soziales Phänomen, das durch den Einsatz neuer Medien deutlich wird.“²⁵ Lorenz Pöllmann, hat anhand seiner Auswertung von Social Media relevanter, Literatur sechs Merkmale herausgearbeitet, welche die Charakteristika von Social Media greifbarer machen. Erstens: Social Media Anwendungen sind onlinebasiert. Zweitens: Social Media stehen für Interaktivität und Partizipation. Partizipation, da Social Media Plattformen von Usern mitgestaltet werden. Interaktion wiederum führt zum verbreiten, bewerten und weiterentwickeln von Inhalten. Drittens: Social Media schaffen Vernetzung, gefördert durch die neue Medientechnologie in Form von Hashtags, Abonnements und virtuellen Freundeskreisen. Dieses hohe Maß an Vernetzung führt zu dem gemeinsamen Erstellen von Inhalten z.B. Wikipedia. Desweiteren führen diese neu gewonnen Möglichkeiten der Vernetzung zu einer rasanten Verbreitung von Inhalten und zu einer Kultur des Bewertens und Kommentierens von Inhalten. Viertens Social Media Dienste sind aktuell und speichernd. Inhalte werden in Echtzeit publiziert und im Internet archiviert. Fünftens: Social Media Dienste sind dezentral und geografisch nicht eingeschränkt nutzbar. Sechstens: Social Media Technologie ist Multimedial. Es können Text-, Video-, Audio-, und Bilddateien sowie Weblinks veröffentlicht werden.²⁶ Die Social Media Dienste lassen sich in fünf verschiedene Formen der Anwendung einteilen: Netzwerkplattformen (z.B. Facebook), Multimedialplattformen (z.B. YouTube), Personal-

²¹ Hünnekens 2010, 41.

²² Weinberg 2010, 1.

²³ Blanchard 2012, 26.

²⁴ Vgl. Pöllmann, 2013, 104.

²⁵ Ebd. 104

²⁶ Vgl. Ebd. 104ff.

Publishing-Anwendungen (z.B. Wordpress), Kollaborationsplattformen (z.B. Wikipedia) und Anwendungen für Informationsmanagement (z.B. Google Reader).²⁷ Der User wird dank der benutzerfreundlichen Technologie nun vom Konsument zum Produzent, mediale Monologe werden zu sozial-medialen Dialogen, statt wie der Fernseher ein Einbahnstraßenmedium zu sein. Wie aus der Mediengeschichte hervorgeht: z.B. die Beeinflussung der Reformation durch die Erfindung des Buchdrucks, haben Entwicklungen im Medienbereich immer auch Auswirkungen auf unsere Gesellschaft. Welche Auswirkungen hat dann Social Media auf unsere Gesellschaft heute, insbesondere auf die Zielgruppe Jugendliche? Der Beantwortung dieser Frage widmet sich das nächste Kapitel.

3. Auswirkungen von Social Media auf Jugendliche

Social Media verändern die Welt! Sie revolutionieren die Kommunikationsverhältnisse, sie erweitern durch multiple Vernetzungs- und weitgehend entgrenzte Kommunikationsmöglichkeiten die Spielräume für soziale Interaktion erheblich.²⁸

Marc Prensky prägte den Begriff Digital Native gemeint ist damit die Generation welche in das digitale Zeitalter hineingeboren ist. Im Gegensatz zu ihren Eltern, können Digital Natives die Sprache der Benutzerschnittstellen digitaler Geräte nicht nur verstehen und sprechen, sondern sind mit ihr aufgewachsen.²⁹

3.1. Daten und Fakten über die Social Media Nutzung von Jugendlichen

Nach mancher subjektiven Meinung von Erwachsenen verbringen Jugendliche viel Zeit mit digitalen Medien. Was daran wirklich wahr ist erforscht jährlich der Medienpädagogische Forschungsverbund mit der sogenannten JIM Studie. Jugendliche werden hier zu Ihrem Mediennutzungsverhalten befragt. 100 Prozent der befragten Jugendlichen der JIM-Studie 2013 besitzen ein Handy. 99 Prozent besitzen einen Computer oder Laptop im Haushalt. 97 Prozent haben einen Internetzugang. 2012 besaßen 63 Prozent ein Smartphone, 2013 stieg die Anzahl der Smartphone Besitzer auf 81 Prozent. Eine ähnlich hohe Steigerung ist bei dem Medium Tablet zu beobachten, waren 2012 nur 19 Prozent der Befragten mit einem Tablet ausgestattet sind es 2013 schon 36 Prozent der Jugendlichen.³⁰ 73 Prozent nutzen das Internet

²⁷ Ausführliches Informationen über Social Media Anwendungen siehe Anhang

²⁸ Härtel & Embacher 2011, 7.

²⁹ Vgl. Meyer 2006, 4ff.

³⁰ Vgl. JIM-Studie 2013, 6.

täglich³¹ Die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Woche betrug 2007 noch 106 Minuten, 2010 stieg sie auf 138 Minuten, 2013 stieg die durchschnittliche Nutzungsdauer auf 179 Minuten pro Woche an.³² Der Zugangsweg über Computer und Laptop in das Internet nahm innerhalb der Jahre 2011 bis 2013 kontinuierlich ab. Im Gegenzug nahm der Zugang über Handy, Smartphone und Tablet kontinuierlich zu. Die mobile Nutzung des Internets hat also für Jugendliche inzwischen fast den gleichen Stellenwert, wie der Zugangsweg über stationäre Geräte.³³ Was machen Jugendliche im Internet? Kommunizieren. 75 Prozent der Jugendlichen sind täglich oder mehrmals in der Woche in Online-Communities, 48 Prozent empfängt oder versendet E-Mails und 33 Prozent chatten.³⁴ Neben der Kommunikation, stehen die Unterhaltung und die Informationssuche per Internet auch hoch im Kurs bei Jugendlichen. 74 Prozent nutzen täglich oder mehrmals pro Woche Videoportale, 67 Prozent hören Sounddateien am PC oder im Internet an, 47 Prozent surfen einfach so drauf los. Über 70 Prozent der Jugendlichen nutzen täglich oder mehrmals pro Woche eine Suchmaschine.³⁵ Die aktive Beteiligung im Internet wird von Jugendlichen noch relativ wenig genutzt, so haben 11 Prozent der Befragten in den letzten 14 Tagen ein Video kommentiert oder den Mag-ich-Button innerhalb eines Videoportals genutzt. Nur 5 Prozent haben ein Video geteilt und 4 Prozent ein Video erstellt. 5 Prozent haben einen Beitrag in einem Forum erstellt. Nur 1 Prozent der Jugendlichen hat einen Beitrag bei Wikipedia eingestellt.³⁶ Was tun Jugendliche auf Netzwerkplattformen? Über 80 Prozent der Befragten nutzt die Plattform um Nachrichten an andere zu versenden, über 70 Prozent chatten und über 60 Prozent nutzt den Gefällt-mir-Button. Über 40 Prozent der Jugendlichen stöbert gerne in Profilen von anderen.³⁷ Viele Jugendliche nutzen die Plattformen für Organisatorisches innerhalb der eigenen Clique oder des Vereins.³⁸ Das Fazit: Jugendliche verbringen tatsächlich viel Zeit im Internet und mit Social Media Anwendungen, in Folge dessen hat Social Media Auswirkungen auf die heutige Generation von Jugendlichen. Social Media sind ein natürlicher und wichtiger Teil Ihres Lebens.

³¹ Ebd.11.

³² Ebd. 29.

³³ Ebd. 29f.

³⁴ Ebd. 32.

³⁵ Ebd. 33f.

³⁶ Ebd. 37

³⁷ Ebd. 40.

³⁸ Ebd. 41.

3.2. Erweiterter Lebensraum

Für die Jugendlichen von heute ist digitale Technik nicht einschüchternder als ein Toaster, Sie haben keine Scheu etwas anzuklicken.³⁹ Virtualität ist für sie genauso selbstverständlich, wie Leitungswasser.⁴⁰ Denn das Internet mit Facebook, YouTube, Wikipedia usw. wird von Jugendlichen nicht als Technologie wahrgenommen, sondern als Lebensraum. Digital Natives leben heute nicht mit Social Media sondern in Social Media. Denn durch die Integration und Partizipation von Social Media in das alltägliche Handeln ergeben sich für die jungen Menschen neue sozio-mediale Jugendkultur-Räume.⁴¹ Dieser neue Lebensraum wird in der Gesellschaft verschieden wahrgenommen. Es wird gewettet der virtuelle Raum sei eine Ersatzwirklichkeit, in welche die Jugendlichen flüchten. Im Gegenzug dazu steht die Perspektive, den virtuellen Lebensraum als Erweiterung des realen Lebensraumes der Heranwachsenden zu sehen. So sind soziale Netzwerke für sie eine Erweiterung des Schulhofes. Auf Schulhöfen wird sich ausgetauscht, bilden sich Cliques, wird gespielt, gemobbt, geschlägelt und der besten Freundin die Urlaubsfotos gezeigt. Ähnliches tun Jugendliche in Sozialen Netzwerken, nur heißen die Spiele nicht mehr Stadt, Land, Fluss sondern Farmville und Angrybirds, quatschen heißt „sich schreiben“ und Bilder werden nicht gezeigt sondern gepostet.

Die Erweiterung des Schulhofes auf immer und überall, der konstante Zugriff auf den neuesten Tratsch und vor allem das Gefühl, dass die engsten Freunde quasi jederzeit für einen kurzen Gedankenaustausch zur Stelle sind[...]das ist der Traum eines jeden jungen Menschen, für den der Kontakt zum eigenen sozialen Umfeld außerhalb des Elternhauses schon seit Vor-Internet-Zeiten einer der wichtigsten Faktoren beim Erwachsenwerden war.⁴²

Grundsätzlich hat sich das Verhalten, welches Jugendliche kennzeichnet also nicht geändert. Die Zeit des Heranwachsens ist immer noch geprägt von der Frage nach der eigenen Identität und der Emanzipation vom Elternhaus. Jugendliche sind noch immer innovativ, risikobereit, flexibel und spontan. Geändert bzw. erweitert haben sich lediglich die Form, mit welcher dies geschieht und der Raum.

3.3. „always on“

Neu ist also, dass die Jugendlichen diese Erweiterung ihres Schulhofes ständig in der Hosentasche, in Form eines Smartphones, bei sich tragen. Was zu dem Phänomen

³⁹ Vgl. Roben 2002, 14.

⁴⁰ Vgl. Häußler 2012, 16.

⁴¹ Vgl. Damm 2013, 71.

⁴² Häußler 2012, 55.

„always on“ führt. Welches in den Familien der Digital Natives oft ähnliche Auswirkungen, wie das Dauertelefonat aus der Zeit vor der ISDN Technik hat. Die ständige virtuelle Anwesenheit bei Freunden, und ständige Erreichbarkeit nehmen bei jungen Menschen einen hohen Stellenwert ein. Die virtuelle Kommunikation Smartphone ist den Jugendlichen oft wichtiger als die realen Kommunikationsmöglichkeiten, welche sich Ihnen durch ihre physische Anwesenheit in einem Raum, und einer Gesellschaft von Menschen anbietet z.B. beim Familienmittagsessen. Durch Social Media hat sich in unserer Gesellschaft eine Kultur des Teilens und Kommentierens entwickelt. Nicht erreichbar zu sein, scheint deshalb für manche Jugendliche einem Ausschluss der gesellschaftlichen Teilhabe gleichzukommen. Hier ist Medienkompetenz gefragt, wie nie zuvor. Medienkompetenz nicht nur im Sinne von Kompetenzen zur Benutzung von Medien sondern vor allem Kompetenzen im Umgang mit Medien. Die Grundlage für einen gesunden Umgang mit Medien legen die Sinneserfahrungen, die der Jugendliche bisher gemacht hat, und das Wecken des Interesses an Welt und Gesellschaft. Ebenso ist es wichtig, dass der Jugendliche Selbstkontrolle und Verantwortung für sein eigenes Handeln zu übernehmen gelernt hat.⁴³ Diese Kompetenzen sind wichtig, damit der Jugendliche beispielsweise lernt, dass ständige Erreichbarkeit eine Entscheidung ist und dass Kommunikation mehr Ebenen hat als die der Worte auf einem leuchtenden Display. Durch „always on“ entsteht ein Kommunikations- und Informationsdruck, bei Digital Natives. Stille, Innehalten, Langsamkeit oder Langeweile wird ihnen fremd, sie können immer weniger konstruktiv damit umgehen. Durch die technische Entwicklung der Kommunikationsmedien ist Kommunikation unmittelbarer geworden, alles geschieht beschleunigter.⁴⁴ Digital Natives erleben mehr Ereignisse in kürzerer Zeitspanne.

Neben nicht-medialen Nebenbei Tätigkeiten wie dem Einnehmen von Mahlzeiten oder dem Lernen rückt die gleichzeitige Nutzung anderer Medien während des Fernsehens zunehmend in den Mittelpunkt des Interesses. Die weiter fortgeschrittene Verbreitung von WLAN sowie intuitiv bedienbarer Endgeräte wie Smartphone oder Tablet-PCs erleichtert es, neben dem Fernsehen einen zweiten Bildschirm parallel zu nutzen. Diese Nutzungsform wird aktuell unter dem Stichwort „Second Screen“ diskutiert. Der „zweite Bildschirm“ erlaubt dem Nutzer parallel zur Ausstrahlung einer Fernsehsendung über verschiedene Plattformen im Internet zusätzliche Informationen abzurufen, sich mit anderen Nutzern über das Gesehene auszutauschen oder in anderer Weise zu interagieren.⁴⁵

Die Wahrnehmung der Jugendlichen verändert sich durch „Second Screen“, sie sind es gewohnt, ihre Aufmerksamkeit nicht mehr nur einem Medium zu widmen sondern zwei Medien. Es bleibt die Frage, wie viel können Sie von Informationen, Bildern,

⁴³ Vgl. Möller & Glaschke, 2013, 98ff.

⁴⁴ Vgl. Roben 2002, 16ff.

⁴⁵ JIM-Studie, 2013, 23.

Geschichten und Kommunikationsverläufen eines Mediums wahrnehmen. Wenn die Aufmerksamkeit gleichzeitig noch einem anderen Medium mit anderen Information, Geschichten, Bildern und Kommunikationsverläufen gewidmet wird?

3.4. Wissenszugang und Bildung

Durch Social Media hat sich auch die Art und Weise, wie Jugendliche heute lernen geändert. Dies hängt maßgeblich mit der Unabhängigkeit der Informationssuche und des Wachstums der Informationsquellen zusammen. Vor Erfindung der Schrift wurde Wissen vorwiegend mündlich weitergegeben. Somit war die Menge des Wissens, auf welcher ein Mensch zugreifen konnte, auf die Speicherkapazität seines eigenen Gedächtnisses beschränkt. Mit der Einführung der Schrift veränderte sich dies radikal, Wissen wurde nicht mehr nur weitergegeben, sondern in Schriftform bis zum heutigen Tag gesammelt. Die Menge an Wissen, welche die Menschheit angesammelt hat, ist enorm und für ein menschliches Gedächtnis schon lange nicht mehr speicherbar. War der Zugang zu Wissen einst nur für einen kleinen Teil der Gesellschaft bestimmt, wie zum Beispiel für Gelehrte oder Mönche, wurde Wissen im Laufe der Zeit für immer größere Teile der Gesellschaft zugänglich. Bibliotheken wurden für die Allgemeinheit geöffnet, Schulen für Arm und Reich, Mädchen und Jungen gegründet, Universitäten für Männer und Frauen zugänglich gemacht. Im Social Media-Zeitalter trägt der Digital Native fast das gesammelte menschliche Wissen im Smartphone in seiner Hosentasche bei sich. Quasi eine Erweiterung des menschlichen Gedächtnisses. Dank Kollaborationsplattformen wie Wikipedia oder Multimediaplattformen wie YouTube kann ein Mensch ohne Lehrer, Fachbuch, Bibliothek oder Universität auf Wissen jederzeit und unmittelbar zugreifen. Aber ist Googeln mit Lernen gleichzusetzen? Unter Lernen versteht man die „Entwicklung menschlicher Fähigkeiten und Kompetenzen [...] zur Bewältigung wachsender internationaler, sozialer, ökologischer und gesellschaftlicher Probleme“.⁴⁶ Der kanadische Unternehmer und Autor des Buches „Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World“ Don Tapscott vertritt die Meinung, dass die heutige Generation von Jugendlichen eine Generation sei, die Möglichkeiten des Lernens habe, wie keine andere Generation vor ihr,⁴⁷ da sie bei der Informationssuche von Institutionen unabhängig sind und durch die gegebenen Möglichkeiten einen enormen Forschungsdrang und Lust zur Innovation haben.

In der Kultur der N-Geners schaue man immer unter die Motorhaube. Dabei sei ihre Frage nicht, wie die Dinge funktionieren, sondern wie man sie zum Laufen bringe. Wenn sie es im konkreten Fall nicht wüssten, suchten sie nicht nach einer Theorie oder einem

⁴⁶ Dietzen 2003.

⁴⁷ Vgl. Roben, 2002, 19.

Lehrbuch, sondern nach einem Simulationsprogramm oder posteten eine Anfrage in einer Newsgroup. Für jedes Problem – und sie seien immer bereit ein neues anzugehen – fänden sie interaktiv schnell eine Lösung, sei es mit einer Software Simulation, sei es in der Person-zu-Person-Kommunikation im Netz.⁴⁸

Der Mitbegründer der re:publica⁴⁹ Johnny Häußler schreibt zu diesem Thema:

Wenn durch die Generation Internet etablierte Wissensstrukturen aufgeweicht werden oder gar am Thron der Lehr-Hoheit gesägt wird, bedeutet das nicht den Untergang der Bildung, sondern eine neue Form der Auseinandersetzung mit ihr. Akzeptierte Wissensinstanzen sowie vertrauenswürdige Wissensvermittler und Mentoren wird es aber gerade durch diese Transformation nötiger denn je geben. Google ist kein Lehrer, und Googlen ist nicht lernen.⁵⁰

Das Internet bietet scheinbar auf alle unsere Fragen eine Antwort, doch bedeutet dies noch lange nicht, dass Jugendliche die Antworten finden und diese einordnen können und das über Google oder YouTube gefundene Wissen zu eigenen Kenntnissen oder gar Fähigkeiten und Fertigkeiten wird. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Zugang zur Bildung für das Individuum leichter geworden ist und die Anzahl der Zugänge zu Wissen zugenommen hat. Die riesige Wissensmenge und die zugenommene Anzahl der Zugänge kann jedoch auch überfordern und aus Lernen wird oberflächliches Texte überfliegen. Um den Wissensreichtum zu nutzen, müssen die Jugendliche lernen, wie Sie Wichtiges von Unwichtigem selektieren, sich konzentrieren, Informationen herausfiltern und vertrauenswürdige Quellen finden. Ebenso sind Sie angesichts der Zunahme der Informationsquellen noch mehr herausgefordert, einen eigenen Standpunkt zu dem gesuchten Objekt zu finden, und nicht den ersten Google-Treffer als Wahrheit anzunehmen, sondern sie mit mehreren Standpunkten und Quellen auseinanderzusetzen. Der Public Policy Director Dr. Gunnar Bender von Facebook Germany meint hierzu:

Aus Massenmedien sind längst Medienmassen geworden. Dabei geht es nicht immer einstimmig zu. Kann es auch nicht, denn in einer vielfältigen Medienwelt, in welcher der einzelne Mensch seine persönliche Reichweite bespielt und es selbst in der Hand hat, Meinungen durch eigene Medienproduktionen zu machen, geht es auf dem Marktplatz der Ideen immer auch kontrovers zu.[...]Denn nur wer unterschiedliche Standpunkte entdecken und nachvollziehen kann, wird am Ende dazulernen.⁵¹

Es wird klar das nicht der Zugang zu Wissen in der heutigen Zeit erschwert wird sondern eher das herausfiltern von wichtigen Informationen und das Aneignen von Wissen. Medienpädagogik bekommt eine immer wichtiger werdende Funktion, bei der Ermöglichung von gesellschaftlicher Teilhabe, an medial verfügbarem Wissen, Kultur, Kunst usw. für Jugendliche.

⁴⁸ Ebd. 18.

⁴⁹ re:publica ist eine seit 2007 jährlich stattfindende Veranstaltung rund um das Web 2.0 siehe hierzu auch <http://re-publica.de/>

⁵⁰ Häußler 2012, 42.

⁵¹ Bender 2013, 15.

3.5. Offenheit und Öffentlichkeit

Durch die Technologie von Social Media hat sich das Kommunikationsverhalten unserer Gesellschaft verändert, es zeichnet sich nun durch Offenheit, Transparenz und Resonanz aus. Offenheit, da die Interaktion im Gegensatz zu Massenmedien „durch nicht-hierarchische, dezentrale und auf Beteiligung ausgerichtete Strukturen der Selbstorganisation geprägt ist.“⁵² Der Zugang zu Social Media ist kostenfrei und es herrscht eine Offenheit für Feedback, Kommentare und Ergänzungen, Veränderungen und Weiterverbreitung. Jeder kann, ohne jegliche journalistische oder redaktionelle Filter, Inhalte veröffentlichen. Transparenz baut darauf auf. Resonanz, da nicht die Stärke eines Sendeimpulses entscheidend für die Verbreitung eines Themas ist, sondern die Resonanzfähigkeit. Social Media führt, im Vergleich zu Massenmedien, zu einer Zunahme der Pluralität von Informationen. Die Organisationskultur unserer Gesellschaft und die Möglichkeiten der Bürgerbeteiligung wurden durch diese Technologien erweitert, und bieten neue Chancen des bürgerlichen Engagements.

Die interaktiven, beteiligungsoffenen Möglichkeiten des Web 2.0 weisen eine Wahlverwandtschaft zu Grundprinzipien der Bürgergesellschaft wie Selbstorganisation und Eigenverantwortung, Partizipation, Teilhabe und freier Assoziation auf. Zugleich liegt in den Ressourcen des Web 2.0. ein bislang ungehobenes Innovations- und Synergiepotenzial für bürgerschaftliches Engagement, Engagementförderung und die Herausbildung einer lebendigen beteiligungsoffenen Bürgergesellschaft.⁵³

Die Grenzen zwischen Öffentlich und Privat haben sich gerade für Jugendliche verschoben, beziehungsweise verwischen immer mehr.

[...]halten Sie ihre Vorlieben für bestimmte Filme oder Joggingstrecken nicht für sonderlich privat, sondern für hilfreich: Nur wer sich mitteilt, so Boyd und Marwick, ist in dem sozialen Netzwerk präsent. Und nur wer präsent ist, kann das finden, was Menschen in sozialen Beziehungen zumeist suchen: Anerkennung. [...]Befragungen haben ergeben, dass sich für viele Jugendliche das Privatleben vor allem im Kopf abspielt: Privat sind für sie ihre Gedanken und Gefühle.⁵⁴

Kritische Stimmen meinen Jugendliche tendieren dazu, alles, was Sie erleben unmittelbar und ungefiltert mit der Öffentlichkeit zu teilen, ohne sich über die Folgen davon im Klaren zu sein.

alle diskreten Rückzugsräume würden im Namen der Transparenz beseitigt.[...]In der Transparenzgesellschaft ist alles nach außen gekehrt, enthüllt, entkleidet und exponiert. Jeder stellt sich selbst aus und bekommt dafür: Aufmerksamkeit. Die Grenzen zwischen Privatem und Öffentlichem verwischen. Vielleicht sind sie gerade für Teenager kaum noch zu erkennen.⁵⁵

⁵² Härtel & Embacher 2011,13.

⁵³ Ebd. 6.

⁵⁴ Kraft 2011

⁵⁵ Simon 2014

Dafür sprechen die vermehrten Fälle von Cybermobbing. Laut der JIM Studie 2013 haben 32 Prozent der Befragten Jugendlichen jemand in ihrem Bekanntenkreis der im Cyberspace gemobbt wurde⁵⁶. Der Unterschied zwischen traditionellem Mobbing und Cybermobbing ist, dass, das Opfer keine Chance zum entkommen hat. Die Täter kommen dank WhatsApp und Facebook, bis ins Kinderzimmer und rauben den Jugendlichen jeglichen Schutzraum, selbst der Schulwechsel hilft dem Opfer durch die Allgegenwart der Kommunikationsmedien wenig.⁵⁷ Die Betreiber sozialer Netzwerke verfolgen kommerzielle Ziele, insofern, dass sie möglichst viele verwertbare Daten der User sammeln.⁵⁸ Die Währung des Social Media Zeitalters sind User-Daten. Dieser Aspekt wird von Erwachsenen und Jugendlichen bei der Benutzung von Social Media oft verdrängt, da der eigene Nutzen im Vordergrund steht. Neue Medien bedeuten zwar neue Gefahren aber auch neue Möglichkeiten. Beides braucht neue Wege damit umzugehen-, neue Kompetenzen werden gefordert es braucht neue Wege diese zu vermitteln.

3.6. Herausbildung von Identität

Im Netz und in virtuellen Gemeinschaften bewegen sich die meisten jungen Menschen wie selbstverständlich. Diese Umgebungen spielen eine ganz wesentliche Rolle in ihrer Sozialisation, im Freizeitverhalten, in der Selbstfindung, der Ausbildung von Gemeinschaftlichkeit und darin, wie junge Menschen sich ins Verhältnis zur Welt setzen.⁵⁹

Wie bereits erwähnt ist eine der zentralen Fragen der Jugend die Frage nach der eigenen Identität. Identität ist, laut Erikson, zu verstehen als „spezifischer Zuwachs an Persönlichkeitsreife, den das Individuum am Ende der Adoleszenz der Fülle seiner Kindheitserfahrungen entnommen haben muss, um für die Aufgaben des Erwachsenenlebens gerüstet zu sein.“⁶⁰ Die Jugendlichen sammeln diese Erfahrungen im Elternhaus und in der Gesellschaft, beispielsweise in der Schule und im Freundeskreis. Digital Natives leben nicht mit dem Netz, sondern in dem Netz als Erweiterung des eigenen Lebensraumes. In diesem sozio-medialen Lebensraum machen sie, unter anderem auch persönlichkeitsbildende Erfahrungen.⁶¹ Der Computer wird zum Suchwerkzeug nach der eigenen Identität. „Die Entwicklung der Persönlichkeit, als ein Sich-ins-Verhältnis-Setzen zur Welt, kann heute nicht ohne technologische Bildung und ohne Medienbildung verstanden werden.“⁶² Jugendliche haben das

⁵⁶ JIM-Studie 2013, 44.

⁵⁷ Weitere Informationen zu Cybermobbing unter <http://www.xn--bndnis-gegen-cybermobbing-fwc.de/>

⁵⁸ Vgl. Blum & Weber 2013, 39.

⁵⁹ Siebenhaar & Croll 2013, 10.

⁶⁰ Erikson 1973, 123.

⁶¹ Vgl. Eggert 2013, 50.

⁶² Schelhowe 2010, 9ff.

Bedürfnis Kontakte außerhalb des Elternhauses zu knüpfen, und sich Gruppen von Gleichaltrigen anzuschließen. Für dieses Bedürfnis sind soziale Netzwerke wie geschaffen für sie. Laut der JIM Studie 2013 nutzen über 80 Prozent der Befragten Online Communities, um Nachrichten an Freunde zu versenden.⁶³ In diesem sozio-medialen Lebensraum machen sie Erfahrungen außerhalb elterlicher Kontrolle. Hier können sie sich an gesellschaftlichen Prozessen beteiligen und die für junge Menschen wichtigen Autonomieerfahrungen machen.⁶⁴ Ein Urbedürfnis von Kindern und Jugendlichen ist es, in eine andere Rolle zu schlüpfen; dieses Bedürfnis versuchen Sie auch in Online Räumen zu stillen. Sie leben dies, unter anderem, in Online Rollenspielen aus was schon bei der Auswahl oder Erstellung einer Spielfigur beginnt. In sogenannten MUD's (Multi User Dungeon) leben und erschaffen die Spieler Ihre eigene Welt mit ihren eigenen Regeln. Dadurch, dass sie viel Zeit aktiv im Internet verbringen werden Daten von Ihnen gespeichert. Sie werden dadurch im Internet sichtbarer. Sie sind Identitätsmanager und bestimmen, wie viel sie von sich preisgeben, und wie sie im Internet wahrgenommen werden. Durch das Einrichten eines Profils in einem sozialen Netzwerk, basteln sie ein Bild von sich selbst, wie sie gerne wahrgenommen werden möchten. Sie entscheiden welche Bilder, Videos, Kommentare und Informationen für andere ersichtlich sind. Somit entscheiden die Jugendlichen welchen Teil von sich, sie der Öffentlichkeit preisgeben.

4. Social Media und Theater

Neue Medien haben, wie bereits im zweiten Kapitel dieser Arbeit erläutert wurde, von jeher Auswirkungen auf die Gesellschaft. Auch das Theater, welches u.a. auch als Medium gesehen werden kann, dass mittels szenischer Darstellung zwischen Darsteller und Zuschauer vermittelt, ist diesem Wandel unterworfen. Denn dadurch, dass Theater das menschliche Leben in all seinen Facetten zum Gegenstand hat, und der Gesellschaft somit Raum gibt, sich selbst zu betrachten und zu reflektieren wird es wiederum auch von der Gesellschaft beeinflusst, in welcher es verwurzelt ist. So, wie die Gesellschaft einem beständigen Wandel unterworfen ist, ist dies also auch das Theater als Teil der Gesellschaft. Im Laufe der Zeit haben sich Spielformen immer wieder verändert, Regieformen, Bühnenbilder und auch die Art und Weise der Rezeption von

⁶³ JIM-Studie 2013, 38.

⁶⁴ Vgl. Eggert 2013, 50.

Theater hat sich verändert. Angesichts dieser Tatsache stellt sich die Frage, welche Auswirkungen haben Social Media auf das Theater und die Theaterpädagogik? Welche Möglichkeiten, Spannungsfelder, Experimentierfelder und neue Bedürfnisse ergeben sich daraus, gerade auch für Jugendliche? Der Suche nach Antworten auf diese Fragen widmet sich dieses Kapitel.

4.1. Auswirkungen von Social Media auf das Theater

Das Internet ist aus den Theaterhäusern nicht mehr wegzudenken. Schon bei der Informationssuche über Theatervorstellungen hat es dem Monatsleporello den Rang abgelaufen, nur noch 77 Prozent der Befragten einer Umfrage zur Kommunikationspolitik an Theatern informieren sicher hierüber. Auf Rang eins steht die Internetseite des Theaters, welches 82,85 Prozent der Befragten nutzen, um sich über eine Theaterveranstaltung zu informieren.⁶⁵ Der Weiterbestand der Theater in Deutschland ist immer wieder von Ressourcenknappheit und sinkenden Besucherzahlen bedroht. Deshalb ist das Marketing eines Theaters von großer Bedeutung, die Theaterinstitutionen versuchen auf verschiedene Art und Weise Besucher zu gewinnen, von ihrer Qualität zu überzeugen und sich neue Zielgruppen zu erschließen, beispielsweise durch Messen, persönlicher Kommunikation, Werbung, Eventmarketing, Online Kommunikation, Social Media usw. Die Mehrheit der öffentlich-rechtlichen Theater in Deutschland verwendet Social Media Technologie. Hatten im Januar 2011, 74 Prozent einen Facebook Account, waren es im September 2011 schon 90 Prozent der öffentlich-rechtlichen Theater. Ebenso steigen die Fanzahlen der Theater bei Facebook. Die User teilen öffentlich ihr Interesse am Theater.⁶⁶ Die Theater nutzen Ihre Präsenz bei Facebook, um Texte, Fotos, Audio-Beiträge oder Videos mit Ihren Fans zu teilen, aber auch um in einen unkomplizierten Dialog mit Ihren Besuchern zu kommen. Hier entsteht eine direkte und interaktive Kontaktmöglichkeit zwischen Theater und Besucher, wie sie vorher nur im Publikumsgespräch möglich war. Einem Theaterbesuch schwingt von jeher Vorfreude mit, aber auch eine Unsicherheit bezüglich der Qualität der Veranstaltung. Diese Unsicherheit versuchen die Theaterhäuser durch Informationen den Zuschauern zu nehmen. Dies geschieht inzwischen auch durch Social Media in Form von Trailern über Theaterstücke, welche bei vimeo oder YouTube hochgeladen werden und meist mit dem Facebook Account, sowie der Homepage des Theaters verlinkt werden. Über 60 Prozent der befragten Theaterbesucher nutzt Social Media Profil des Theaters um sich über eine Theaterveranstaltung zu informieren und über 14

⁶⁵ Vgl. Pöllmann 2013, 175.

⁶⁶ Vgl. Ebd. 147ff.

Prozent gaben an, sich bei der Wahl ihres Vorstellungsbesuches durch Kommentare in Social Media Anwendungen zu orientieren.⁶⁷ Eine Auswirkung von Social Media ist, die Erweiterung der Möglichkeiten zur Partizipation an kulturellen und künstlerischen Prozessen. Crowdfunding ist eine Möglichkeit davon, hiermit können Projekte finanziert werden. Das klassische Crowdfunding Projekt wird über das Internet organisiert und basiert auf der Grundidee, dass eine Vielzahl von Personen Geld für eine Projektidee gibt und im Gegenzug eine Gegenleistung erhält z.B. eine Danksagung oder ein Blick hinter die Kulissen. Findet das Projekt nicht statt, erhalten die Unterstützer ihr Geld zurück. Die Unterstützer sind meist nicht nur finanziell beteiligt, sondern auch emotional, da Sie Geld für etwas geben, was sie gerne sehen möchten, für was sie eine Leidenschaft haben. Somit haben Bürger bei einem Crowdfunding Projekt eines Theaters die Möglichkeit mitzuzentscheiden, Projekte zu fördern und der Entstehungsprozess einer Veranstaltung wird für Sie transparenter. Bürger finanzieren somit Kultur, die Sie interessiert. Im Gegenzug rückt das Theater damit näher an das heran, was Bürger interessiert, das Stadttheater wird wieder zu „ihrem“ Theater. Social Media schafft neue Möglichkeiten zur Mitgestaltung von Welt, also auch von Kunst und Kultur. Beispielsweise hat das Theater in Dessau im März 2014 ein sogenanntes „Tweetfonie“ Konzert veranstaltet. Es konnte im Vorfeld eine Melodie per Twitter gesendet werden, Melodien wurden ausgewählt, bearbeitet und von dem Generalmusikdirektor Antony Hermus und der anhaltischen Philharmonie gespielt. Diese 53 Uraufführungen waren am 2. und 3. März live in Form eines Online-Streams zu sehen.⁶⁸ Weitere Experimente wagten die fünf teilnehmenden Theater, der von Twitter initiierten Twitter-Theater-Woche. Ziel war es einen exklusiven Einblick über Twitter in die jeweiligen Theater zu geben. So gab es vom Schauspielhaus Bochum einen Blick hinter die Kulissen, oder eine Twitter-Live-Übertragung des Stücks „Demokratie“ vom Deutschen Theater Berlin. Das Residenztheater München hatte sogar Twitter-Statisten welche live von der Bühne aus twitterten.⁶⁹ Auch an eine Livetwitter-Einladung für Zuschauer haben sich manche Theater inzwischen schon herangewagt.⁷⁰ Mit sogenannten „Tweetups“ oder „Twitterlogen. Die Idee hierzu kommt ursprünglich aus den Museen, wo bereits ähnliche Veranstaltungen stattgefunden haben unter dem Motto „Twittern im Museum“. Ziel eines Tweetups ist ein gemeinsamer Austausch auf Twitter über ein Kulturereignis. Christian Gries, einer der Mitinitiatoren von Tweetups fragt auf

⁶⁷ Vgl. Ebd. 172ff.

⁶⁸ Weiterführende Informationen zu Tweetfonie unter: <http://www.tweetfonie.de/>

⁶⁹ Weiterführend Informationen zu der Twitter Theater Woche siehe: <https://blog.twitter.com/de/2013/vorhang-auf-die-twitter-theater-woche-5-tage-5-theater-5-stucke-und-ihr-mittendrin>

⁷⁰ Vgl. Peter 2014.

seinem Blog „Was kann das Twittern zur Inszenierung beitragen?“⁷¹ Seine Antwort darauf ist:

Denkweite und Dichte schaffen. Transparenz und Authentizität. Den Menschen im Theater abbilden.[...] Vertiefung von Informationen und Ausweitung [...] ins Digitale. Liveerlebnisse nach außen spiegeln. Neugier wecken. Kontextualisierung und Relevanz eines Themas steigern. Unterschiedliche Wahrnehmungen und Bewertungen einer Inszenierung dokumentieren.⁷²

Livetwitterer beschreiben das gemeinsame Twittern in Theatervorstellungen habe eine gemeinschaftsstiftende Wirkung und sei ein „Tuschelersatz“. Außerdem nahmen sie wahr, dass es zu einer gesteigerten Aufmerksamkeit bei ihnen führe und zu einer tieferen Auseinandersetzung mit dem auf der Bühne Dargestellten.⁷³ Die Autorin Anne Peter machte beim Theatercamp⁷⁴ des Thalia Theaters Hamburg in dem Stück „In der Republik des Glücks“ den Selbstversuch und stellte neben positiven Aspekten eines Tweetups auch fest:

Während ich kurz vor der Vorstellung noch optimistisch mutmaßte, geteilte Aufmerksamkeit müsse ja nicht unbedingt schlecht sein, fühlte ich mich diesbezüglich nach der Vorstellung doch sehr zwiespalten. Das Bühnengeschehen zu verfolgen, selbst zu twittern, die Tweets der anderen zu lesen oder gar noch auf sie zu reagieren (dies vor allem), war meinem Empfinden oder Vermögen nach ein kaum zu leistender Gleichzeitigkeitsoverkill. Mancher Bühnenmoment hat es gar nicht erst bis in mein Hirn geschafft.⁷⁵

Tweetups breiten die Diskurszone aus und die Zuschauer erhalten mehr Freiheiten, als ihre Meinung in einem Publikumsgespräch, durch Klatschen oder Buhrufe kundzutun. Der interaktive, Prozess der während einer Theatervorstellung zwischen Publikum und Theater stattfindet, wird so ergänzt. Schon Brecht träumte in seiner Radiotheorie, welche bereits im zweiten Kapitel zitiert wurde, davon ein interaktives Medium, wie jetzt Social Media zu haben. Brecht wollte mit dem epischen Theater nicht nur das Gefühl des Zuschauers ansprechen, sondern eher den Verstand. Er forderte „Nüchternheit auf der Bühne wie im Zuschauerraum, wünschte sich ein Publikum >>wie im Sportpalast<<, das in der distanzierten Haltung von >>rauchenden Beobachtern<< die Vorgänge auf der Bühne verfolgt.“⁷⁶ Das epische Theater und Tweetups haben die Kommentare über das Bühnengeschehen gemeinsam. Brecht lies Bühnenfiguren das Geschehen auf der Bühne kommentieren, als sogenannten V-Effekt, um die Handlung zu unterbrechen und

⁷¹ Gries 2013

⁷² Ebd.

⁷³ Vgl. Peter, 2014

⁷⁴ Veranstaltung des Thalia Theater Hamburgs mit dem Ziel das sich Kulturschaffende und Kulturinteressierte sich über Social Media und Social Media Marketing und deren Integration in verschiedene Arbeitsbereiche austauschen oder diese neu entdecken möchten. Siehe hierzu auch <http://timel-ne.de/theatercamp/programm/>

⁷⁵ Peter, 2014

⁷⁶ Simhandl, 2007, 247.

den Zuschauer zum Nachdenken aufzufordern. Nicht alle Inszenierungen eignen sich gleichermaßen für das Livetwittern, „so wie verschiedene Theaterformen, Regiestile, Schauspielweisen unterschiedliche Rezeptionsweisen erfordern, etwa je nach Grad an Einfühlung oder an Verfremdung“⁷⁷ Es wäre beispielsweise kontraproduktiv von einem Theaterbesuch aus zu twittern, dessen Stückinszenierung darauf ausgelegt ist die Zuschauer emotional mitzunehmen. Geeigneter sind hierfür Inszenierungen bei welchen die vierte Wand fällt und eine Rezeption wie im epischen Theater gefragt ist. Also Inszenierungen welche „stark assoziativ, dekonstruktiv oder interaktiv funktionieren“⁷⁸. Digital Natives sind es gewohnt, alles was sie erleben, zu teilen und zu kommentieren. Schreiben und Posten ist nicht nur Kommunikation sondern auch eine Art der Reflektion ob nun über Twitter, WhatsApp, Facebook oder auf einem Blog. Dies wirkt sich demzufolge auch auf Ihre Art und Weise der Rezeption aus, der sozialmedialisierte Rezipient nimmt anders wahr. So sagt die Schauspielerin Bianca Pratorius beim Theatercamp 2012 im Thalia Theater: „Mein Hirn braucht zwei, drei Fenster, die gleichzeitig offen sind, um konzentriert funktionieren zu können. Es ist ein bisschen selbstgemachtes ADHS.“⁷⁹ Dieses Zitat zeigt, dass, das Phänomen second screen, welches schon unter 3.4 erwähnt wurde, in Form von Tweetups auch in den Theatern Einzug hält.

Man kann das schockierend oder gut finden, sollte aber damit rechnen, dass in ein paar Jahren entweder die Theater leerer oder diejenigen die es gewohnt sind, immer alles, was sie erleben, zeitnah zu kommentieren, in der Mehrzahl sein werden.[...]vielleicht kann man gemeinsam mit ihnen herausfinden, was möglich ist. Was funktioniert Und was eher nicht. Wenn Theater sich dafür interessieren, wie zukünftige Zuschauer ticken, dann tun sie gut daran, mit den neuen Kommunikationsformen zu experimentieren und sie auf ihr Potential fürs Theater hin abzuklopfen.⁸⁰

Theater Tweetups sind bisher noch ein Experimentierfeld, bei welchem noch lange nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft sind. Jochen Strauch vom Thalia Theater Hamburg warf beim Theatercamp die Frage auf „Wie befreien wir die Sozialen Medien vom marktorientierten Erfolgsdruck und nutzen sie künstlerisch“⁸¹ Selbiges gilt für die Theaterpädagogik, auch hier gilt es zu experimentieren und Social Media auf sein künstlerisches und soziales Potential für die Theaterpädagogik abzuklopfen.

⁷⁷ Peter, 2014

⁷⁸ Ebd.

⁷⁹ Ebd.

⁸⁰ Ebd.

⁸¹ Behrendt 2013.

4.2. Social Media in der theaterpädagogischen Praxis mit Jugendlichen

Wenn ein theaterpädagogisches Projekt Jugendliche als Zielgruppe hat, kann der Theaterpädagoge davon ausgehen, dass seine Zielgruppe großteils ein Smartphone besitzt und das Internet für sie nicht nur Technik, sondern Lebensraum ist. In welchem sie, neben kommunizieren und informieren, auch gestalterisch unterwegs sind. Indem sie Videos drehen und ins Netz hochladen, oder Bilder schießen und bearbeiten und Texte schreiben und mit ihrer Community teilen. Felix Rellstab schreibt: Theaterpädagogen sind „weder Generäle noch Dompteure[...]sondern Heger und Pfleger – Gärtner!“⁸² Im Kontext von Social Media stellt sich die Frage: Welche Bedürfnisse haben Digital Natives in einem theaterpädagogischen Projekt, wie „pflegt“ der Theaterpädagoge sie und bringt ihr Potential zum blühen?

4.2.1. Vorbereitung und Organisation

Social Media hat sich schon längst in den Vorbereitungsprozess von vielen Theaterprojekten geschlichen, ohne dass wir dies bewusst wahrnehmen würden. So ist es inzwischen Gang und Gebe, dass zu Recherchezwecken bezüglich des Stückes oder Themas Google, YouTube oder Wikipedia befragt wird. Aber nicht nur in der Recherche kann Social Media die Organisation eines theaterpädagogischen Projektes erleichtern. Auch in der organisationsbedingten Kommunikation mit Veranstaltern und Teilnehmern bringt Social Media Vorteile für den Theaterpädagogischen Arbeitsalltag mit. Denn das Phänomen „always on“ hat bei Jugendlichen den Vorteil, dass man sie in sozialen Netzwerken im Gegensatz zu Telefon und E-Mail erreicht, um Absprachen zu treffen. Gerade für die Probenorganisation ist dies von Vorteil. Hierfür bietet sich auch Doodle⁸³ an, ein Online Kalender welcher die Terminorganisation unkompliziert gestaltet. In 4.1 wurde die Finanzierung von Kulturprojekten durch Crowdfunding bereits vorgestellt. Da es bei theaterpädagogischen Projekten oft an finanziellen Mitteln mangelt, bieten sich auch hiermit neue Chancen der Finanzierung von Projekten. Hier kann der Theaterpädagoge die jugendlichen Teilnehmer mit ins Boot nehmen, um das Budget für Ihr Projekt aufzustocken. Jeder Jugendliche hat laut der BITKOM Studie „Soziale Netzwerke“ durchschnittlich 184 Kontakte in einem sozialen Netzwerk⁸⁴ Das ist eine Ressource, die für das Bewerben einer Finanzierung über Crowd Funding genutzt werden kann. Denn hat eine Theatergruppe beispielsweise zehn Teilnehmer sind das 1840 Kontakte, die erreicht werden können, teilen jeweils zwanzig dieser 184 Kontakte

⁸² Rellstab 2000, 45.

⁸³ Für weitere Informationen siehe unter <http://doodle.com/de/>

⁸⁴ BITKOM 2011, 12.

das Projekt weiter, so werden 5520 Menschen mit dem Anliegen mit minimalen Aufwand erreicht. Auch das Bewerben der Abschlusssaufführung kann so mit den Spielern zusammen beworben werden. Hier bietet sich auch die Möglichkeit, das gestalterische Potential von jungen Menschen innerhalb von Social Media zu fördern, zu bestärken und mit in das Projekt zu integrieren. Unter Jugendlichen ist es gängige Praxis eigene Bilder zu bearbeiten oder Videos zu drehen und mit ihrer Community zu teilen. 65 Prozent der Befragten der BITKOM Studie „Soziale Netzwerke 2013“ gaben an, eigene Fotos und Filme hochzuladen, sei eine der häufigsten Funktionen, welche sie innerhalb von sozialen Netzwerken nutzen.⁸⁵ Es bietet sich also an, es den großen Theaterhäusern (z.B. Thalia Theater Hamburg, Staatstheater Nürnberg) gleichzutun und Trailer für die Vorstellung zu drehen und diese in der Öffentlichkeit zu teilen, auch ein Interview mit einzelnen Spielern ist denkbar. In diesem Zuge sei die Möglichkeit einer eigenen Facebookseite für die Theatervorstellung zu erwähnen. Diese kann zusammen mit den Spielern gestaltet werden und Sie können Texte, Informationen, Bilder und Videos hochladen und somit auf den Theaterabend oder das Projekt neugierig machen. Soziale Netzwerke bieten auch die Chance zur Vernetzung innerhalb einer Theatergruppe, in Form einer WhatsApp oder Facebook Gruppe. Dies erleichtert die Kommunikation innerhalb einer Gruppe und kann gemeinschaftsstiftend wirken, und kann somit als Werkzeug zur Ensemblebildung verstanden werden.

4.2.2. Social Media in der Probenphase eines Projektes

Social Media lässt sich innerhalb der Theaterpädagogik jedoch zu mehr einsetzen, als Marketingwerkzeug oder Organisationsoptimierung. Social Media kann auch bei der Entstehung von Kunst mitwirken, wie man an dem Beispiel der Tweetfonie (siehe Kaptiel 4.1) sieht. Der Bund deutscher Amateurtheater (BDAT) hat mit seinem Projekt „Theater trifft Facebook“ im Jahr 2013 sogar Pionierarbeit in Sachen Social Media und Theaterpädagogik gemacht. Das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend geförderte Projekt hatte Partizipation und den interkulturellen Dialog als Zielsetzung und stellte sich in diesem Kontext die Fragen:

Was passiert, wenn Theater als ältestes soziales Medium auf facebook trifft? Wie kann sich ein Theaterprojekt interaktiv im social-media-Raum entwickeln? Wie werden die partizipativen Möglichkeiten wahrgenommen und auf welche Weise können sie die Entwicklung eines Theaterprozesses beeinflussen?⁸⁶

Konkret sah das Projekt so aus, dass drei verschiedene Theatergruppen sich miteinander nur dreimal zum Proben trafen. Den Rest der Probenzeit probte jede

⁸⁵ Vgl. BITKOM 2013, 24.

⁸⁶ Tomruk, 2013

Gruppe für sich und es wurde innerhalb von Sozialen Netzwerken, über die Ergebnisse kommunizierte. Dies erfolgte mit Video-, Foto- und Textbeiträgen über Facebook und dem eigens dafür eingerichteten internen Blog des Projektes. Hier erstellten die Teilnehmer unter anderem auch eigene Rollenprofile und kommunizierten in ihrer Rolle im Netz miteinander.⁸⁷ Weitere Möglichkeiten Social Media in den Probenprozess einer Inszenierung mit Jugendlichen einzubinden, besteht im Bereich des szenischen Schreibens. Hier besteht bei vielen Übungen die Möglichkeit des Transfers in ein Soziales Netzwerk oder einen Blog. Damit wurde bei dem Projekt „Nähe 5.1“ experimentiert, hier nutzte die Theatergruppe „Salz&Licht“ eine Facebook Gruppe als Virtuelle Schreibwerkstatt, um über das Thema Nähe und Distanz Texte für eine Theatercollage zu schreiben. In dieser nur für die Teilnehmer ersichtlichen Gruppe, wurden zwei Monate vor einem gemeinsamen Probentreffen Schreibimpulse gegeben und gemeinsam an Dialogen und Textfragmenten geschrieben. Die Teilnehmer des Projektes nahmen nach dem Projekt an einer Umfrage teil.⁸⁸ Alle Teilnehmer waren sich einig, dass die Schreibwerkstatt auf Facebook unkompliziert gewesen sei, 62,5 Prozent der Teilnehmer habe sie Spaß gemacht und 12,5 % fanden Sie wiederum nervig. Die beliebtesten Schreibaufgaben unter den jugendlichen Teilnehmern war das Schreiben von Dialogen und das vervollständigen von Sätzen. Beispielsweise konnten die Jugendlichen bei den Dialogen eine Situation posten und deren beteiligte Figuren benennen. Daraufhin entspann sich innerhalb der nachfolgenden Kommentare zu dem Post ein Dialog der von mehreren Usern der Gruppe geschrieben wurde. Selbiges Prinzip wurde auf das vervollständigen von Sätzen angewandt. Auf die Frage, was Sie an dem Schreiben auf Facebook so interessant fanden, antwortete ein Teilnehmer „Man musste sich nicht irgendwo treffen. Wenn einem etwas eingefallen ist, konnte man es sofort posten.“ Ein anderer Spieler antwortete auf diese Frage

Die Hürde, etwas in Worten fest zu binden ist nicht so groß. Ich bringe es schneller und unbekümmerter übers Herz etwas zu tippen als etwas auf Papier zu schreiben. Denke zwar schon auch gut nach, bevor ich etwas poste, aber es fließt etwas mehr. Vielleicht, weil es mich ans chatten erinnert und ich da ja auch relativ schnell einfach tippe, ähnlich wie ich spreche.⁸⁹

Der Einsatz von Social Media Technik gehört für diese Jugendlichen so zur alltäglichen Gewohnheit, dass die Schwelle etwas zu formulieren hiermit inzwischen niedriger ist als mit Stift und Papier. Durch diesen Transfer von Übungen des szenischen Schreibens in den Social Media Kontext, werden die Jugendlichen dort abgeholt wo sie sind. „Wen du führen willst, dem folge“ schrieb schon der französische Philosoph

⁸⁷ Vgl. Ebd.

⁸⁸ Siehe Anhang

⁸⁹ Siehe Anhang

Michel de Montaigne. Viele dem Theaterpädagogen bereits bekannte Methoden lassen sich mit der Social Media Technologie kombinieren; hier seien nur einige weitere Möglichkeiten aufgezählt: Figurentagebücher auf Twitter oder einem Blog, Videos mit dem Smartphone drehen, einen die Probe begleitenden Blog, Fotografieren von Standbildern mit dem Smartphone oder Selfies. All dies kann für die Jugendlichen ein vereinfachter Einstieg über die Ihnen vertraute Social Media Technologie hin zum anfangs befremdenden Theaterspielen sein. Aber Social Media bietet mehr Potential als nur ein „Köder“ zu sein, der Jugendliche für das Theaterspielen begeistert. Es ist auch ein neuer Weg, eine neue Form des Gestaltens mit ihren eigenen Regeln und ihrer eigenen Ästhetik. Es werden durch das Verwenden von Facebook, YouTube usw. keine Grundsätze der Theaterpädagogik in Frage gestellt, es ist eher als zeitgenössische Methodenerweiterung zu sehen.

4.2.3. Einsatz von Social Media auf der Bühne

Das Theater experimentiert, wie bereits in 4.1 ausgeführt wurde, momentan schon mit Social Media innerhalb einer Inszenierung. Inwieweit diese Experimente wie z.B. der ausführlich geschilderte Tweetup, im theaterpädagogischen Kontext förderlich einzusetzen ist, ist noch offen. Hier besteht bisher noch ein Mangel an erkenntnisbringenden Erfahrungen, die über den Einsatz von Videoprojektionen und YouTube Videos hinausgehen. Das Potential der Inaktivität von Social Media, wurde im Bereich der theaterpädagogischen Inszenierungsarbeit, noch nicht hinreichend erforscht. Fraglich ist, ob gerade der Tweetup für die theaterpädagogische Arbeit geeignet ist. Bedenkt man das Theaterspiel, einen sicheren und geschützten Rahmen voraussetzt. Durch die geschaffene Vertrauensbasis, können Grenzen überschritten und neues gewagt werden. Gerade diese Grenzerfahrungen sind wertvoll, den durch sie: Wachsen persönliche und künstlerische Ausdrucksmöglichkeiten der Jugendlichen; erweitert sich das Verständnis von Gesellschaft und Kunst; entdecken sie ihre Stärken und Schwächen; können sie Identitätsfindung im Rollenspiel betreiben. All dies, ist durch das Teilen des Geschehens in der Gruppe mit einer Online Community, gefährdet. Das Wissen um die Veröffentlichung und die nach sich ziehenden Kommentare, kann die Teilnehmer beim Entdecken theatraler Fähigkeiten und Fertigkeiten hemmen. Nicht zu unterschätzen ist auch, dass Kommentare im Internet destruktiv und vernichtend sein können, da oft ungefiltert und anonym gepostet wird. Wird also in der theaterpädagogischen Praxis, mit dem Format Tweetup experimentiert, sollte eine Voraussetzung für den Schutz der Teilnehmer sein, dass die Gruppe sich in der Performing Phase befindet. In dieser gruppendynamischen Phase ist eine Gruppe

bereit, ihre Ideen der Öffentlichkeit zu präsentieren. Ebenso sind die Rollen innerhalb der Gruppe gefestigt, was eine wichtige Voraussetzung für den gemeinsamen Umgang, mit den Reaktionen des Publikums und dem Dialog mit dem Publikum ist. Denkbar wäre der Einsatz von Social Media, ähnlich wie beim Tweetup, eher bei postdramatischen Inszenierungen. Die mit dem Wegfallen der vierten Wand spielen. Beispielsweise bei dem Stück „cellphone slaves“, welches bei dem Festival der Schultheater der Länder 2010 in Nürnberg, von dem Kurs für darstellendes Spiel der Fridtjof-Nansen-Schule, Flensburg gespielt wurde. Die Gruppe hatte sich mit Ihrer Inszenierung zum Ziel gesetzt mittels eines leibhaftigen „Laborversuchs“ auf die Gefahren, welche von neuen Medien ausgehen, aufmerksam zu machen. Die Zuschauer hatten die Möglichkeit Darsteller, während der Aufführung anzurufen und Ihnen Nachrichten mit Handlungsaufforderungen zu senden. Es kommen: „witzige, alberne, banale, obszöne Anweisungen, tu dies, sag da, lauf herum, zieh dich aus, hole Leute auf die Bühne, schrei herum“⁹⁰. Schließlich steigert sich dies „bis nervenzerfetzende Klingeltöne dem eine Ende bereiten, die Spielerinnen und Spieler in verzweifelt Brüllen ausbrechen, die Handys zertreten“⁹¹ Die Gruppe selbst nannte ihre Inszenierung „eine mediale performance“. Bianka Zeitler und Werner Taube, die der Aufführung beiwohnten, bezeichneten die Spielleiterin als mutig, sich auf solch ein Experiment „einzulassen, dessen Ausgang jedes Mal wieder ungewiss ist.“⁹² Solche Experimente sind interessant und wichtig, um neue Möglichkeiten zu entdecken, sie bergen jedoch immer die Gefahr Teilnehmer bloßzustellen oder zu überfordern. Deswegen sollte nicht leichtfertig mit der Social Media Technologie innerhalb der Inszenierung gespielt werden. Sondern der Theaterpädagoge sollte gut abwägen ob seine Gruppe für solch ein Experiment bereit ist. Eine gute Vorbereitung der Gruppe, auf das, was sie erwarten wird, Handlungsmöglichkeiten und Varianten, der Unterschied zwischen Privat und Persönlich, ist deshalb unabdingbar. Denkbar wäre auch ein Theaterstück bei welchem das Publikum an Wendepunkten den weiteren Handlungsverlauf per Online Abstimmung in einem Sozialen Netzwerk entscheiden kann. Auch im Kontext von Improvisationstheater gibt es viele Transfermöglichkeiten. Statt beispielsweise das Publikum Sätze auf Zettel schreiben zu lassen, welche die Spieler in Ihr Spiel einbinden müssen, könnte dies mit Twitter Nachrichten geschehen usw. Was all dies vereint, ist eine Verstärkung der Interaktion während des Theaterabends zwischen Darsteller und Publikum.

⁹⁰ Taube & Zeitler 2011, 34.

⁹¹ Ebd.

⁹² Ebd.

4.2.4. Bedürfnisse von Social Media geprägten Jugendlichen

Bei der theaterpädagogischen Arbeit mit Digital Natives darf, neben den Möglichkeiten welche die Social Media Technologie bietet, nicht vergessen werden, dass, wie bereits im zweiten und dritten Kapitel dieser Arbeit erläutert wurde, Medien immer eine Auswirkung auf die Gesellschaft haben. Also auch ganz konkret auf die Gruppe von Jugendlichen, die mit dem Theaterpädagogen im Stuhlkreis sitzt. Einige dieser Auswirkungen wurden im dritten Kapitel bereits erläutert, und schaffen somit ein Verständnis für die Zielgruppe Jugendliche. Einige dieser Auswirkungen werden hier nun noch einmal im Kontext von Theaterpädagogik etwas genauer betrachtet.

4.2.4.1. Sinnliche Wahrnehmung

Was der Theaterpädagoge bei aller Begeisterung für die neue Medientechnologie und deren Möglichkeiten, nicht vergessen sollte ist, dass die Zeit, welche er hiermit im Probenprozess mit den Jugendlichen verbringt, Zeit ist, in welcher der Körper nicht sehr aktiv eingebunden ist. Jürgen Weintz befürchtet, dass durch „die Allgegenwart von Imaginationsmaschinen und Kommunikationstechnologie“⁹³ es zu einem „Verlust von echten Lebens-, Erfahrungs-, Gestaltungs- und Kommunikationsräumen“⁹⁴ komme. Betrachtet man diese These aus einem Verständnis heraus, dass wie unter 3.3 geschildert, das Netz als erweiterten Lebensraum sieht, werden hier Erfahrungen gemacht, die durchaus echte Auswirkungen haben, selbiges gilt für Gestaltung und Kommunikation. Was sich jedoch schwer leugnen lässt ist, dass die Sinnliche Wahrnehmung bei der Benutzung der Social Media Technologie nicht ganzheitlich gefordert und gefördert wird. Die digitale Kommunikationstechnologie vernachlässigt einige Kommunikationsebenen menschlicher Interaktion. Zwar ist es inzwischen möglich Bilder, Videos und Sprachnachrichten zu versenden und sogar ein Video Live Chat ist möglich, doch die häufigste Form der Kommunikation in Sozialen Netzwerken ist das getippte Wort. Die Kommunizierenden können zwar zahlreicher Emoticons bedienen, nehmen jedoch weder die gegenwärtige Mimik, Gestik noch sonst einen Körperausdruck wahr. Auch der Stimmausdruck, die Positionierung im Raum, die Atmosphäre im Raum oder der Gemütszustand, in welchem der andere sich befindet, können nicht mit den Sinnen wahrgenommen werden. All diese sinnlichen Wahrnehmungsmöglichkeiten und körperlichen Ausdrucksmöglichkeiten, werden bei einer Kommunikation innerhalb von sozialen Netzwerken oder mittels Instant Messaging Diensten nicht gefördert. Aufgrund dessen kann es leichter zu

⁹³ Weintz, 2008, 27.

⁹⁴ Ebd.

Missverständnissen kommen. Um dies zu vermeiden, wird Wort- und Zeichenreich kommuniziert. Um alles was durch die Sinne noch wahrnehmbar wäre, mittels Emoticons und Worten auszudrücken. Daraus folgend ist, deshalb anzunehmen, dass die Zielgruppe sich ihrer körperlichen Ausdrucksmöglichkeiten nicht in voller Gänze bewusst ist, oder darin geübt ist. Gleiches gilt für die sinnliche Wahrnehmung. Gemeint ist hier eine ganzheitliche Wahrnehmung, nicht nur, wie bei den digitalen Medien auf visuelle und auditive Wahrnehmung eines Gegenstandes, Person oder Raumes beschränkt. Anzunehmen ist auch, dass es Jugendliche durch den Fokus auf die schriftliche Kommunikation leichter fällt etwas in Worten auszudrücken als mit dem Körper. War Wahrnehmungs- und Ausdrucksschulung bisher ein Anliegen der Theaterpädagogik, gewinnt es in Zeiten von Social Media noch mehr an Bedeutung und Wichtigkeit. Bei einem Projekt mit Jugendlichen sollte dies im Hinterkopf behalten werden und darauf mit entsprechenden Übungen reagiert werden, um eine ganzheitliche Kommunikation zu fördern. Und die jungen Menschen in Ihrer Ausdrucks- und Wahrnehmungskompetenz zu fördern.

4.2.4.2. Privat und Öffentlich

Das Verständnis der Jugendlichen, was Privat und was Öffentlich ist, ist geprägt durch die Kultur des Teilens aller Tätigkeiten, Ansichten und Vorlieben innerhalb eines sozialen Netzwerkes. Wie bereits unter 3.5 erläutert wurde, verwischen die Grenzen zwischen Privat und Öffentlich immer mehr, und wie unter 3.6 erwähnt wurde sind Digital Natives Identitätsmanager im Netz und gestalten bewusst, wie sie beispielsweise auf Facebook wahrgenommen werden wollten. Social Media bietet den jungen Menschen gewissermaßen eine Bühne im Netz und führt dadurch im Alltag zu Auftritten. Bei diesen Selbstinszenierungen wird die Grenze zwischen real und virtuell, also zwischen dem gelebten und inszenierten Leben, teilweise aufgehoben.⁹⁵ Wenn die Rede davon ist, dass Theaterpädagogik persönliche und soziale Kompetenzen fördert, fällt hierunter auch der Umgang mit der Darstellung in der Öffentlichkeit. Jugendliche geben auf der Bühne, man denke allein an biografisches Theater, auch etwas von sich preis. Auf gewisse Weise ähnlich dem Prinzip des Teilens, sie teilen Geschichten mit einem Publikum. Im Projektprozess lernen die Jugendlichen für sich selbst, bewusst Grenzen zwischen Privatem und dem Bühnengeschehen zu setzen, Verfremdungseffekte einzusetzen und Ihre Geschichten zu Ästhetisieren. Diese, im Projekt, erworbenen Kompetenzen im Umgang mit Medien und Öffentlichkeit waren vor Facebook und Twitter schon wichtig. Doch angesichts der aktuellen Entwicklung, und der bereits unter

⁹⁵ Vgl. Damm 2013, 71.

3.6 erläuterten Gefahr durch Cybermobbing, sind sie wichtiger denn je. Schon Platon befürchtete in dem in 2.2.2. erwähnten Phaidros-Dialog, dass das geschriebene Wort, misshandelt und missbraucht werden könnte. Diese Gefahr besteht noch immer, gerade in sozialen Netzwerken. Die hier veröffentlichten Informationen sind vor Missbrauch nur bedingt geschützt. Einmal im Netz, kann eine Information beliebig oft geteilt und kommentiert werden. Was gut sein kann, handelt es sich z.B. um eine Einladung zu einer Theateraufführung. Was aber auch weniger gut sein kann, handelt es sich z.B. um einen heiklen Partyschnappschuss. Die durch die neuen Medien entstandene Offenheit, bietet Chancen der Vernetzung und Beteiligung, sie birgt aber auch die Gefahr missbraucht zu werden. Die Technologie entscheidet dies nicht, sondern die Art und Weise wie die Gesellschaft damit umgeht. Während eines Theaterprojektes, können junge Menschen spielerisch, erforschend und vor allem reflektierend, in einem anderen Kontext dem Thema „Privat und Öffentlich“ begegnen und dafür sensibel werden. Die hier erworbenen Kompetenzen kann der Jugendliche bestenfalls, in seinem Umgang mit diesem Thema im Kontext von Social Media anwenden. Weiß der Theaterpädagoge um dieses Bedürfnis der Zielgruppe Bescheid, kann er an passenden Punkten im Projektprozess, Raum für Sensibilisierung zu diesem Thema durch entsprechende Übungen, Aufgaben und Reflektionen schaffen.

4.2.5. Medienpädagogik und Theaterpädagogik

In einer Zeit, in der die Medienkompetenz in fast allen Lebensbereichen nötig ist und gefordert wird, stellt sich die Frage, wie viel Medienpädagogik braucht es in der Theaterpädagogischen Praxis mit Jugendlichen? Theaterpädagogik ist kulturelle Bildung, Bildung zur kulturellen Partizipation an einer Gesellschaft. Wie im dritten Kapitel bereits angerissen wurde, gilt ähnliches für die Medienpädagogik. Eine Studie über Internet und Digitale Bürgergesellschaft schreibt:

Je mehr die öffentliche Meinungsbildung durch die Kommunikation via Social Web beeinflusst wird, desto wichtiger ist es, dass alle Mitglieder der Gesellschaft Zugang zu diesem Kommunikationsraum haben und über die entsprechende Medien- und Kommunikationskompetenz verfügen.⁹⁶

Die Medienpädagogik hat also auch die Partizipation am kulturellen Leben einer Gesellschaft zum Ziel. Theaterpädagogik und Medienpädagogik wollen Mündigkeit und Selbständigkeit in Bezug auf Medien oder Schauspielkunst fördern. „Beide, Medienpädagogik und Darstellendes Spiel, zielen zumindest konzeptionell, auf den Aspekt reflektierten Handelns, auf Praxis, ab.“⁹⁷ Angesichts dieser Gemeinsamkeiten

⁹⁶ Härtel & Embacher 2011. 23.

⁹⁷ Klepacki 2008, 513.

stellt sich dich Frage: Ist die Förderung der Medienkompetenz von Jugendlichen auch Aufgabe der Theaterpädagogik? Dafür spricht, dass Theater auch ein Medium ist und Theaterpädagogik Menschen ganzheitlich fördern möchte. Dagegen spräche die Gefahr, dass die Theaterpädagogik zu einer Methodenanleihe verkommt um Medienkompetenz zu fördern, ähnlich wie in den 70er Jahren das soziale Lernen das Ziel von theaterpädagogischer Praxis war, und die Methoden der Theaterpädagogik diesem Ziel untergeordnet wurden. Desweiteren besteht die Gefahr, dass wenn der Einsatz von Social Media innerhalb eines Projektes überhandnimmt, sich der Fokus verschiebt von Theater auf Medien verschiebt. Der technische und zeitliche Aufwand sollte nicht unterschätzt werden, noch dazu fehlt die hier eingesetzte Kapazität für das Theaterspiel, welches ja ein zentrales Anliegen der Theaterpädagogik ist. Folglich gibt es darauf keine allgemeingültige Antwort, es bleibt ein Spannungsfeld, das der Theaterpädagoge mit dem Blick, auf seine vor ihm stehende Gruppe, für jedes Projekt neu ausbalancieren muss.

5. Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es momentan weder für Medien noch für Social Media eine allgemeingültige Definition gibt. Der Wunsch nach interaktiven Medien wurde schon von Brecht gehegt. Mit der Bedienerfreundlichkeit, die digitalen Medientechnologie von einem Expertenmedium zu einem Medium für die breite Masse. Daraus entwickelte sich Social Media, welches nicht nur als Technologie sondern auch als soziales Phänomen gesehen werden kann. Social Media zeichnet sich durch seine onlinebasierte, dezentrale, aktuelle, multimediale Art aus. Die Social Media Kultur zeigt ein interaktives, partizipatives, vernetzendes Nutzungsverhalten der Internetuser. Die Zielgruppe Jugend nutzt Social Media bereits aktiv, für sie ist das Internet ein erweiterter Lebensraum. Die Nutzung von Social Media hat Auswirkungen auf die Wahrnehmung der jungen Menschen, es ist normal die Aufmerksamkeit mehreren Medien zu widmen. Die heutige Jugend hat durch die Social Media Technologie mehr Wissenszugänge, um diese aber produktiv zu nutzen, ist Medienkompetenz gefragt, wie nie zuvor. Eine weitere Auswirkung von Social Media ist, dass die Grenzen zwischen Privat und Öffentlich immer mehr verwischen und Jugendliche wichtige Autonomieerfahrungen und Identitätssuche innerhalb von sozialen Netzwerken machen. Auch das Theater wird von Social Media beeinflusst. Die Mehrheit der öffentlich-rechtlichen Theater in Deutschland hat einen Facebook-Account und nutzt diesen zu Marketing, Zwecken sowie, um

Möglichkeiten der Beteiligung und Interaktion mit dem Publikum zu schaffen. Ebenso wird eifrig mit Social Media Diensten auf der Bühne experimentiert z.B. Tweetups. Im Kontext theaterpädagogischer Arbeit mit Jugendlichen, ist Social Media bisher noch nicht gängige Praxis wie etwa der Raumlaf. Dennoch zeichnen sich, neue Möglichkeiten für die Theaterpädagogische Arbeit mit Jugendlichen, ab. Ebenso wie in den großen Häusern lassen sich für ein theaterpädagogisches Projekt die Social Media Dienste für Marketing Zwecke und zur Organisationsoptimierung innerhalb der Gruppe einsetzen. Während dem Probenprozess bieten sie, neue Methoden und Variationen von Methoden z.B. im Bereich des szenischen Schreibens oder in der Rollenarbeit. Desweiteren schaffen Social Media Anwendungen neue Möglichkeiten zur Vernetzung, von der Gruppe, mit anderen Gruppen, mit anderen Theaterpädagogen. Auch mit dem interaktiven Potential von Social Media auf der Bühne, wurden schon erste theaterpädagogische Experimente gewagt. Deutlich wurde hier auch, das Social Media den sicheren und geschützten Rahmen einer Gruppe gefährden kann, und somit den Jugendlichen wichtige Erfahrungen innerhalb der Gruppe rauben könnte. Es wurde klar, dass sich durch die Social Media Technologie, eine Tendenz zur Vernachlässigung von sinnlicher Wahrnehmung und körperlichem Ausdruck entwickelt. Der durch die Theaterpädagogik geschaffene Raum, für Ausdrucks- und Wahrnehmungsschulung, ist wichtiger als je zuvor. Ebenso so entsteht durch Social Media, bei den anzuleitenden Jugendlichen, Defizite im Umgang mit der Grenze zwischen Privat und Öffentlich, auch hier kann theaterpädagogisches Arbeiten, Raum für Sensibilisierung schaffen. Abschließend lässt sich feststellen, dass es durchaus Möglichkeiten für den Einsatz von Social Media innerhalb der Theaterpädagogik gibt. Noch gilt dies als Experimentierfeld und Erfahrungsberichte, sowie Fachliteratur sind rar, doch angesichts der gesellschaftlichen Entwicklung ist ein Experimentieren auf diesem Feld zukunftsorientiert und wichtig, um gerade für die von Social Media geprägte Jugend, Theaterspiel attraktiv zu gestalten. Es geht nicht darum, Theaterpädagogik neu zu erfinden und von Kernaufgaben und Stärken der Theaterpädagogik abzuweichen, es geht vielmehr darum, neue Methoden in die bestehende Praxis zu integrieren.

6. Literaturverzeichnis

6.2. Selbstständige Literatur

BITKOM: Soziale Netzwerke. Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet. Berlin: BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. 2011.

BITKOM: Soziale Netzwerke 2013. Dritte, erweiterte Studie. Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet. Berlin: BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. 2013.

Blanchard, Oliver: Social Media ROI. München: Addison-Wesley 2012.

Böhn, Andreas & Seidler, Andreas: Mediengeschichte. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG 2008.

Erikson, Erik H.: Identität und Lebenszyklus. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 1973.

Härtel, Alexandra & Embacher, Serge: Internet und Digitale Bürgergesellschaft. Berlin: CCCD – Centrum für Corporate Citizenship Deutschland 2011.

Häußler Johnny: Netzgemüse. Aufzucht und Pflege von Generation Internet. München: Wilhelm Goldmann Verlag 2012.

Hünnekens, Wolfgang: Die Ich-Sender: Das Social Media Prinzip - Twitter, Facebook & Communities erfolgreich einsetzen. Göttingen: Business Village 2010.

JIM – Studie 2013: JIM-Studie 2013. Jugend, Information (Multit) – Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger in Deutschland. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest 2013.

Möller, Christoph & Glaschke, Vanessa: Computersucht, Was Eltern tun können. Paderborn: Ferdinand Schöningh GmbH & Co. KG 2013.

Pöllmann, Lorenz: Der Einsatz von Social Media in der Kommunikationspolitik von Theatern. Aachen: Shaker Verlag GmbH 2013.

Rellstab, Felix: Theaterpädagogik. Entwicklung - Begriff - Grundlagen - Modelle - Übungen - Beispiele - Projekte. Reihe schauspiel Band 10 Hrsg. Wädenswill: Verlag Stutz Druck AG 2000.

Schelhowe, Heidi: Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur. Medienbildung für die Persönlichkeitsentwicklung, für die gesellschaftliche Teilhabe und für die Entwicklung von Ausbildungs- und Erwerbsfähigkeit. Berlin: Bundesministerium für Bildung und Forschung. Referat Digitale Medien und Informationsinfrastruktur 2010.

Siebenhaar, Claus & Croll, Jutta.: SLS 13. Bildungs- und Erfahrungsraum Social Web. Berlin: B&S SIEBENHAAR Verlag 2013.

Simhandl, Peter: Theatergeschichte in einem Band. Berlin: Henschel Verlag in der Seemann Henschel GmbH & Co. KG 2007.

Weinberg, Tamar: Social Media Marketing. Strategien für Twitter, Facebook & Co. Köln: O'Reilly 2010.

Weintz, Jürgen: Theaterpädagogik und Schauspielkunst. Uckerland: Schibri Verlag 2008.

6.3. Unselbständige Literatur

6.3.4. Sammelband

Brecht, Bertold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Gesammelte Werke Bd. 18. Bertold Brecht (Hg.) Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag 1967, S.129.

Bender, Gunnar: SLS 13 - Diskussionsplattform zum Verständnis sozialer Medienkompetenz. In: SLS 13. Bildungs-und Erfahrungsraum Social Web. Grundlagen und Perspektiven. Croll, Jutta & Siebenhaar, Claus (Hg.) Berlin: B & S Siebenhaar Verlag 2013, S. 15.

Blum, Barbara & Weber, Sven: Struwelpeter goes Digital – Social Media als Erziehungsaufgabe. In: SLS 13. Bildungs-und Erfahrungsraum Social Web. Grundlagen und Perspektiven. Croll, Jutta & Siebenhaar, Claus (Hg.) Berlin: B & S Siebenhaar Verlag 2013, S. 35.

Damm, Steffen: „Ich bin..Ich!“ Eine Versuchsanordnung. In: SLS 13. Bildungs-und Erfahrungsraum Social Web. Grundlagen und Perspektiven. Croll, Jutta & Siebenhaar, Claus (Hg.) Berlin: B & S Siebenhaar Verlag 2013, S. 70-71.

Dietzen, Agnes: Lebensbegleitendes Lernen. In: Wörterbuch der Theaterpädagogik. Koch Gerd & Streisand Marianne (Hg.) Uckerland: Schibri Verlag 2003, S. 178

Eggert, Susanne: Heranwachsen im Umfeld von Social Media. In: SLS 13. Bildungs-und Erfahrungsraum Social Web. Grundlagen und Perspektiven. Croll, Jutta & Siebenhaar, Claus (Hg.) Berlin: B & S Siebenhaar Verlag 2013, S. 50.

Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Palaver. Politische Überlegungen 1967 - 1973. Enzensberger, Hans Magnus (Hg.) Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 1974, S. 91-129.

Klepacki, Leopold: Medienpädagogik und Theaterpädagogik an der Schule. Über das (Nicht-) Verhältnis zweier fremder Schwestern. In: Theater und Medien. Grundlagen – Analysen – Perspektiven. Eine Bestandsaufnahme. Schoenmakers, Henri; Bläse, Stefan; Kirchmann, Kay; Ruchatz, Jens (Hg.). Bielefeld: transcript Verlag 2008, S. 513.

Kotte, Andreas: Theater als Medium?. In: Theatermedien; Theater als Medium - Medien des Theaters. Pross, Caroline & Landfester, Ulrike (Hg.). Bern: Haupt Verlag 2010, S. 41-66.

Kracht, Günter: Medien. In: Wörterbuch der Theaterpädagogik. Koch Gerd & Streisand Marianne (Hg.). Uckerland: Schibri Verlag 2003, S. 195.

Meyer, Torsten: Aktuelle Kunst, aktuelle Medien und die Schule - 10 Thesen. In: Film, Video und Fotografie in der Schule. Kiss Kultur in Schule und Studium Siemens Art Programm (Hg.) München: Siemens Art Program 2006, S. 4-11.

Roben, Bernd: growing up digital. In: Netkids und Theater. Studien zum Verhältnis von Jugend, Theater und neuen Medien. Richard, Jörg (Hg.) Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH 2002, S. 14-19.

6.3.5. Zeitschrift

Mock, Thomas: Was ist ein Medium? In: Publizistik, Heft 51 (2006) S. 183- 200.

Taube, Werner. & Zeitler, Bianka: Das Schultheater der Länder 2010 in Nürnberg, Der Einsatz neuer Medien im Schultheater. In: Zeitschrift für Theater und ästhetische Bildung. 10 Fokus Schultheater. Theater. Neue Medien (2011) S. 33,34,59.

6.3.6. Zeitung

Simon, Jana: 2014. Lauras Entblößung. Die Zeit (2014), 18.06.2014.

Kraft, Andreas: Jugendliche entwickeln eigene Werte in Netzwerken. Die Zeit (2011), 26.09.2011.

6.3.7. Internetquelle

Behrendt, Barbara: Ein Gewinn für die Kunst?. Theater und soziale Medien. In: www.goethe.de, Stand: Februar 2013.

<https://www.goethe.de/de/kul/tut/gen/tup/20377585.html> (letzter Abruf am 10.08.2014).

Gries, Christian: Als wäre man aus dem Mond Gefallen. Das Residenztheater und die Twitter-Theater-Woche In www.blog.iliou-melathron.de , Stand 14.12.2013 <http://blog.iliou-melathron.de/index.php/2013/12/als-waere-man-aus-dem-mond-gefallen-das-residenztheater-und-die-twitter-theater-woche-ttw13/> (letzter Abruf 21.07.2014).

Haberecht, Anika; Jung Marie; Welle-Ellermann, Martina: Medientheorien. In: www.2.leuphana.de, Stand: 13.05.2008.

<http://www.2.leuphana.de/medienkulturwiki/medienkulturwiki2/index.php/Medientheorien>(letzter Abruf 10.08.2014).

Peter, Anne: Der digitale Spiralblock. Twitter und Theater – Wie die Sozialen Medien im Theater funktionieren (könnten). In: www.nachtkritik.de, Stand: April 2014 http://www.nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=9432%3Atwitter-und-theater-wie-die-sozialen-medien-im-theater-funktionieren-koennten&catid=53%3Aportraet-a-profil&Itemid=83 (letzter Abruf 10.08.2014).

Tomruk, Özge: Weggehen – Dableiben. Facebook lässt nicht mit sich spielen! In: www.bdat.info, Stand 2013 http://www.bdat.info/cms/front_content.php?idcat=241&idart=517&lang=1 (letzter Abruf 10.08.2014).

7. Anhang

7.2. Fünf verschiedene Typen der Social Media Anwendungen

- *Netzwerkplattformen* (auch Social Networks) werden genutzt, um das eigene Netzwerk abzubilden und Kontakte zu pflegen, etwas indem Nachrichten oder Fotos für die Kontakte sichtbar veröffentlicht und kommentiert werden. In Deutschland werden z.B. folgende Netzwerkplattformen genutzt: Facebook, studiVZ, meinVZ, schuelerVZ, MySpace, wer-kennt-wen, Xing, LinkedIn;
- *Multimediaplattformen* dienen der Veröffentlichung unbewegter und bewegter digitaler Bilder sowie von Tönen und Texten: Bilderdateien (z.B. Flickr), Audiodateien (z.B. Podcast.de), Videodateien (z.B. YouTube), Präsentationen (z.B. Slideshare) und Textdateien (z.B. Scribd). Die Inhalte können von den Nutzern kommentiert und bewertet werden;
- *Personal-Publishing-Anwendungen* wie Blogs (z.B. Wordpress) oder Microblogs (z.B. Twitter) werden genutzt, um eigene Inhalte zu veröffentlichen, auf Inhalte anderer zu verweisen und diese zu diskutieren;
- *Kollaborationsplattformen* ermöglichen gemeinsam etwas zu erarbeiten, ein Projekt zu planen (z.B. mit der Projektmanagementanwendung Basecamp) oder Wissen zusammenzutragen (z.B. Wikipedia)
- Anwendungen für Informationsmanagement helfen, Informationen zu ordnen und auffindbar zu machen. Dazu gehören z.B. Social Bookmarking Sites wie Delicious. Hier können Links zu Websites gespeichert werden. Mithilfe von Feedreadern (z.B. Netvibes, GoogleReader) können Nachrichten, z.B. neue Einträge in Blogs, abonniert werden. Der Nutzer muss sich also nicht mehr zu einer Seite hinbewegen, sondern bündelt Informationen, die er abonniert hat. An einem „Ort“.⁹⁸

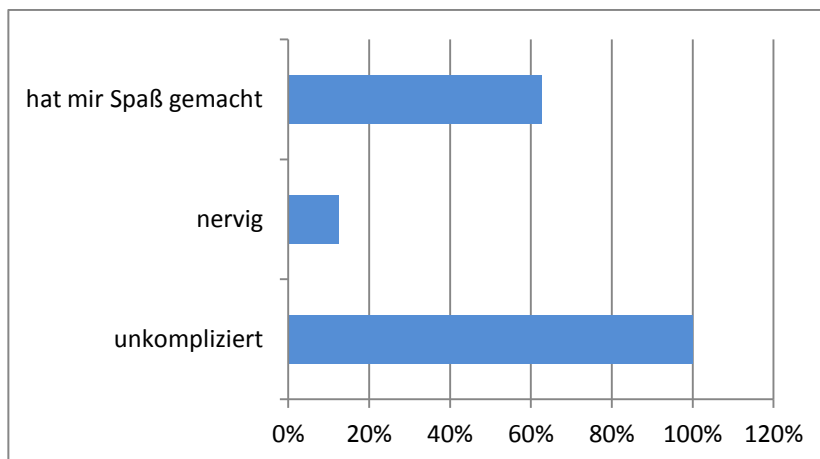
⁹⁸ Härtel & Embacher, 2011, 12f.

7.3. Umfrage zu dem Projekt Nähe 5.1⁹⁹

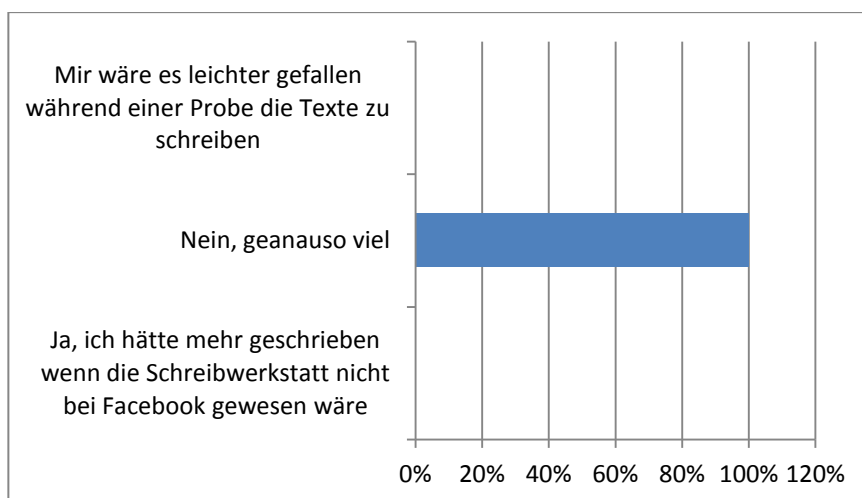
Frage 1: Wie war das Projekt für dich?

- Interessant, sehr praktisch, schön
- Interessant und wirklich sehr kreativ durch viele verschiedene Stimmen zu ganz unterschiedlichen Zeiten. Unabhängig von der Stimmung die man normalerweise an einem einzigen Tag hat.
- Anders, neue und facettenreich
- Lustig, amüsant, herausfordernd, gut
- Sehr kreativ, spannend
- Spannend, lustig, ideenreich
- Spannend, anders (weil vor Publikum), lustig, spaßig
- Coole Idee und cooles Thema

Frage 2: Wie war die Schreibwerkstatt auf Facebook für dich?

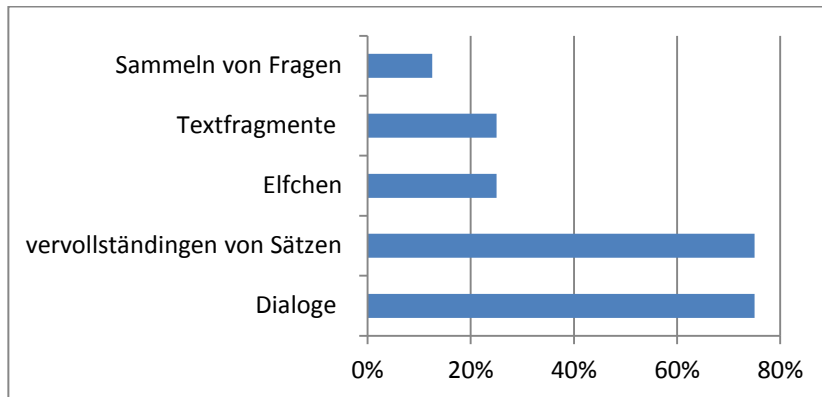


Frage 3: Hättest du dich mehr an der Schreibwerkstatt beteiligt, wenn Sie nicht auf Facebook gewesen wäre?

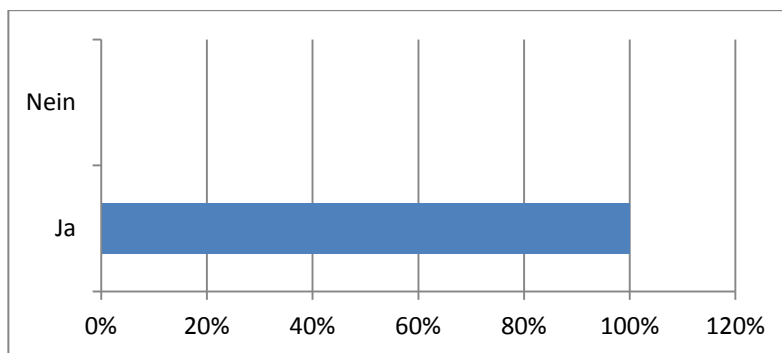


⁹⁹ Die Umfrage wurde anonym auf Survey Monkey im Internet ausgefüllt. Von den freiwilligen Teilnehmern meiner Theatergruppe Salz & Licht (<http://salz-licht-drama.blogspot.de/>), welche an dem Projekt Nähe 5.1 teilgenommen haben.

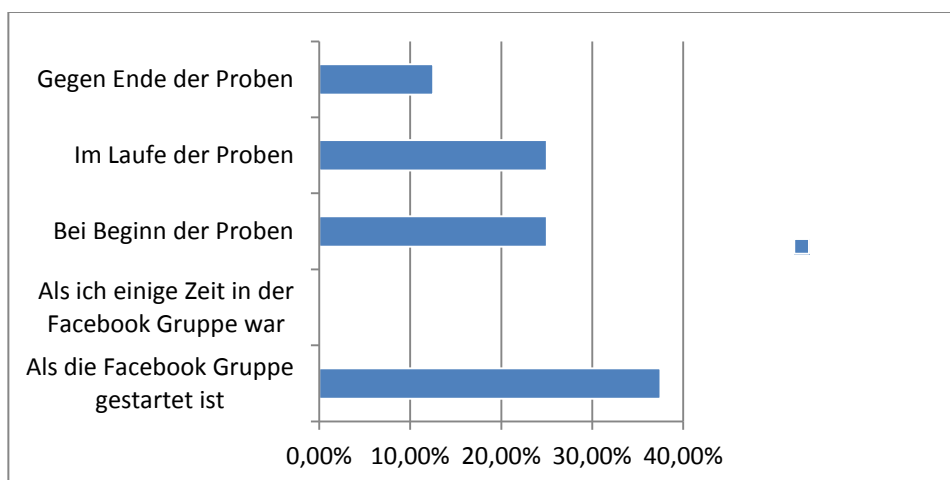
Frage 4: Welche Schreibaufgabe hat dir am meisten Spaß gemacht?



Frage 5: Könntest du dir vorstellen, wieder an einem Projekt mit einer Schreibwerkstatt auf Facebook teilzunehmen?



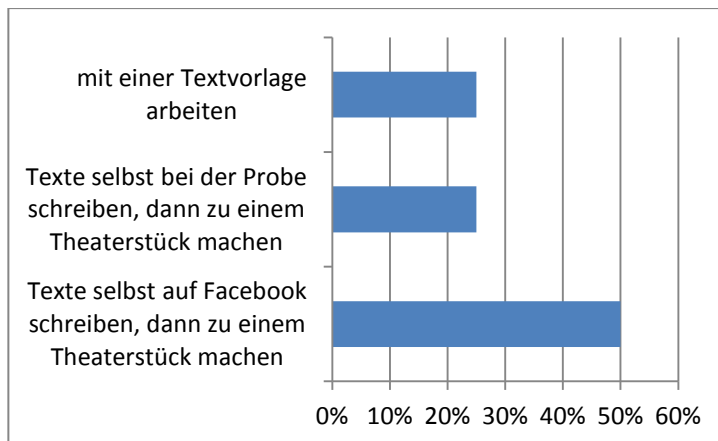
Frage 6: Wann hattest du das Gefühl in einer Gruppe zu sein?



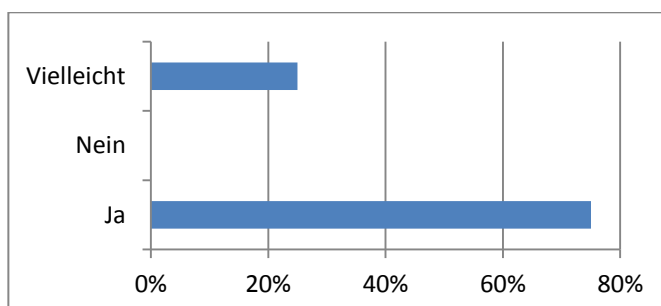
Frage 7: Was war für dich an der Facebook-Schreibwerkstatt interessant?

- Die Hürde, etwas in Worten fest zu binden ist nicht so groß. Ich bringe es schneller und unbekümmerter übers Herz etwas zu tippen als etwas auf Papier zu schreiben. Denke zwar schon auch gut nach, bevor ich etwas poste, aber es fließt etwas mehr. Vielleicht, weil es mich ans chatten erinnert und ich da ja auch relativ schnell einfach tippe, ähnlich wie ich spreche. Mein Tagebuch schreibe ich dagegen viel besonnener und vorsichtiger. Das ist irgendwie was heiligeres, was, das nicht einfach mit irgendwas voll gekritzelt werden sollte, sondern mit bedeutenden Ereignissen in meinem Leben gefüllt ist. Ich schreibe aber auch (wahrscheinlich wegen dieser Einstellung) nur sehr selten Tagebuch... ;)
- Dass jeder seine ganz individuelle Art ohne Hemmungen eingebracht hat.
- Auf welche Ideen die anderen kamen, wie schnell sich manche Konversationen entwickelt haben – andere dagegen einschließen.
- Man musste sich nicht irgendwo treffen. Wenn einen etwas eingefallen ist, konnte man es sofort posten.
- Dass jeder anders denkt und Texte anders fortgeführt wurden, als erwartet.
- Die Ideen der anderen zu lesen
- Ideen von anderen zu lesen
- man konnte sich in Ruhe alles durchlesen, Gedanken sammeln, sehen was andere schreiben

Frage 8: Was würdest du vorziehen?



Frage 9: Hättest du bei dem Projekt auch mitgemacht hätte es die Schreibwerkstatt nicht gegeben?



Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremdem Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Rothenburg ob der Tauber, der 13.08.2014