

Globalisierte Bewährungssucher – Digitale Medien als Räume der Inspiration und Präsentation eigener Lebensentwürfe

Boris Zizek

Eingegangen: 10. Oktober 2023 / Überarbeitet: 22. April 2024 / Angenommen: 22. April 2024
© The Author(s) 2024

Zusammenfassung Der Beitrag zeigt, dass das Bewährungsmodell des *Authentic Lifestyle Creators and Presenters* für Heranwachsende in der globalisierten Moderne hohe Bedeutung gewonnen hat. Um diese Perspektive zu entwickeln, wird, erstens, grundlegend die konstitutionstheoretische Perspektive auf Adoleszenz als Bewährungssucher entfaltet. Vor diesem Hintergrund wird dann, zweitens, in einer historischen Skizze aufgezeigt, wie sich die Bewährungsmuster seit Beginn der Moderne in ihren Grundzügen verändert haben und Heranwachsende sukzessive zu globalisierten, Authentizität prüfenden Bewährungssuchern geworden sind. In den digitalen Medien suchen sie einerseits eigenständig und lokal entgrenzt Anregungen für mögliche Lebensentwürfe und präsentieren andererseits dort auch ihre eigenen Bewährungsmodelle, um bestätigende Resonanz zu erhalten.

Drittens wird in Kontrastierung mit den Begriffen Star, Celebrity und IT-Girl und am Beispiel von Julia Beautx die Kernfigur der Influencer:in herausgearbeitet, da sich in ihr wesentliche und für Heranwachsende bedeutsame Aspekte einer spätmodernen Form der Lebensgestaltung verkörpern. In einem Perspektivwechsel wird viertens die Architektonik der Profilseiten auf Instagram am Beispiel von Chiara Ferragni betrachtet, um zu zeigen, dass das soziale Netzwerk die Funktion einer *virtuellen Bewährungsmesse* erfüllt, indem es die Präsentation individueller Bewährungsportfolios ermöglicht und provoziert.

Schlüsselwörter Adoleszenz · Mediatisierung · Sozialisation · Bewährung · Influencer · Instagram

✉ Boris Zizek
Institut für Erziehungswissenschaft, Leibniz Universität Hannover,
Hannover, Niedersachsen, Deutschland
E-Mail: boris.zizek@iew.uni-hannover.de

Globalized probation seekers—Digital media as spaces for inspiration and presentation of personal life plans

Abstract The article shows that for adolescents in the globalized modern age, the probation model of the *authentic lifestyle creator and presenter* has gained great significance. To develop this perspective on adolescence, firstly, the constitutional theoretical perspective on adolescents as *probation seekers* is developed. Secondly, against this background, a historical sketch shows how the basic features of probation patterns have changed since the beginning of modernity and how adolescents have successively become globalized, authenticity-testing probation seekers who, on the one hand, independently and locally unboundedly seek inspiration for possible life plans in the digital media and, on the other hand, also present their own probation models there in order to receive confirming resonance.

Thirdly, in contrast to the terms star, celebrity and IT girl and using the example of Julia Beautx, the core figure of the influencer is worked out, as it embodies essential aspects of a late-modern form of life design that are significant for adolescents. Fourthly, in a change of perspective, the architectonics of profile pages on Instagram are examined using the example of Chiara Ferragni to show that they fulfill the function of a *virtual probation fair* by enabling and provoking the presentation of individual probation portfolios.

Keywords Adolescence · Mediatization · Socialization · Probation · Influencer · Instagram

1 Fokus und Ziele des Beitrags

Der Beitrag zeigt, dass für Heranwachsende in der globalisierten Moderne das Bewährungsmodell des *Authentic Lifestyle Creators and Presenters*, das im Folgenden entwickelt wird, eine hohe Bedeutung erlangt hat. In den sozialen Medien, z. B. im sozialen Netzwerk Instagram, das im Folgenden als *virtuelle Bewährungsmesse* charakterisiert wird, holen sich die Heranwachsenden Anregungen und präsentieren ihre eigenen Lebensentwürfe, um die bestätigende Resonanz zu erhalten, die sie als traditionentsbettete, *außengelenkte* und globalisierte Bewährungssucher benötigen.

Um diese Perspektive auf Adoleszenz in der mediatisierten und globalisierten Moderne zu entwickeln, wird erstens grundlegend die konstitutionstheoretische Perspektive auf Heranwachsende als Bewährungssuchende entfaltet. Vor diesem Hintergrund wird dann, zweitens, in einer historischen Skizze aufgezeigt, wie sich die Bewährungsmuster seit Beginn der Moderne in ihren Grundzügen verändert haben und Heranwachsende sukzessive zu globalisierten, Authentizität prüfenden Bewährungssuchern geworden sind, die sich in den digitalen Medien einerseits selbstständig und lokal entgrenzt Anregungen für mögliche Lebensentwürfe holen und andererseits dort auch ihre eigenen Bewährungsmodelle präsentieren, um bestätigende Resonanz zu erhalten. Als *Authentic Lifestyle Creators and Presenters* sind sie auch potenzielle Influencer:innen. Dies beleuchtet auch folgende Beobachtung von Nielsen-Sikora und Schütte in ihrem Band „Wem folgen?“: „Immer mehr Menschen

wollen selbst Vorbild für andere sein: Auf Plattformen wie YouTube, TikTok oder Instagram stellen immer mehr Menschen ihren Alltag und ihre individuelle Persönlichkeit auf unterschiedliche Weise als vorbildlich dar“ (Nielsen-Sikora und Schütte 2023, S. 5). Mit der Charakterisierung der Bewährungssucher als *globalisiert* soll auf den historischen Trend der zunehmenden Mobilität der Heranwachsenden (de Haas, Castles und Miller 2020, S. 23) und vor allem auf die durch die digitalen Medien beförderte kulturelle Globalisierung hingewiesen werden. Heranwachsende können sich über digitale Medien, um ein Beispiel zu nennen, unabhängig von der älteren Generation umfassend und fortlaufend über die südkoreanische Kultur und z. B. die Band BTS informieren, sodass die Live-Übertragung eines Jubiläumskonzerts Kinohäuser in deutschen Großstädten füllt. Diese medientechnisch beförderte Entwicklung vollzieht sich vor dem Hintergrund einer sich seit Jahrzehnten vollziehenden Traditionsentbettung. So konstatiert Liessmann mit dem Begriff der Unbildung zum Beispiel die „Abwesenheit jeder normativen Idee von Bildung“ (Liessmann 2012, S. 213). Ziehe stellt entsprechend fest: „Die Hochkultur wird mehr und mehr aufgrund völlig anderer Wahrnehmungs- und Genussgewohnheiten gemieden“ (Ziehe 2007, S. 105). Mit dem Begriff der „Eigenwelt“ (Ziehe 2007, S. 109) identifiziert Ziehe eine neue Form der individuellen Orientierung, die sich unabhängig von institutionell verbürgten Kontexten vollzieht. Die Eigenwelt ist „der Relevanzkorridor, den sich ein Individuum zurechtbaut, und der ist ebenso selektiv wie globalisiert“ (Ziehe 2007, S. 109).¹

Drittens wird in Kontrastierung mit den Begriffen Star, Celebrity und IT-Girl und am Beispiel von Julia Beaux die Kernfigur der Influencer:in herausgearbeitet, da sich in ihr wesentliche und für Heranwachsende bedeutsame Aspekte einer spätmodernen Form der Lebensgestaltung verkörpern.

In einem Perspektivwechsel wird viertens die Architektonik der Profilsseiten auf Instagram am Beispiel von Chiarra Ferragni betrachtet, um zu zeigen, dass das soziale Netzwerk die Funktion einer virtuellen Bewährungsmesse erfüllt, indem es die Präsentation individueller Bewährungsportfolios ermöglicht und provoziert. Die genannten Influencerinnen, die sich im Alter deutlich unterscheiden (Julia Willecke Jg. 1999 und Chiarra Ferragni Jg. 1987), wurden ausgewählt, weil sie das jeweilige Phänomen besonders prägnant repräsentieren. Im Sinne einer Strukturgeneralisierung wird jedoch davon ausgegangen, dass sie einen allgemeinen Typus darstellen.

Der vorliegende Zugang weist Parallelen zu David Riesmans Theorie des Wandels von Lenkungsformen (Riesman 1989) und zur von Friedrich Krotz entwickelten Metatheorie der Mediatisierung auf, die einen „Rahmen der Forschung zum Zusam-

¹ Mit Blick auf kulturelle Phänomene wie die Romantik des 19. Jahrhunderts, die Beat Generation, die breitenwirksamen Counter Cultures und die Hippies der 50er-, 60er- und 70er-Jahre des 20. Jahrhunderts lässt sich sagen, dass die kulturelle Tendenz der Lösung von Traditionen und des aktiven Interesses für andere Kulturen ihren wesentlichen Ausgangspunkt in den westlichen Ländern und Kulturen hatte (Reckwitz 2006, S. 452; Zizek 2012; Coelho 2018). Dies soll nichts über die Qualität der Auseinandersetzung mit den anderen Kulturen oder die Kontinuität des Interesses aussagen, die sich zudem ohnehin individuell stark unterscheidet. Die Frage, auf welche Weise sich Heranwachsende zum Beispiel in ostasiatischen Ländern vermittelt über digitale Medien westliche kulturelle Produkte aneignen und wie unterschiedlich Adoleszente in anderen Ländern vor dem Hintergrund der jeweiligen Traditionen und auch möglicher politischer Restriktionen mit der potenziellen globalisierten Perspektive umgehen, wäre eine wertvolle Erweiterung zur vorliegenden Auseinandersetzung.

menhang von Medien- und Kulturwandel“ (Hepp 2010, S. 65) bildet. Der vorliegende Ansatz nimmt entsprechend die Wechselwirkungen zwischen Medien und sozialen Prozessen aus einer langfristigen Perspektive (Roth-Ebner 2016) in den Blick. Dabei werden Aspekte des technologisch bedingten Medienwandels vor dem Hintergrund kultureller Transformationsprozesse betrachtet. Anhand von Strukturanalysen sollen langfristige Trends und Entwicklungen herausgearbeitet werden. Mit der Bewährungstheorie wird diesem Reflexionsmodell eine aufschlussreiche, konstitutionstheoretische Dimension hinzugefügt. Riesmans Theorie trägt im Folgenden dazu bei, mittels der Unterscheidung von Traditions-, Innen- und Außenlenkung diesen langfristigen Prozess der kulturellen Transformation zu differenzieren und insbesondere die für den vorliegenden Fokus bedeutsame Passung von Außenlenkung und sozialen Medien aufzuzeigen.

Wie auch Schmit in ihrer Arbeit zu „Soziale Netzwerke als Räume der Identitätsarbeit“ (Schmit 2021) eingangs bemerkt, ist „ein Leben ohne elektronische Medien (...) Mitte des ersten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts kaum noch möglich“ (Mikos et al. 2007, S. 7). Und auch der Einfluss der sozialen Netzwerke auf Sozialisation ist unbestreitbar (Schmit 2021; Schorb 2003, S. 75). Schmit wählt in ihrer Arbeit den Zugang über Interviews mit Micro-Influencer:innen und Followern (Schmit 2021, S. 5). Wie schätzen die Akteure und Rezipient:innen ihre Praxis in den digitalen Medien ein (Schmit 2021, S. 5)? Die vorliegende Untersuchung wählt komplementär die Betrachtung dessen, was die Influencer:innen *machen* und wie die digitalen Erfahrungsräume strukturiert sind, und ergänzt in dieser methodischen Hinsicht den Zugang von Schmit.

2 Bewährungstheoretische Perspektive auf Adoleszenz

Die bewährungstheoretische Perspektive, die im Folgenden entfaltet werden soll, ist ein sozialisationstheoretisches Konzept (Zizek 2015a, 2020a), das eine basale Motivation bezeichnet, die auf die grundlegende soziale Bezogenheit des Menschen verweist.

Der Sozialisationsbegriff bezieht sich vor allem auf Aspekte der Entwicklung, die der individuellen Perspektive der Lebenspraxis vorausgehen. Diese geraten in der Regel auch nicht in ihren Blick, weil jene, mit ihrer individuellen Entwicklungsgeschichte, immer schon in einen umfassenderen Erfahrungszusammenhang mit eigener, komplexer Geschichte eingebettet sind und die Welt deutet (Zizek 2018). Mead hat auf diese Vorgängigkeit der sozialen Prozesse hingewiesen (Mead 1967, S. 1), in denen der einzelne Mensch aufwächst und lebt. Kegans Begriff der „haltenden Kulturen“ (Kegan 2008) hebt den einbettenden Charakter der Lebenspraxen hervor, in denen und mit denen (nicht nur) die Heranwachsenden ihre Bildungsprozesse bewältigen. Der Begriff der Sozialisationspraxis (Oevermann 2004; Grundmann 2015) betont, dass es sich dabei immer schon um ein interaktives Zusammenwirken von Sozialisatoren und Sozialisanden handelt. Wir verstehen uns auch schon immer in sozialen Beziehungen und diese „haltenden Kulturen“ schaffen in der Regel die Räume für praxisentlastete Erfahrungskrisen und Bildungsprozesse (Kegan 2008), durch die wir uns sukzessive ablösen und eine eigene Perspektive entwickeln.

Diese grundlegende soziale Bezogenheit des Menschen lässt sich mit dem Begriff des „Bewährungsdrangs“ weiter differenzieren (Zizek 2012). Dieser bezeichnet die basale Motivation, sich für konkrete, vorhandene oder imaginierte Gemeinschaften als förderlich oder nützlich zu erweisen. Und mit ihm soll hervorgehoben werden, dass „Bewährungsfiguren“, in denen wir uns als für ein Gemeinschaftsleben wertvoll erleben, einen zentralen Bestandteil unserer Identität bilden (Zizek 2020a). Wie grundlegend wir immer schon sozial eingebettet und bezogen sind, wird auch daran deutlich, dass eine temporäre Emanzipation aus diesen sozialen Kontexten, die ein „Anerkennungsvakuum“ (King 2013, S. 105) erzeugt, etwa mit der Funktion der Kritik oder der Ablösung, immer herausfordernd ist und einer selbstvergewissernden Rahmung und Begründung bedarf. Kehrseitig kann aber auch ein nicht selbst verursachtes Anerkennungsvakuum zum Anlass und Grund für Bewährungssuche werden.

Der Begriff der Bewährung impliziert neben dem angesprochenen grundlegenden sozialen Bezug menschlicher Motivation auch „das Bestehen unter Real- bzw. Alltagsbedingungen“ und spricht das im Laufe des Heranwachsens zunehmende „Autonomiepotential und Ernsthaftigkeit der Folgen eigenen Handelns“ (Zizek 2020a, S. 158) an. Weber macht außerdem darauf aufmerksam (Weber 1991, S. 326), dass „Bewährung zudem auch mit einem Durch- und Aufrechterhalten von Standards oder Idealen verbunden“ (Zizek 2020a, S. 159) ist. Die unvorhergesehenen Probleme sind nicht auf beliebige Weise zu bewältigen; es reicht nicht aus, nur irgendwie durchzukommen. Im Gegensatz zu diesem Anspruch wird Bewährung aber immer auch an den biografischen Möglichkeiten gemessen (Zizek 2020a, S. 159). Immer berücksichtigen wir beim Blick auf die Lebensleistung die Nachteile, die jemandem zum Beispiel durch eine Fluchtmigration oder eine körperliche Beeinträchtigung entstanden sind.

Der Bewährungsdrang ist im Gegensatz zur Neugier ein Streben, das in der Logik der Assimilation auf Bewältigung von Problemen unter Anwendung erworbener Fähigkeiten und Wissen zielt, während die Neugier in der Logik der Akkommodation auch bisher als gesichert geltende Vorstellungen und Deutungen aufzulösen bereit ist (Zizek 2020a, S. 160).

Bewährungsfiguren, in denen die Einzelnen sich als nützlich empfinden, bilden sich in wertschätzenden Interaktionserfahrungen heraus, in denen Können und Freude an einer Tätigkeit in einem entscheidenden Augenblick eine motivierende, wertschätzende Resonanz seitens subjektiv relevanter Gegenüber erfahren (Zizek 2015a, S. 77).

Vor diesem Hintergrund wird aber auch deutlich, dass sich die Bewährungsmöglichkeiten mit dem historischen Wandel der konkreten Gemeinschaften verändern und dass sich in ihnen in der Regel die aus den jeweiligen Formen des Zusammenlebens resultierenden Bedürfnisse des Kollektivs niederschlagen. Nur solche Bewährungsfiguren erfahren eine wertschätzende Resonanz, die die Gemeinschaft als für ihre jeweilige Situation und Zeit wertvoll wahrnimmt. Das kann sich zum Beispiel durch eine pandemieinduzierte Veränderung der Lebenssituation auch schnell ändern, wenn zum Beispiel die „Helden des Alltags“ plötzlich als besonders systemrelevant in den Blick geraten, „Künstler:innen“ hingegen diesbezüglich eine Abwertung erfahren (Klein und Liebsch 2020, S. 59). Der Bezug auf eine Gemein-

schaft, die eine Minderheit oder eine subkulturelle Teilgruppe darstellt oder z. B. als zukünftige Generation imaginiert wird, eröffnet bzw. bestärkt auch Widerstand oder Verweigerung akzentuierende Bewährungsfiguren wie die Antiheld:in oder die Außenseiter:in. Die These ist also, dass wir uns immer mit Bezug auf Gemeinschaften bewähren, auch wenn diese imaginiert sind.²

3 Die Influencer:in als Produkt der Moderne

Die historisch entstehende Kernfigur der Influencer:in, in der sich wesentliche Aspekte spätmoderner Formen bewährter Lebensgestaltung abbilden, kann man in ihrer historischen Genese auch mit Jürgen Habermas' Thematisierung der Verallgemeinerung der Autorschaft einzukreisen beginnen. Die sich einst um Bücher und Zeitungen konstituierende anonyme Öffentlichkeit, an die sich durch die Druckmöglichkeit Autor:innen zu wenden beginnen, hatte „andere Standards als für den privaten – noch lange Zeit handschriftlichen – Briefverkehr“ (Habermas 2020, S. 106), sie lädt die Leser:innen „nicht alle gleichzeitig als Autoren zur Teilnahme ein – ohne bei der Auswahl Qualifikationen vorzunehmen“ (Habermas 2020, S. 107). Das ändert sich mit dem Netz. Habermas bemerkt, „das Netz eröffnet virtuelle Räume, deren sich die Leser unvermittelt als Autoren auf eine neue Weise bemächtigen können“ (Habermas 2020, S. 107). In diesen frei zugänglichen Räumen, „die nach den bisherigen Maßstäben weder öffentlich noch privat sind, sondern am ehesten als eine zur Öffentlichkeit aufgeblähte Sphäre einer bis dahin dem brieflichen Privatverkehr vorbehaltenen Kommunikation beschrieben werden könnten“, beginnen die Leser sich „an ein anonymes Publikum“ (Habermas 2020, S. 108) zu wenden. Für die vorliegende Argumentation ist bedeutsam, dass, offenbar ein Motiv entsteht, sich mit vermeintlich Privatem an eine Öffentlichkeit zu wenden, dass, zweitens, in diesem Zusammenhang bisherige Standards abgebaut werden und, drittens, die Alltagssubjekte um eine Öffentlichkeit werben. „Die derart zu Autoren ermächtigten Leser müssen mit ihren Botschaften Aufmerksamkeit erst provozieren, denn die unstrukturierte Öffentlichkeit wird erst durch die Kommentare der Leser und die *likes* der *follower* hergestellt“ (Habermas 2020, S. 108). Warum aber ergreifen so viele die Position der Autorschaft, werben um Gefolgschaft und werden auf diese Weise zu potenziellen Influencer:innen? Was sind die primären Motive?

Auch Nymoen und Schmitt wählen eine historische Perspektive und versuchen die „Genese der Influencer“ nachzuzeichnen (Nymoen und Schmitt 2023, S. 114). Sie setzen mit dem 2005 gegründeten Videoportal Your Tube ein. Hier wird mit dem Übergang zur Moderne eine deutlich längere Perspektive angesetzt, um die Genese der Kernstruktur der Influencer:in als ein kulturgeschichtliches Produkt in den Blick zu rücken.

Immer schon haben sich die Bedürfnisse der Gemeinschaften in den sozialisationistischen Praktiken niedergeschlagen. Piaget zum Beispiel hat darauf hingewiesen,

² In Bezug auf die Schule findet sich ein diesbezüglicher Differenzierungsvorschlag der Bewährungsfiguren Klassenclown, Streber:in und Klassensprecher:in in (Zizek 2015b, S. 309).

dass es kein Zufall sein kann, dass in vormodernen Gesellschaften Initiationsriten eingesetzt wurden, wenn die Heranwachsenden in ein Alter kamen, in dem sich autonome Moralität entwickelt (Piaget 1986, S. 119). Die autonome Moralität versetzt die Adoleszenten in die Lage, mit Bezug auf ein Ideal, unabhängig von der älteren Generation, soziale Regeln zu verändern und vorhandene Konventionen infrage zu stellen. Die Entwicklung einer solchen kritischen Kompetenz, wie sie moderne Gesellschaften später durch ihre Bildungsinstitutionen fördern, können vormoderne Gesellschaften mit wenig Personal und Ressourcen nicht unterstützen. Mario Erdheim versteht die Initiation entsprechend als „Versuch, diese adoleszente Dynamik aufzufangen“ (Erdheim 1984, S. 285), sie sei eine „Art Kühlsystem“ (Erdheim 1982, S. 290). Vormoderne Gesellschaften, die sich mit Claude Lévi-Strauss auch als kalte Gesellschaften bezeichnen lassen, sind durch Zyklizität geprägt (Lévi-Strauss 1980, S. 29). In ihnen bewährt man sich vor allem durch Bewahren, die zyklische, wiederkehrende Pflege der Traditionsbestände (Eliade 1998, S. 77) und die Übernahme tradierter Positionen. Es herrscht, mit Riesman gesprochen, die Traditionslenkung (Riesman 1989).

Schütte und Nielsen-Sikora thematisieren dies bezogen auf den Begriff des Vorbildes am Beispiel des Helden, der in der Vormoderne mit Verweis auf eine göttliche Ordnung „aus der eine Ordnung der (politischen) Gemeinschaft abgeleitet war“ (Nielsen-Sikora und Schütte 2023, S. 2) und im Epos zum herausragenden Beispiel gemacht wurde. „Die Legitimationskraft dieser Ordnung ist längst verloren“ (Nielsen-Sikora und Schütte 2023, S. 2).

Für die Moderne, die sich von überzeitlichen Modellen, Vorbildern und zyklischen Zeitvorstellungen löst (Taylor 1996, S. 510) und entsprechend den das Alltagssubjekt zum Gegenstand machenden Roman hervorbringt, ist die Sequentialität, die Zukunftsoffenheit charakteristisch. Krisenorientierte und risikobereite Bewährungsfiguren setzen sich allmählich durch (Zizek 2012). Das Neue ist hier, dass man auch ohne äußere Zwänge Krisen als Bewährungsmöglichkeit sucht und dafür entsprechend auch Risiken in Kauf zu nehmen bereit ist und dass ein solches Streben auch zunehmend allgemein Anerkennung erfährt (Zizek 2012, S. 100)³.

In der Form einer Innenlenkung, so zeigt Riesman, können die freigesetzten Subjekte der Moderne eine lange Zeit noch mit einem verinnerlichten, auf festen Werten beruhenden Kompass (Riesman 1956) ihre Lebensführung jenseits ihrer primären sozialisatorischen Erfahrungs- und Anerkennungskontexte evaluieren und navigieren.

Das sich in der Romantik herausbildende Bewährungsmodell authentischer Lebensführung, das eine Echtheitsprüfung der eigenen und der überlieferten Lebensmodelle verlangt (Zizek 2012), breitet sich bis zu den Counter Cultures des 20. Jahrhunderts sukzessive aus und führt zu einer Erosion einst verbindlicher Werte (Kagan 2013, S. 186).

Die insbesondere in Großstädten und durch das Fernsehen geförderte Offenheit gegenüber alternativen, wechselnden Entwürfen hat Riesman als „Außenlenkung“

³ Das Motiv des modernen Abenteuerdrangs habe ich in begrifflicher Auseinandersetzung mit Bonß' Risikotheorie (Bonß 1995) und Oevermanns Professionalisierungstheorie (Oevermann 1996) als krisenorientierte und risikobereite Bewährungsfigur bestimmt (Zizek 2012).

(Riesman 1956) bezeichnet, die nun vergleichbar einem Radar funktioniert und sich nicht mehr nach festen Orientierungspunkten ausrichtet, sondern hochsensibel aktuelle Tendenzen und Veränderungen einfängt. Es wurde also in der bisherigen Betrachtung eine wechselseitige Beeinflussung von 1. Formen des Zusammenlebens, 2. Medien und Technik und 3. im Individuum dominierender Orientierungs- und Bewährungsmuster aufgezeigt.

Mit den Begriffen der Halbbildung und Unbildung lässt sich die Erosion von Orientierungspunkten, die oben bereits angesprochen wurde, exemplarisch weiter verdeutlichen. Während Adornos Begriff der Halbbildung als Diagnose einer Erfahrung verstellenden Form des Bildungsstrebens (Adorno 2006, S. 206) Ende der 1950er-Jahre noch eine grundsätzliche Orientierung an der Hochkultur impliziert, konstatiert Liessmanns Begriff der Unbildung die Absenz einer solchen Orientierung (Liessmann 2006, S. 213). Ziehe stellt entsprechend fest: „Der heutige Abstand zur Hochkultur ist aber nicht Folge einer sozialstrukturellen Zugangssperre, wie in früheren Zeiten, sondern eines Akzeptanzproblems“ (Ziehe 2007, S. 105).

Damit geht eine Entbettung aus kollektiven Einbindungen einher (vgl. Giddens 1996, S. 33; Ziehe 2007, S. 107). „Das ist ein Gewinn an Freiheit und an Freiräumen. Und gleichzeitig ist es natürlich auch eine Bürde, die Individuen stehen damit unter Individualisierungsdruck“ (Ziehe 2007, S. 108).

Die Verbreitung der bereits erwähnten flexiblen, situativ prüfenden, außergelenkten Navigation des eigenen Lebens, die im 20. Jahrhundert sukzessive an die Stelle des inneren Wertekompasses tritt, hat sich Gitlin (Gitlin 2001) zufolge am Ende des 20. Jahrhunderts flächendeckend durchgesetzt. Sie findet in den neuen, digitalen Erfahrungs- und Resonanzräumen der Social Media ein entsprechendes Medium (Zizek 2017). In der bereits latent angelegten und in diesem Medium sich ausformenden Kernstruktur der Influencer:in sind wesentliche Bewährungsmomente des entbetteten, außergelenkten und authentizitätsprüfenden Subjekts integriert.

4 Self-presenting authentic lifestyle creators – Zur Kernstruktur der Influencer:in

Im Folgenden wird die in der historischen Betrachtung entwickelte These weiter ausgearbeitet, begrifflich geschärft und exemplarisch veranschaulicht, dass das, was wir heute als Influencer:in bezeichnen, im Kern jene Figur eines aus festen Traditionszusammenhängen entbetteten, außergelenkten, die Authentizität überlieferter und vorhandener Modelle prüfenden oder zumindest nicht mehr als verbindlich anerkennenden und eigene entwerfenden und präsentierenden Alltagssubjekts der globalisierten Moderne ist.⁴

Was ist die Kernstruktur einer Influencer:in? Wodurch gewinnt diese Follower? Ich möchte hier die entscheidende Aktivität und Attraktionsquelle der Influencer:in

⁴ Erste Manifestationen einer solchen Figur finden sich unter anderem Ende des 18. Jahrhunderts im Kontext des *Sturm und Drang*, zum Beispiel in der Gestalt von Johann Wolfgang Goethes *jungen Werther* (Zizek 2012). Es wird deutlich, welche lange Entwicklungsgeschichte diese Bewährungsfigur durchlaufen hat, bis sie sich aus diesen elitären Kreisen veralltäglicht hat.

fokussieren. In einer ersten Einkreisung werde ich wesentliche Aspekte der Kernstruktur der Influencer:in durch Kontrastierung mit dem Phänomen des Stars und des It-Girls unterscheiden.

In der Ausgabe der BRAVO vom 30. Dezember 1992 wird auf der Titelseite mit „Bei Kevin in New York“ ein Hausbesuch bei Macaulay Culkin, dem Hauptdarsteller des Kinofilms „Kevin allein in New York“, angekündigt. Betrachtet man Culkin hier exemplarisch als einen Star, dann wird deutlich, dass Stars erstens zunächst und dominant durch eine besondere Leistung hervorstechen. Sie haben etwas gelungen oder zumindest erfolgreich gespielt, gesungen, getanzt usw. und man interessiert sich dann aus diesem Grund auch für ihr Privatleben. Wie lebt, was macht X, Y, die/den ich so lustig oder beeindruckend fand, privat, wie gestaltet er/sie ihr/sein Leben? Und wie in der Ankündigung des Bravo-Artikels deutlich wird, berichten im Falle von Stars Journalisten über ihr/sein Privatleben. Anders als Keller, die Schmit für diese begriffliche Diskussion anführt (Schmit 2021), würde ich also vorschlagen, die Rolle des „mediatisierten Lebens(stil)-Darstellers“ (Keller 2013, S. 133) für die Bestimmung der folgenden beiden Typen herausgehobener Persönlichkeiten aufzusparen, um die aufschlussreiche Kontrastierung nicht zu verschenken. Gerade weil der Star zunächst wesentlich über seine besondere Leistung in Erscheinung tritt und von daher auch wie zum Beispiel Robert De Niro oder Meryl Streep seinen Lebensstil nicht unbedingt in der Öffentlichkeit zur Darstellung bringen muss, kann sie/er sich „durch eine Aura von Distanz und Rätselhaftigkeit“ (Schmit 2021, S. 3) auszeichnen. Selbstverständlich aber können Stars auch zu Celebrities und Influencer:innen werden, wie zum Beispiel manche Spitzensportler (Jäger und Lohwasser 2023).

Für eine begriffliche Bestimmung des It-Girls bietet sich Paris Hilton an, die mittlerweile auch eine Influencer:in geworden ist. Im Gegensatz zu Stars stehen It-Girls zunächst vor allem durch ein interessantes Privatleben hervor. Für sie gilt das Kriterium der ursprünglichen Werklosigkeit (Schmit 2021, S. 3; Rehberg und Weingart 2017, S. 13). Durch ein wenig herkunftsbedingte Grundaufmerksamkeit und einen besonderen Lebensstil erregte Paris Hilton große Aufmerksamkeit und wurde in der Folge auch einflussreich. Wahrscheinlich können sich fast alle aus einer bestimmten Generation daran erinnern, dass Hilton damals einen kleinen Hund wie eine Handtasche zu tragen begann und damit einen prägnanten Trend setzte.

In Seifert rezeptionstheoretischer Definition des Celebrity (Seifert 2010, 2013), bei der/dem der „Fokus des Publikumsinteresses auf dem Privatleben der Person liegt“ (Schmit 2021, S. 3) bildet der Begriff der Celebrity eine Zwischenform zwischen Star und It-Girl. Auf der einen Seite wird ein Star zur Celebrity, wenn man sich mehr für sein/ihr Privatleben interessiert als für ihr/sein Werk. Und auf der anderen Seite hat der Weg zur Celebrity beim It-Girl oder der Influencer:in seinen Ausgangspunkt im Kontrast zum Star eben nicht in einem Aufsehen und Anerkennung erregenden Werk. Influencer:innen können durch Ausarbeitung eines spezifischen Themenbereichs „den Eindruck einer gewissen Expertise in ihrem Bereich – oft Beauty, Reisen, Games oder Sport“ (Schmit 2021, S. 4) erwecken. Doch ihr Ausgangspunkt ist in der Regel nicht diese Expertise. Der wesentliche Unterschied zwischen It-Girls und Influencer:innen besteht darin, dass Letztere ihr Privatleben selbst dokumentieren oder es im Zuge ihres kommerziellen Erfolgs durch Lebenspartner:innen oder Angestellte dokumentieren lassen.

Nach dieser ersten begrifflichen Einkreisung der Kernstruktur der Influencer:in als eines sich selbst ohne Bezug oder Legitimation über ein Werk die eigene Lebensgestaltung präsentierenden Akteurs, werde ich die Kernfigur am Beispiel von Julia Beaux noch weiter herausarbeiten.

In vielen Vlogs beginnt Beaux oft müde, verschlafen und scheinbar ungeschminkt, wodurch sie zum Ausdruck bringt, eigentlich noch nicht bereit für den Tag zu sein. Zweifelsohne ist das Teil einer Inszenierung. Des Weiteren zeigt sie sich oft erstaunt und verwundert über die Dinge, die ihr im Laufe des Tages begegnen: OMG, die Welt überwältigt mich. In einem VLog auf TikTok vom 12.07.2022, in dem sie in 58s berichtet, was sie auf Bali an einem Tag gegessen habe, sagt sie an einer Stelle „Das ist das X Café, heißt das, glaub ich ...“ und bringt damit einen lockeren Umgang mit dem Anspruch auf Informiertheit und Bildung zum Ausdruck. Immer bleibt Beaux aber sympathisch, freundlich, hat Spaß und wirkt zufrieden mit sich, wodurch sie einen konfliktfreien Lebensentwurf akzentuiert.

Beaux entwirft in ihren VLogs offensichtlich eine Kunstfigur, in der ein entspannter, humorvoller und zufriedener Umgang mit der eigenen Imperfektibilität (Müdigkeit, Uninformiertheit, allgemein leichte Überforderung) gestaltet ist. Und genau in diesem sich nicht selbst verurteilenden, humorvollen Zulassen der eigenen Imperfektibilität liegt der spezifische Authentizitätsanspruch des Entwurfs von Beaux. Und auch das Attraktionspotential der Influencerin Beaux liegt in dieser zu einer Kunstfigur gestalteten Haltung zum Leben.

Follower:innen finden diesen von Beaux gestalteten Stil des Umgangs mit dem Leben ansprechend und inspirierend und möchten ihn in unterschiedlichen Situationen und Nuancen weiter kennenlernen. Die Kernfigur Influencer:in besteht also in der Gestaltung von Formen des Umgangs mit dem Leben mit Authentizitätsanspruch und der konkreten Veranschaulichung dieser in Alltagssituationen. Umgekehrt suchen Follower solche prägnanten und authentischen Beispiele des Umgangs mit dem Leben.

Ein mögliches Verständnis von Authentizität ist, es als Gegenteil von „fake“ zu verstehen (Schmit 2021, S. 11). Ein weiteres ist, wie Schmit mit David ergänzt, man gehe weg vom Sein und hin zum Wirken. Das Subjekt werde zum „Darsteller von Authentizität“ (David 2012, S. 66). Mit der These, dass Julia Beaux eine Kunstfigur entwirft, mit der sie ein Angebot macht, würde ich ein drittes Verständnis von Authentizität in diesem Zusammenhang vorschlagen, das zu den beiden genannten in der Mitte liegt. Beaux' Angebot ist als gestaltete, akzentuierende und verdichtende Kunstfigur einerseits nicht einfach nur das unverstellte, ungeschminkte Private. Auf der anderen Seite ist diese Kunstfigur aber auch nicht bloß „fake“. Was daran ist also authentisch? Authentisch bedeutet entsprechend meiner Argumentation ein Umgang mit der jeweiligen Situation und den eigenen Gefühlen, den man nachvollziehen und potenziell selbst übernehmen würde.

Dieser Aspekt des Nachahmenswerten wird im Kontext der Forschung zu Influencer:innen auch oft mit dem Begriff des Vorbilds diskutiert (Schmit 2021, S. 12; Nielsen-Sikora und Schütte 2023). Im JAMESfocus (Suter et al. 2023, S. 2) bezieht man sich auf folgende Definition: „Zum Vorbild für einen anderen wird eine Person, deren konkreter Lebensvollzug so sehr überzeugt, dass jener sein eigenes Handeln und Leben freiwillig daran orientiert und ihm nachzufolgen strebt“ (Böhm

und Seichter 2017, S. 498), wobei hier der Follower:in eine aktive Rolle zuzuschreiben sei. Es wird „nicht unreflektiert und kritiklos“ (Suter et al. 2023, S. 2) übernommen. Zu der vorliegenden Betrachtung von Beautx passt Wegeners, auch von Schmit angeführte Charakterisierung von Influencer:innen als „Fundus für die Ausgestaltung der eigenen Person“ (Wegener 2008, S. 59).

Vor dem Hintergrund der Überlegung zur Kernstruktur der Influencer:in lässt sich auch die Bezeichnung Influencer problematisieren, weil sie „eine zielgerichtete Beeinflussung“ der Nutzenden impliziert (Suter et al. 2023, S. 3). Die Autor:innen (Suter et al. 2023, S. 3) verweisen zum Beispiel auf die alternative Bezeichnung Social Media Content Creator (Thrun 2018). Mein Vorschlag für eine zusammenfassende Charakterisierung der Kernstruktur der Influencer:in lautet daran angelehnt Authentic Lifestyle Creator and Presenter. Zu dieser Kernstruktur der Influencer:in passt die Schilderung einer Followerin aus Schmits Arbeit, die bei Influencer:innen sehen will „wie sie ihr Leben leben“ (Schmit 2021, S. 34). Zum Social Media Content Creator wird man, so mein Vorschlag der begrifflichen Abgrenzung, wenn man als Authentic Lifestyle Creator and Presenter in den sozialen Medien Geld verdient.

Es wäre weiter zu untersuchen, wie sich sogenannte Sinnfluencer:innen (Schmit 2021, S. 49; Nymoen und Schmitt 2023, S. 121) von Authentic Lifestyle Creators and Presenters abgrenzen lassen. Inwieweit wenden sie sich ausschließlich spezifischen Themen zu und spielt ihre authentische Lebensgestaltung keine Rolle?

5 Instagram als virtuelle Bewährungs-Messe

Nach der Herausarbeitung der Kernstruktur der Influencer:in wird nun am Beispiel Chiara Ferragnis in einem Perspektivenwechsel die Architektonik der Profildseiten beim sozialen Netzwerk Instagram betrachtet. Welche Möglichkeiten bieten sich den Self-Presenting Authentic Lifestyle Creators und welche inhaltliche Gestaltung provozieren sie. Mit Hepp gesprochen, stehen hier exemplarisch die „Prägräfte der Medien“ (Hepp 2010, S. 68) als qualitativer Aspekt der Mediatisierung im Fokus.

Untersucht man die visuelle Struktur der Profildseiten, dann lassen sich mindestens drei visuelle Ebenen unterscheiden, die unter anderem eine Bedeutungshierarchie erzeugen. Das Profilfoto steht ähnlich einem Titel über allen anderen Beiträgen. Da es diese Beitragsmöglichkeit zudem nur einmal gibt, kommt dem Profilfoto die besondere Bedeutung einer verdichtenden Überschrift zu. Man muss sich also gut überlegen, welches Foto einen gut repräsentiert.

Die bekannte italienische Influencerin Chiara Ferragni zum Beispiel, die sich in der Modewelt einen Namen gemacht hat, hatte hier im November 2022 ein Foto von sich mit ihren beiden Kindern auf dem Schoss gepostet. Darauf war sie top gestylt und auch die Kinder waren hübsch gekleidet und frisiert, so dass man den Eindruck hatte, dass sich die Influencerin, die mittlerweile fast 30 Mio. Follower:innen hat, sowohl im Beruf als auch als Mutter hervorragend behauptet bzw. bewährt.

Unterhalb des Profilfotos steht mit den Story-Highlights die zweite visuelle Einheit der Profildseite. Die Stories werden durch ein rundes Bildsymbol repräsentiert. Von ihnen sieht man auf den ersten Blick 5 bzw. 7, je nach dem, ob man die Seite

auf dem Smartphone oder Laptop öffnet. Durch die Anzahl und Stellung kommt ihnen nach dem Profilfoto der zweithöchste Selektionsgrad zu.

Von den Beiträgen sieht man 12 quadratische Bilder, die an Memory-Karten erinnern. Wir haben während einer Interpretationssitzung zu einer anderen Profilseite miterlebt, wie sich plötzlich die Gruppe der Beiträge veränderte, weil eine Influencerin gerade ihren Aufenthalt in Paris dokumentierte und ein hocheditiertes Foto von sich auf einem Boot auf der Seine postete. In dieser visuellen Einheit scheinen die aktuellen Aktivitäten und Ereignisse dokumentiert zu werden, die die Influencer:innen teilen möchten, während es ausgewählte Themen und Punkte in die Story-Highlights schaffen.

Bei den Story-Highlights findet man am 25. September 2023 auf der Profilseite von Chiara Ferragni von links nach rechts bei den sichtbaren Bildsymbolen ein Foto ihres Sohnes, ein Foto eines Beauty Produkts, das ihren Namen trägt, ein Foto ihrer Tochter, eines ihrer Familie, ihr Bild auf der Titelseite der Zeitschrift *Economia*, ein Foto von sich und ihrem Mann, auf dem sie ein rückenfreies Kleid trägt und noch ein Foto von ihrem Sohn.⁵

In den Beiträgen präsentiert sich Ferragni als schlankes Modell in teuren Kleidern und mit teuren Taschen, hervorragend geschminkt und gestylt. Wie die Story-Highlights bereits deutlich machen, macht sie hier scheinbar auch für eigene Produkte Werbung. In dieser visuellen Einheit zeigt sie sich vor allem in konkreten Situationen beruflicher Bewährung als Modell für eigene und andere Produkte. Lediglich eins der zwölf Fotos zeigt ihre Kinder, die erneut hübsch angezogen und hergerichtet sind und in einer großen, nobel eingerichteten Wohnung sitzen.

Mit der Theorie der Bewährung lässt sich Ferragnis Auswahl an Fotos wie folgt charakterisieren. Es sind hier mit dem Beauty Produkt und der Titelseite die „Bewährungsbereiche“ (Oevermann 2004; Zizek 2020a) Beruf und mit den übrigen Fotos der Bewährungsbereich Familie angesprochen, wobei sich Ferragni sowohl als gute Mutter als auch als attraktive Ehefrau präsentiert. In den Story Highlights stellt sich Ferragni durch die Wahl der Fotos in allen genannten Bewährungsbereichen als äußerst erfolgreich dar.

Wie Julia Beauxt präsentiert auch die Influencerin Chiara Ferragni im Sinne eines *Authentic Lifestyle Creators and Presenters* eine Haltung zum Leben. Im Profilfoto vom 25.09.2023 etwa zeigt sie sich als eine zärtliche und geduldige Frau, die ihre Familie zusammenhält und ihren stark tätowierten, Nonkonformität ausstrahlenden, wilden Mann zu einem gefühlvollen Ehemann und Vater gebändigt hat. Sie präsentiert sich als eine moderne Frau, die sich nicht auf einen Bereich der Bewährung beschränkt, sondern sowohl die berufliche als auch die familiäre Bewährung in allen Aspekten (sorgende Mutter und attraktive Ehefrau) mit einer beeindruckenden Gelassenheit und Erfolg souverän zu bespielen scheint. In dieser Stilisierung des

⁵ Die Problematik des unverantwortlichen Umgangs von Eltern mit Daten ihrer Kinder wird seit einiger Zeit verstärkt unter dem Begriff des „Sharenting“ diskutiert. Neben den offensichtlichen Risiken zeigen empirische Studien, dass Kinder oft gar nicht damit einverstanden sind, wie ihre Eltern mit Fotos oder Informationen über sie umgehen (Kutscher 2023, S. 58). Ferragni bezieht auf der untersuchten Profilseite ihre Kinder in ihre Selbstdarstellung ein, die sowohl ein großes, unbekanntes Publikum erreicht als auch eigenen beruflichen und finanziellen Zwecken dient.

souveränen Gelingens schafft auch Ferragni eine Kunstfigur, die allerdings ganz andere Akzente setzt als die von Beautx entworfene.

Neben der visuellen, gebündelten Präsentation solcher Lebensentwürfe, erlaubt und provoziert die einen Gewichtungszwang beinhaltende Struktur der Instagram Profiseite eine differenzierte Profilierung der einzelnen Bewährungsbereiche in allen Aspekten: Ich bin beruflich sehr erfolgreich und ich habe auch noch eine hübsche Familie, für die ich gut Sorge und außerdem bin ich auch noch eine attraktive Ehefrau. Man kann hier sein konkretes Bewährungsportfolio veröffentlichen. Insofern könnte man bei Instagram in Analogie zu einer Waren- oder Gebrauchsgütermesse von einer virtuellen, globalisierten Bewährungsmesse sprechen, auf der jeder einerseits seine Bewährungsmodelle und -erfolge präsentieren und andererseits in die Schaufenster der anderen schauen kann, was diese für bewährungsrelevant halten und was sie schon alles geleistet und erreicht haben.

6 Die sozialisations- und bewährungstheoretische Perspektive auf Adoleszenz in der mediatisierten, globalisierten Moderne

Mit der historischen, sozialisations- und bewährungstheoretischen Perspektive gewinnen wir einen aufschlussreichen Blick auf die starken, latenten Motive hinter der nicht abreißen lassen Begeisterung der Heranwachsenden für die sozialen Medien.

Die im 17. und 18. Jahrhundert einsetzende Moderne lässt die dominanten Formen der Bewährung allmählich vom zyklischen Bewahren ehrwürdiger Traditionsbestände auf abenteuerliche, risikobereite und krisenorientierte Zukunftsoffenheit wechseln. Zeitverzögert kommt die Idee hinzu, die vorhandenen Modelle möglicher Bewährung einer Authentizitätsprüfung zu unterziehen. Und mit noch größerer Verzögerung setzen sich diese Bewährungsmuster dann auch breitenwirksam durch. Mit David Riesmans Lenkungstypologie wurde hier eine Differenzierung dieses langen und dramatischen Transformationsprozesses vorgenommen. Und es wurde hervorgehoben, dass die Adoleszenten bei Einführung der digitalen und sozialen Medien für diese aufgrund ihrer außengelenkten Haltung schon bereit waren.

Die relativ traditionsentlasteten und bereits außengelenkten Heranwachsenden beginnen sich Ende des 20. Jahrhunderts, Anfang des 21. Jahrhunderts bereitwillig dem sprunghaft wachsenden, globalisierten Angebot der digitalen Medien zu öffnen, lassen sich bezüglich der Gestaltung ihres Lebens inspirieren. Damit entsprechen sie den sequenziellen, zukunfts zugewandten Bewährungsmodellen der Moderne.

Doch die Ansprüche der Bewährung in der globalisierten Moderne erschöpfen sich nicht in der bloßen Rezeption. Eigene Entwürfe müssen vorgelegt werden. Und da die Adoleszenten den sozialisationstheoretischen Vorüberlegungen entsprechend auch weiterhin sozial bezogenen sind, müssen die traditionellen Anerkennungsquellen, die nicht mehr infrage kommen, substituiert werden.

All diese Ansprüche und Aufgaben kumulieren in dem sich herausbildenden Bewährungsmodell des self-presenting authentic lifestyle creators, die/der seine/ihre Entwürfe auch selbst postet und um Resonanz und Anerkennung wirbt. Für beide Aspekte der Bewährung bieten die sozialen Medien die entsprechenden Möglichkeiten: Globalisierte Inspiration und Präsentation, Autorschaft für alle. Exemplarisch

hierfür wurde die Plattform Instagram als virtuelle Bewährungsmesse charakterisiert, auf der man sein Bewährungsportfolio präsentieren und auch schauen kann, was andere weltweit für bewährungsrelevant halten.

7 Abschließende kritische, bildungstheoretische Bemerkungen

In der vorliegenden Untersuchung liegt der Fokus auf der kulturhistorischen und bewährungstheoretischen Rekonstruktion der starken Motivationsmuster hinter dem veralltäglichten *Followen* und Präsentieren eigener Haltungen und Lebensstile. In meinen bisherigen Arbeiten habe ich den Fokus vor allem auf die Rekonstruktion digital vermittelter Strukturen der Interaktionen und Websites gelegt und die Interaktionsqualität zum Gegenstand der Auseinandersetzung gemacht (Zizek 2017; Zizek und Andermann 2020, 2023). Welche Haltungen werden durch die latenten Strukturen digitaler Interaktionsräume kultiviert und sind diese entwicklungsfördernd (Zizek 2020b)?

Meines Erachtens haben neben den deutlich sichtbaren, problematischen Oberflächenphänomenen wie Datenmissbrauch und Datensicherheit diese latenten Aspekte der digitalen Interaktions- und Erfahrungsräume langfristig einen enormen Einfluss auf unsere Haltungen und Gewohnheiten des Umgangs mit unserer Umwelt und uns selbst. Die Möglichkeiten der Kontrolle und Filterung des eigenen Ausdrucks und der Vermeidung von Begegnung zum Beispiel durch digital vermittelte *Texting*-Interaktion können dem eigenen Welt- und Selbstbezug wichtige bildungsrelevante Erfahrungen entziehen (Zizek 2020b) und auf diese Weise auch der Aneignung der eigenen Schwächen und Unvollkommenheit im Wege stehen (Zizek 2017), was auch die Vulnerabilität für digitale Übergriffe erhöht. Wir bilden sozusagen keine *dicke Haut* mehr aus. Sherry Turkle (2015) hat wiederholt auf den wichtigen latenten Aspekt hingewiesen, dass wir durch die ständige Erreichbarkeit und Kommunikation von Erlebnissen nicht mehr lernen, auch mal eine Wegstrecke mit uns allein zu sein und einer Erfahrung wesentlich selbst zu begegnen, eine Krise auszuhalten. Es ist offensichtlich, dass wir hier von wesentlichen Aspekten von Bildungsprozessen sprechen, deren ängstliche Vermeidung durch die digitalen Interaktionsstrukturen kultiviert werden. Die vorliegende Auseinandersetzung soll diese kritische Perspektive durch die Rekonstruktion der latenten Orientierungs- und Motivationsmuster ergänzen, die eine lange Entwicklungsgeschichte und in den sozialen Medien eine strukturelle Entsprechung haben. Warum haben wir uns die sozialen Medien so begeistert angeeignet?

Funding Open Access funding enabled and organized by Projekt DEAL.

Open Access Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betref-

fende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

Literatur

- Adorno, Th. W. (2006). Theorie der Halbbildung. In H. Hastedt (Hrsg.), *Was ist Bildung* (S. 196–212). Stuttgart: Reclam.
- Böhm, W., & Seichter, S. (2017). *Wörterbuch der Pädagogik* (17. Aufl.). UTB. <https://doi.org/10.36198/9783838587165>.
- Bonß, W. (1995). *Vom Risiko. Unsicherheit und Ungewissheit in der Moderne*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Coelho, P. (2018). *Hippie*. Zürich: Diogenes.
- David, S. (2012). Das Ende der Simulation: Über den Unterschied zwischen „authentisch wirken“ und „authentisch sein“. In B. Anda, S. Endrös, J. Kalka & S. Labl (Hrsg.), *SignsBook – Zeichen setzen in der Kommunikation* (S. 65–70). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Eliade, M. (1998). *Das Heilige und das Profane: Vom Wesen des Religiösen*. Frankfurt am Main, Leipzig: Insel.
- Erdheim, M. (1982). *Die gesellschaftliche Produktion von Unbewusstheit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Erdheim, M. (1984). *Die gesellschaftliche Produktion von Unbewusstheit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Giddens, A. (1996). *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gitlin, T. (2001). Foreword. In D. Riesman (Hrsg.), *The lonely crowd*. New Haven, London: Yale University Press.
- Grundmann, M. (2015). Das Modell von Sozialisation als Beziehungspraxis. In K. Hurrelmann, U. Bauer, M. Grundmann & S. Walper (Hrsg.), *Handbuch Sozialisationsforschung* (8. Aufl. S. 162–180). Weinheim, Basel: Beltz.
- de Haas, H., Castles, S., & Miller, M. J. (2020). *The Age of migration. International population movements in the modern world*. London: Red Globe Press.
- Habermas, J. (2020). Warum nicht lesen? In K. Raabe & F. Wegner (Hrsg.), *Warum Lesen. Mindestens 24 Gründe* (S. 99–124). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hepp, A. (2010). Mediatisierung und Kulturwandel: Kulturelle Kontextfelder und die prägende Kraft der Medien. In M. Hartmann & A. Hepp (Hrsg.), *Mediatisierung der Alltagswelt* (S. 65–85). Wiesbaden: VS.
- Jäger, St., & Lohwasser, D. (2023). Von Lionel Messi bis Serena Williams: Spitzensportler*innen als Vorbilder in den sozialen Medien. In A. Schütte & J. Nielsen-Sikora (Hrsg.), *Wem folgen? Kindheit – Bildung – Erziehung. Philosophische Perspektiven* (S. 97–111). J.B. Metzler.
- Kagan, J. (2013). *The human spark: the science of human development*. New York: Basic Books.
- Kegan, R. (2008). *Die Entwicklungsstufen des Selbst. Fortschritte und Krisen im menschlichen Leben*. München: Kindt Verlag.
- Keller, K. (2013). Parasozial vernetzt – der Star und seine Nutzer im Kontext von Social-Media. Wie die Aktivitäten von Stars auf Facebook, Twitter und Co. Konstruktionen von Identität beeinflussen. In C. Y. Robertson-von Trotha (Hrsg.), *Celebrity Culture. Stars in der Mediengesellschaft* (S. 129–141). Baden Baden: Nomos.
- King, V. (2013). *Die Entstehung des Neuen in der Adoleszenz: Individuation, Generativität und Geschlecht in modernisierten Gesellschaften* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Klein, G., & Liebsch, K. (2020). Herden unter Kontrolle: Körper in Corona-Zeiten. In M. Volker & K. Werner (Hrsg.), *Die Corona-Gesellschaft* (S. 57–67). Bielefeld: transcript.
- Kutscher, N. (2023). Sharenting: Ein Fall für den Kinderschutz? Wenn Eltern die Privatsphäre ihrer Kinder im Netz verletzen. In K. Biesel, P. Burkhard, R. Heer & O. Steiner (Hrsg.), *Digitale Kindeswohlgefährdung* (S. 54–68). Opladen, Berlin & Toronto: Barbara Budrich.
- Lévi-Strauss, C. (1980). *Mythos und Bedeutung: Fünf Radiovorträge*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Liessmann, K.P. (2012). Theorie der Unbildung. In H. Hastedt (Hrsg.), *Was ist Bildung* (S. 212–223). Stuttgart: Reclam.
- Mead, G. H. (1967). *Mind, self, & society: from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago, London.

- Mikos, L., Hoffmann, D., & Winter, R. (2007). Einleitung: Medien – Identität – Identifikation. In L. Mikos, D. Hoffmann & R. Winter (Hrsg.), *Mediennutzung, Identität und Identifikation: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen* (Bd. 2, S. 7–20). Weinheim, München: Juventa.
- Nielsen-Sikora, J., & Schütte, A. (2023). Wem folgen? Einleitende Bemerkungen über Sinn, Wandel und Aktualität von Vorbildern. In A. Schütte & J. Nielsen-Sikora (Hrsg.), *Wem folgen? Kindheit – Bildung – Erziehung. Philosophische Perspektiven* (S. 1–11). J.B. Metzler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-66838-2_1.
- Nymo, O., & Schmitt, W.M.A. (2023). Influencer: Der Werbekörper als Vorbild. In A. Schütte & J. Nielsen-Sikora (Hrsg.), *Wem folgen? Kindheit – Bildung – Erziehung. Philosophische Perspektiven* (S. 111–122). J.B. Metzler.
- Oevermann, U. (1996). Theoretische Skizze einer revidierten Theorie professionalisierten Handelns. In A. Combe & W. Helsper (Hrsg.), *Pädagogische Professionalität. Untersuchungen zum Typus pädagogischen Handelns* (S. 70–183). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Oevermann, U. (2004). Sozialisation als Prozess der Krisenbewältigung. In D. Geulen & H. Veith (Hrsg.), *Sozialisationstheorie interdisziplinär: Aktuelle Perspektiven* (S. 155–183). Stuttgart. <https://doi.org/10.1515/9783110511246-011>.
- Piaget, J. (1986). Die moralische Entwicklung von Jugendlichen in primitiven und „modernen“ Gesellschaften. In H. Bertram (Hrsg.), *Gesellschaftlicher Zwang und moralische Autonomie* (S. 118–125). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Reckwitz, A. (2006). *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Weilerswist: Velbrück.
- Rehberg, P., & Weingart, B. (2017). Celebrity Cultures. Einleitung in den Schwerpunkt. *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 16(1), 10–20.
- Riesman, D. (1956). *Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters*. Darmstadt, Berlin, Neuwied am Rhein: Rowohlt.
- Riesman, D. (1989). *The Lonely Crowd. A study of the changing American character*. New York: Yale University Press.
- Roth-Ebner, C. (2016). Mediatisierung von Arbeit. In J. Wimmer & M. Hartmann (Hrsg.), *Medien-Arbeit im Wandel. Medien • Kultur • Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-10912-7_3.
- Schmitz, C. (2021). Soziale Netzwerke als Räume der Identitätsarbeit: Über die Bedeutung von Online-Aktivitäten von Social-Media-Stars für die Identitätsbildung und -entwicklung jugendlicher Mädchen. *Medienimpulse*. <https://doi.org/10.21243/mi-02-21-19>. 61 Seiten.
- Schorb, B. (2003). Politische Sozialisation durch Medien. In K. Fritz, S. Sting & R. Vollbrecht (Hrsg.), *Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten* (S. 75–92). Opladen: Leske + Budrich.
- Seifert, A. (2010). *Das Modell(l) Heidi Klum. Celebrities als kulturelles Phänomen*. Konstanz: UVK.
- Seifert, A. (2013). /Celebrity/ – Versuch einer Begriffsbestimmung. In C. Y. Robertson-von Trotha (Hrsg.), *Celebrity Culture. Stars in der Mediengesellschaft* (S. 25–38). Baden Baden: Nomos.
- Suter, L., Waller, G., Külling, C., Bernath, J., Willems, I., Zulliger, M., & Süss, D. (2023). *JAMESfocus – Influencerinnen und Influencer als Vorbilder und das perfekte Leben der anderen*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Taylor, Ch (1996). *Quellen des Selbst*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Thrun, K. (2018). Nennen wir Influencer bitte Content Creator [Blog]. <https://kaithrun.de/social-media/nennen-wir-influencer-bitte-content-creator/>. Zugegriffen: 13. März 2023.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming conversation. The power of talk in a digital age*. New York: Penguin Books.
- Weber, M. (1991). *Die protestantische Ethik. Eine Aufsatzsammlung*. Gütersloh: Siebenstern.
- Wegener, C. (2008). *Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans*. Wiesbaden: VS.
- Ziehe, T. (2007). Die Eigenwelten der Jugendlichen und die Anerkennungskrise der Schule. In D. Horster (Hrsg.), *Moralentwicklung von Kindern und Jugendlichen* (S. 103–123). Wiesbaden: VS.
- Zizek, B. (2012). *Probleme und Formationen des modernen Subjekts – Zu einer Theorie universalser Bezogenheiten*. Wiesbaden: VS.
- Zizek, B. (2015a). Der Mensch als Bewährungssucher – Versuch einer systematischen Einführung des Begriffs der Bewährung in die Sozialwissenschaft. In D. Garz & B. Zizek (Hrsg.), *Wie wir zu dem werden, was wir sind: Sozialisations-, biographie- und bildungstheoretische Aspekte* (S. 71–89). Wiesbaden: VS.

- Zizek, B. (2015b). Exemplarische Rekonstruktion der Eröffnungsphase von Unterricht. Sozialisations-, bewährungs- und professionalisierungstheoretische Perspektiven auf Schule. *Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation*, (3), 302–319.
- Zizek, B. (2017). Digital socialization? An exploratory sequential analysis of anonymous adolescent Internet-social interaction. *Human Development*, 60(5), 203–232. <https://doi.org/10.1159/000479082>.
- Zizek, B. (2018). Tendenzen und Desiderata aktueller Sozialisationsforschung aus der Perspektive einer rekonstruktiven Sozialisationsforschung. In A. Kleeberg-Niepage & S. Rademacher (Hrsg.), *Kindheits- und Jugendforschung in der Kritik* (S. 355–388). Wiesbaden: VS.
- Zizek, B. (2020a). Adoleszente als Bewährungssucher – Charakteristika, Tendenzen und Probleme im Prozess des Erwachsenwerdens anhand eines internationalen Vergleichs. In A. Heinen, C. Wiezorek & H. Willems (Hrsg.), *Entgrenzung der Jugend und Verjugendlichung der Gesellschaft* (S. 158–176). Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Zizek, B. (2020b). Cultivating a self-centered sociality?—A reconstruction of the structural features of everyday digital interaction between young people. *Beijing International Review of Education*, 2(3), 323–342. <https://doi.org/10.1163/25902539-00203003>.
- Zizek, B., & Andermann, H.-Z. (2020). Analysis of youth-oriented websites. An introduction to the qualitative image-analytical methods of objective hermeneutics. *Beijing International Review of Education*, 2(3), 1–25. <https://doi.org/10.1163/25902539-00201005>.
- Zizek, B., & Andermann, H.-Z. (2023). Das Internet als neuer Möglichkeitsraum für selbstgewählte Therapie? – Eine sozialisationstheoretische Erkundung neuer digitaler Erfahrungsräume. In C. Scheid, M. Silkenbeumer, L. Zizek & B. Zizek (Hrsg.), *Sozialisationsforschung revisited*. Wiesbaden: VS.

Hinweis des Verlags Der Verlag bleibt in Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutsadressen neutral.