

2 Bezugsfelder und Hintergründe der Untersuchung

2.1 Teilen und Austauschen als jugendkulturelle, mediale und gesellschaftliche Leit motive

2.1.1 Das jugendliche Selbst im Spiegel sozialer Netzwerke

Heute nehmen netzbasierte Interaktionsformen, also Handlungen, die medial vermittelt über das Internet und insbesondere die sozialen Netzwerke stattfinden, im Alltag von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen einen zentralen Stellenwert ein. Davon ausgehend hat sich eine ›Kultur des Teilens‹ entwickelt, in der Teilen und Austauschen digitale und analoge Leit motive sind. D. h., verschiedenste netzbasierte Handlungsformen zielen ab auf ein Mit-Teilen individueller Erfahrungen, Meinungen, Erlebnissen usw. mit anderen bzw. werden erst dadurch konstituiert. Dies hat u. a. zur Folge, dass auch die individuelle Persönlichkeitsentwicklung maßgeblich im Spiegel der Wahrnehmungen der medialen Selbstdarstellung durch andere verläuft:

»Wesentlicher Bestandteil der digitalen Jugendkultur ist die körperbetonte, sinnliche Selbstdarstellung auf den ›jungen‹ Plattformen Youtube und Flickr mit ihren game- und musikkulturorientierten Clips und Fotos. Jugendliche Selbstdarstellung schlägt sich im Anschluss an die eigene Bild-Sozialisation in einem Medien-Ego nieder. Mediale Posen sind für die junge Generation selbstverständlich und alltäglich. Ihr Verhalten vor der Kamera ist zu einem großen Teil professionell und antrainiert. Youtube und Flickr zeigen am deutlichsten, wie Bilder als fluider Kommunikationsstoff funktionieren können und dass hierbei Kunst entstehen kann. Diese visuell neuartigen Clipformen dienen einmal dem Ziel, sich anderen mitzuteilen und mit ihnen zu kommunizieren. Es kann aber auch eine negative Kommunikation werden, wenn die Bilder asozial [Herv. i. O.] werden, wenn sie als Material für Mobbing und ›Cyberbullying‹ dienen.« (Richard 2010, S. 245)

Nach der Wahrnehmung der Medientheoretikerin und -pädagogin Richard spielt sich die jugendliche Selbstdarstellung auf zwei verschiedenen Ebenen ab: Auf der »Ebene des Gesehen-Werdens und Sich-Zeigens« (a.a.O., S. 242) funktioniert das Web 2.0¹¹ wie »die virtuelle Straßenecke, die die Sichtbarkeit als Teil und Nicht-Teil von Gruppen gewährleistet« (ebd.). Fotos und Videos seien dort aufzufassen »als (teilweise spektakuläre) Inszenierungen

¹¹ Anstelle des 2010 von Richard verwendeten Begriffs des »Web 2.0« ist heute das Sprechen von Sozialen Netzwerken gebräuchlicher.

der eigenen Person auf ein nicht näher bestimmtes Publikum hin« (ebd.). Auf einer zweiten Ebene dienen Videos und Fotos der Selbstbespiegelung, denn sie ermöglichen es den Bildproduzenten, »selbst Zuschauer der eigenen Darstellung zu werden und diese, durch die medial erwirkte Distanz, zu beurteilen. Entscheidend und neu daran ist der Prozess: der Produzent oder die Produzentin will sich auch selbst sehen!« (ebd.)

In den Interpretationen Richards deutet sich an, dass die Interaktion mit anderen auch für den kunstpädagogischen Kernbereich der Bildproduktion von größter Relevanz ist, denn sie beeinflusst zum einen die Art der Bildinszenierung, die im Rahmen aktueller Netzpraxen immer stärker auf ein nicht näher bestimmtes Publikum ausgerichtet ist. Zum anderen eröffnet sie neue Räume und Wege der Selbstwahrnehmung und Selbstbeurteilung, da die Art der Selbstdarstellung im Internet die Selbstwahrnehmung aus einer Außenperspektive gewissermaßen aus der Sicht eines virtuellen Publikums erleichtert. Damit kommen den rezeptiven und produktiven Bildhandlungen im Internet wesentliche Funktionen im Hinblick auf die individuelle Persönlichkeitsentwicklung zu, die es kunstpädagogisch zu berücksichtigen gilt.¹²

2.1.2 Kennzeichen und Konsequenzen einer ›Kultur des Teilens‹

Browsing. Sharing. Collecting. Producing.

Der Kunstpädagoge Busse benennt vier wesentliche Merkmale einer »Screen-Culture« (Busse 2011, S. 237): Als *Browsing* bezeichnet er »alle hypertextuellen Aktivitäten einer Person vor einem Bildschirm: das Verfolgen von Verknüpfungen, die das Internet bereit hält« (a.a.O., S. 237f.). *Sharing* besteht für ihn in der »Kommunikation über das digitale Netz in Form von Chats, LAN-Parties oder unter Ausnutzung von Web 2.0, das die Rückmeldung und Gestaltung von Websites (Wiki-Websites, Social-Networking-Sites, Weblogs, Foto-Communities), Videocommunities und Podcasts ermöglicht« (ebd.). Das dritte Merkmal der Screen-Kultur stellt *Collecting* dar, die »digitale Form des Speicherns und Sammelns von Daten« (ebd.), und als letztes Merkmal nennt Busse mit *Producing* die »Herstellung digitaler Texte und Bilder« (ebd.). Mit dieser Kategorisierung verdeutlicht Busse die Vielfalt netzbasierter Handlungen, die für Kinder und Jugendliche außerhalb des (Kunst-)Unterrichts bedeutsam sind und macht sie damit einer kunstpädagogischen Betrachtung und Behandlung zugänglich.

Busses Bestimmungen der Netzkultur im Jahre 2011 sind jedoch auch ein Beispiel für das kurze Verfallsdatum von Aussagen über die Entwicklungen im Bereich der immer wieder neuen Medien: Zwar sind die von ihm genannten vier Aspekte auch heute noch praktizierte Formen der Internetnutzung. Ihre Bedeutung hat sich jedoch hin zum Sozialen verschoben. Die aus demselben Jahr wie Busses Überlegungen stammende Situationsbeschreibung der Kunsttheoretikerin Seijdel nimmt heute offensichtlich gewordene Entwicklungen vorweg und kann daher als Ausgangspunkt für eine differenzierte Betrachtung aktueller, online und offline praktizierter Interaktions- und Kommunikationsformen dienen:

¹² Vgl. vertiefend Jazo/Richard 2015.

»Der Web 2.0-Kultur wird eine Unzahl progressiver Qualitäten zugeschrieben: Es soll sich dabei um eine demokratisierende und emanzipierende Partizipationskultur handeln, oder sogar um eine alternative Geschenkkultur, bei der das Teilen und Austauschen von unterschiedlichem Content und Wissen eines der Leitmotive ist und die für Prozesse der kollaborativen und kollektiven Intelligenz für neue Diskurse und kulturelle Ergebnisse sorgen. Die sozialen Netzwerke sollen selbstorganisierend sein, den sozialen Aspekt durch »Bottom-up« statt »Top-Down« auf eine neue Weise gestalten und eine kreativere kulturelle Produktion fördern. Dieser Euphorie stehen die zögerlichen Kritiker gegenüber, die aufgrund der Tyrannei von Web 2.0 und des Aufkommens der Massen, die sich davon faszinieren lassen, Angst vor dem Untergang der westlichen Expertenkulturen bekommen, und die in den Massen nur die pöbelnden Plebejer oder die konformistischen Konsumenten sehen.« (Seijdel 2011, o.S.)

Tatsächlich hat sich ausgehend von den Interaktionspraxen des Internets eine »Kultur des Teilens« (Terkessidis 2015, S.8) entwickelt, in der Teilen und Austauschen wie bereits von Seijdel als Leitmotive bezeichnet werden können. Deutlich wird dies nicht nur an kollaborativen Enzyklopädiën wie Wikipedia, die auf dem Prinzip kollektiver Intelligenz basieren, oder dem Teilen von Bildern und Videos (und damit auch von Wissen, Meinungen, Erfahrungen usw.) auf Plattformen wie z. B. Instagram und Youtube. Auch außerhalb des Internets finden sich, gefasst unter Schlagworten wie *Share Economy*, *Collaborative Consumption* und *Collaborative Economy*, zahlreiche Indizien dafür, dass Teilen und Austauschen als jugendkulturelle, mediale, gesellschaftliche, aber auch wirtschaftliche Strategien immer wichtiger werden (vgl. Schmidt-Wetzel 2016a, 2016b, S. 6-7). Auch Zusammenarbeit als ein Teilen von Energie und Ressourcen wird immer mehr als Wert an sich propagiert, was etwa an der Selbstdarstellung der deutschen Fußballnationalmannschaft im Rahmen der Weltmeisterschaft 2014 beobachtet werden konnte.

Dimensionen von Sharing aus heutiger kunstpädagogischer Perspektive: Following. Participating. Commenting. Collaborating.

Angesichts dieser »Kultur des Teilens« umfasst *Sharing* heute weit mehr Dimensionen, als dies noch 2011 von Busse beschrieben werden konnte. Es ergibt sich daraus der Bedarf, die von ihm vorgeschlagenen Begriffe neu zu bestimmen, um die aktuell praktizierten Formen des Teilens und Austauschens zunächst einer genaueren Betrachtung und darauf aufbauend einer differenzierteren Berücksichtigung im Kontext von Kunstpädagogik zugänglich zu machen. Die im Folgenden vorgeschlagenen, kurz umrissenen neuen Begrifflichkeiten sollen helfen, sich die Vielschichtigkeit der von Jugendlichen außerhalb des (Kunst-)Unterrichts praktizierten Interaktionsformen als eine Grundlage für die weitergehende Auseinandersetzung mit dem Forschungsgegenstand bewusst zu machen (vgl. Schmidt-Wetzel 2016b, S. 7):

- *Sharing* stellt eine den anderen interaktiven Handlungsformen übergeordnete Kategorie dar, da sie Kennzeichen verschiedenster digitaler und analoger Bereiche

ist. Sie umfasst das materielle Teilen von Dingen und die gemeinsame Nutzung von Konsumgütern ebenso wie das Teilen und den Austausch von Erfahrungen, Erlebnissen und Meinungen. *Sharing* wird auch in der Wirtschaft, z. B. als Werbestrategie, aufgegriffen, was dessen Bedeutung wiederum in der jugendlichen Wahrnehmung wechselwirkend verstärkt.

- Ein wesentliches Ziel vieler Netzaktivitäten, sowohl von Privatpersonen als auch von Unternehmen, kommerziellen und nicht kommerziellen Organisationen, besteht heute darin, möglichst viele ›Follower‹ zu gewinnen. Erreicht werden kann dies dadurch, dass die eigenen Bewegungen im Internet für alle anderen nachvollziehbar gemacht, also geteilt werden. Die unter dem Oberbegriff des *Sharing* gewissermaßen basale Grundtechnik besteht daher im *Following*, d. h. dem Verfolgen von Wegen und Pfaden, die von anderen Netznutzerinnen und -nutzern in Form von Links, Hashtags oder mit den ›Like‹- und ›Share‹-Funktionen vorgeschlagen werden.
- *Participating* besteht in der Teilnahme und Teilhabe an unterschiedlichsten Gruppen und Gruppierungen, z. B. in digitalen *Communities* und sozialen Netzwerken. Das Mitmachen beschränkt sich jedoch nicht allein auf das passive Mit-Verfolgen im digitalen Raum, sondern kann verbunden sein mit der aktiven Teilnahme an nicht allein virtuellen Aktionen, z. B. an Flashmobs, Protestaktionen und Demonstrationen wie etwa im Rahmen des ›Arabischen Frühlings‹ oder auch der netzbasiert organisierten ehrenamtlichen Flüchtlingshilfe.
- Ein wesentliches Instrument für dieses Teilen und Teilnehmen besteht im Kommentieren (*Commenting*) von Aktionen und Inhalten anderer Netznutzerinnen und -nutzer. Jedes soziale Netzwerk stellt dafür die entsprechenden Tools zur Verfügung. Beispiele dafür sind etwa der ›Like‹-Button bei Facebook und die Smiley-Nutzung bei WhatsApp oder anderen Chat-Diensten. Aber auch das Kommentieren eigener alltäglicher Handlungen, z. B. per Snapchat, die kollektive Meinungsbildung zu gesellschaftlichen und politischen Ereignissen, z. B. auf Twitter, und das immer größere Vertrauen in die Bewertungen kommerzieller Angebote, z. B. in der Reisebranche, sind Kennzeichen dieser neuen Feedback-Kultur.
- Für den Bereich der Kunstpädagogik besonders relevant ist *Co-Producing*. Es bezeichnet die Nutzung digitaler Möglichkeiten der Datenspeicherung und/oder Datenproduktion auf kollektiven und kollaborativen Plattformen, um individuelle Handlungen und ihre Ergebnisse unmittelbar zu veröffentlichen oder aber sofort gemeinsam mit anderen zu realisieren (vgl. Peez/Camuka 2016, S. 37ff.)
- *Collaborating* als gemeinsames kreatives Agieren (online und/oder offline), zielt schließlich auf Ergebnisse ab, die – anders als beim *Co-producing* – über den individuellen Nutzen hinaus bedeutsam sind. Z. B. beim Erstellen von Online-Nachschlagewerken, Tutorials oder bei der Organisation von Flüchtlingshilfen, erfordert es eine andere Intensität und Wechselseitigkeit des Austauschs als das Mit-Teilen und stellt daher eine Sonderform der Interaktionspraxen von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen dar.

Unwägbarkeiten, Herausforderungen, Bedeutungsverschiebungen

Ob mit dem – zumindest an der Oberfläche – hierarchiefreien und basisdemokratischen Wesen von Plattformen wie Wikipedia, Facebook oder Instagram, aber auch mit zunehmend genutzten Angeboten wie *Car-Sharing*, *Crowdsourcing*, *Crowd-Design* oder Gemeinschaftsbüros tatsächlich die vielfach erhofften, verschiedensten emanzipatorischen und demokratisierenden Wirkungen einhergehen, kann nicht eindeutig beurteilt werden. Mit Sicherheit enthalten die genannten Phänomene auch Risiken für etablierte Wissens-, Kommunikations- und Produktionsformen. So erweisen sich bspw. die sozialen Netzwerke als zunehmend anfällig gegenüber manipulativen Eingriffen, die bspw. bei der US-Wahl 2016 die Wählerschaft zugunsten des republikanischen Kandidaten Donald Trumps maßgeblich beeinflusst haben sollen. Die sich als quasi nonkommerzielle Alternativen stilisierenden Unterkunfts- bzw. Taxivermittler Airbnb und Uber gefährden bestehende Arbeitstrukturen. Eine Auseinandersetzung mit dieser komplexen Fragestellung würde jedoch den kunstpädagogischen Fokus der Untersuchung aus den Augen verlieren, weshalb an dieser Stelle lediglich auf weiterführende, auch fiktionale Literatur verwiesen (vgl. z. B. Ziemer 2013, Eggers 2014, Terkessidis 2015) und zur kritischen Beobachtung der weiteren Entwicklungen der »Kultur des Teilens« aufgerufen sei.

Klar ist hingegen: In den sozialen Netzwerken erleben viele Begriffe, die Beziehungen und damit verbundene Gefühle bezeichnen, eine massive Bedeutungsverschiebung. Die Eigenschaften von Facebook-Freunden überschneiden sich etwa nur zum Teil mit »echten« Freunden außerhalb des Internets. Ein Klick auf den Like-Button drückt nicht zwangsläufig Gefallen an dem so Kommentierten aus, sondern kann auch weit simpler ein Resonanzzeichen sein in dem Sinne von »Ich habe gesehen, was du gepostet hast« sowie der Aufruf, im Gegenzug ebenfalls Gefallen auszudrücken. Beliebtheit und Bedeutung messen sich in der Anzahl von »Followern« und »Likes«, der soziale Status in der Zugehörigkeit zu Gruppen (vgl. Schmidt-Wetzel 2016b, 6-7). Vieles deutet darauf hin, dass auch diese aktuell zunehmend von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen praktizierten Formen des Teilens und Austauschens (noch) relativ oberflächliche und undifferenzierte Interaktionsformen darstellen, die einer intensiven Bearbeitung im Bereich der Bildung und Pädagogik bedürfen.

2.2 Kollaborative Strategien in der Bildenden Kunst

In Orchestern, Bands, Theaterensembles, Filmcrews, *scientific communities* in der Wissenschaft oder Projektgruppen im Design stellt das Zusammenarbeiten in Gruppen eine wesentliche ästhetische bzw. kreative Strategie dar. In der Bildenden Kunst dagegen wird dies, ähnlich wie in der Kunstpädagogik, häufig diskursiv als therapeutisches Experiment degradiert (vgl. Rötzer/Rogenhofer 1991, o.S.). Die traditionell besondere Bedeutung der Künstlerpersönlichkeit für die bildende Kunst könnte dazu in nicht unerheblichem Maße beitragen. Denn der Wert eines Kunstwerks wird bis heute nicht zuletzt auch in materieller Hinsicht mitbestimmt durch den Wert der Künstler: »Der Künstler selbst ist ein