

Der Beitrag beschreibt sexualbezogene Kommunikation Jugendlicher über Facebook, YouTube und Online-Foren. Es zeigt sich, dass massenmediale Tendenzen der Sexualisierung sowohl reproduziert als auch kritisiert werden, dass Effekte von Empowerment und Disempowerment Hand in Hand gehen.

Sexualbezogene Online-Kommunikation unter Jugendlichen

Spektrum und Beispiele

Nicola Döring

In der sexuellen Sozialisation von Jugendlichen spielen alte und neue Medien eine zentrale Rolle (Pascoe 2011; Döring 2013a). Insbesondere im Internet kommen Mädchen und Jungen geplant – und manchmal auch ungeplant – mit einer Fülle und Vielfalt an sexuellen Inhalten in Kontakt, die früheren Generationen kaum zugänglich waren (Döring 2009). Dabei sind Jugendliche auch in Zeiten zunehmender *Sexualisierung und Pornografisierung der Medienwelt* nicht einfach passive Opfer übermächtiger Medienwirkungen, sondern eignen sich Medieninhalte – vor dem Hintergrund ihres jeweiligen Erfahrungshorizontes – mehr oder minder kompetent aktiv an, meiden oder suchen bestimmte Darstellungen und produzieren selbst Online-Content, deuten und bewerten nach unterschiedlichen Maßstäben, stellen Fragen, bewundern, lästern und tauschen sich mit Peers über ihre Einschätzungen aus (Schmidt/Matthiesen 2011; Matthiesen/Martyniuk/Dekker 2011; Döring 2012).

Der vorliegende Beitrag widmet sich der sexualbezogenen Online-Kommunikation von Jugendlichen mit Fokus auf *Facebook*, *YouTube* und

Online-Foren. Er möchte das Spektrum der sexualbezogenen Inhalte aufzeigen und an ausgewählten Beispielen jeweils Chancen und Risiken illustrieren. Eine detaillierte Beobachtung der sexualbezogenen Kommunikation auf den jeweils *aktuell beliebten Social-Media-Plattformen* im Internet ist für die Medien- und Sexualpädagogik ebenso wie für die Medien- und Sexualforschung fruchtbar, wenn nicht notwendig, um die zeitgenössische sexuelle und mediale Sozialisation Jugendlicher besser zu verstehen und bei Bedarf gezielt unterstützend eingreifen zu können.

Facebook & Co.

Nach der Suchmaschine *Google* ist die 2004 gegründete soziale Netzwerk-Plattform *Facebook* die beliebteste Anlaufstelle im Netz (www.alexacom/topsites/countries/DE). Die große Mehrheit (80 %) der weiblichen wie männlichen Jugendlichen ist hierzulande mit einem *eigenen Online-Profil* auf *Facebook* vertreten, kommuniziert dort täglich oder mehrmals pro Woche mit Freunden

und Bekannten (mpfs 2013, S. 32, 38). Da *Facebook*-Freunde keine virtuellen Unbekannten, sondern überwiegend Kontakte aus dem realen sozialen Umfeld sind, ist die Kommunikation nicht anonym oder pseudonym, sondern findet typischerweise unter Klarnamen statt. Auch ist die *Facebook*-Kommunikation in der Regel nicht internetöffentlich, sondern teilöffentlich, das heißt, auf den jeweils eigenen Kontaktkreis beschränkt, da es üblich ist, das gesamte Profil oder bestimmte Inhalte (z. B. Fotoalben) gezielt nur für Bekannte freizuschalten.

Auch wenn *Facebook* aktuell die populärste soziale Netzwerk-Plattform darstellt und umfassend sozialwissenschaftlich untersucht wird (v. a. hinsichtlich Beziehungspflege, Identitätspräsentation und Privatsphäre; für Literaturübersichten zur *Facebook*-Forschung siehe Anderson/Fagan/Woodnutt/Chamorro-Premuzic 2012; Wilson/Gosling/Graham 2012; Caers et al. 2013), so zeichnen sich Veränderungen ab: Der Zustrom der älteren Generationen wächst, so dass *Facebook* aus Sicht von Jugendlichen teilweise bereits als ‚elternverseucht‘ gilt und sie auf andere Plattformen abwandern (z. B. die Blogging-Plattform *Tumblr* oder *WhatsApp*-Gruppen).

Erotische Selbstdarstellungen

Im Zusammenhang mit Sexualität ist *Facebook* zunächst als *Selbstdarstellungs- und Flirtmedium* bedeutsam. So erproben und vergleichen Jugendliche auf *Facebook*, wie sie sich gegenüber ihren Peers als sexuell attraktive Mädchen und Jungen präsentieren können und sollen. Eine Teilgruppe von Jugendlichen nutzt zudem die inzwischen von *Facebook* übernommene mobile Foto-Plattform *Instagram*, um sich regelmäßig mit Handy-Selbstportraits (sog. *Selfies*) in Szene zu setzen und Selbstbestätigung in Form von Likes und Kommentaren für das eigene Aussehen zu erhalten (entsprechende Fotos sind auf *Instagram* z. B. unter Hashtags wie #me, #selfie oder #lovelybody zu finden).

Bei den mehr oder minder deutlich sexualisierten fotografischen Online-Selbstdarstellungen auf *Facebook*, *Instagram*, *Tumblr* und anderen Online-Plattformen scheint eine Orientierung an gängigen geschlechtsrollenspezifischen Attraktivitätsnormen zu überwiegen, das heißt, Jungen präsentieren oft ihre Muskeln, Mädchen ihr Dekolleté und ahmen beim ‚Posen‘ massenmediale Vorlagen nach. Doch auch alternative Schönheitsideale werden online sichtbar (z. B. unter Hashtags wie #transgender; #queer, #curvy, #bodymodification). Auch werden Selbst-Sexualisierungen kritisch verhandelt: Der unter Mädchen auf Fotos beliebte ‚Schmollmund‘ mit pornografisch geschürzten Lippen ist unter Jugendlichen inzwischen zunehmend als lächerliches „Duck Face“ verpönt (Döring 2013a).

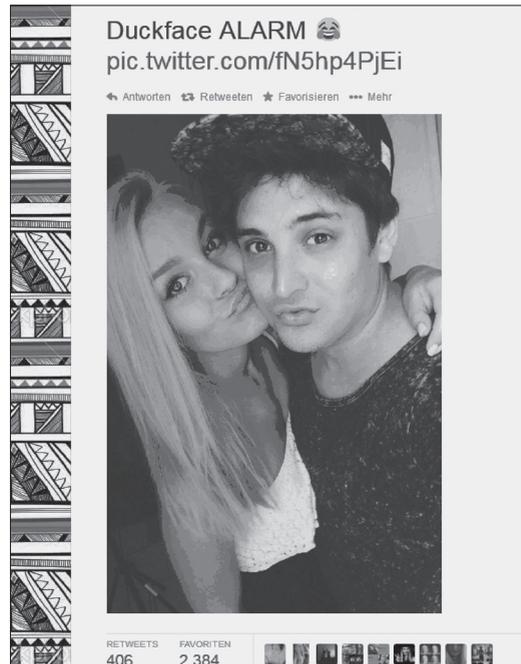
Die widersprüchlichen Anforderungen, mit denen Heranwachsende (insbesondere Mädchen) konfrontiert sind, sich einerseits attraktiv und ‚sexy‘ zu zeigen, gleichzeitig aber nicht ‚billig‘ zu wirken, werden über die Selbstdarstellungen und deren Resonanz auf den Netzwerk-Plattformen ausgehandelt. Die Effekte dürften dabei ambivalent sein und Elemente von *Empowerment* (Förderung von Selbstakzeptanz angesichts positiver Resonanz sowie der Verfügbarkeit alternativer Rollenmodelle) ebenso beinhalten wie Elemente von *Disempowerment* durch abfällige bis regelrecht feindselige Rückmeldungen zum Aussehen (sog. Online-Hate) und einer ständigen Beschäftigung mit dem Bewerten, Inszenieren und Vergleichen des körperlichen Erscheinungsbildes auf Online-Fotos.

In den letzten Jahren ist eine öffentliche Debatte über sexualisierte Handy-Selbstporträts zu beobachten, die manche Jugendliche in ihren romantischen Beziehungen per SMS und Smartphone-Apps (z. B. *WhatsApp*, *SnapChat*) untereinander austauschen (sog. *Sexting*). Doch es handelt sich beim Sexting nicht um ein Jugendphänomen. Vielmehr ist das Publizieren und Austauschen erotischer Selbstportraits in der sexuellen Kultur Erwachsener inzwischen fest etabliert

und wird überwiegend positiv erlebt, etwa im Kontext von Intimität und Lust in der Partnerschaft (Parker/Blackburn/Perry/Hawks 2013) oder als Rückversicherung bzw. Neuentdeckung sexueller Anziehungskraft vor einem Online-Publikum (z. B. auf *Tumblr*: Tiidenberg, 2014). Medien- und sexualpädagogisch ist heute noch weitgehend offen, wie Jugendliche im Rahmen ihrer sexuellen Entwicklung am besten darin unterstützt werden können, verantwortungsvoll in diese Verhältnisse hineinzuwachsen. Momentan wird Jugendlichen von offiziellen Kampagnen meist völlige Sexting-Abstinenz empfohlen und insbesondere den Mädchen erklärt, dass bereits ein einziges ‚Oben-Ohne‘-Bild, das in falsche Hände gerät, ‚ihr Leben zerstören kann‘. Derartige Kampagnen verlagern die Probleme illegaler Weitergabe privater Fotos und geschlechtsspezifischen Mobbings auf die weiblichen Opfer (Victim Blaming) und ignorieren die Grenzen und Widersprüche von Sexting-Abstinenz-Botschaften im Kontext einer Sexualerziehung, die ansonsten nicht auf Abstinenzforderungen, sondern auf Aufklärung und Befähigung zu Safer Sex setzt (Döring 2012, 2014a; Hasinoff 2012).

Virale Videos und Internet-Memes

Eine weitere Variante sexualbezogener Kommunikation über *Facebook* (und andere soziale Netzwerk-Plattformen) ist das Teilen von populären Internet-Fundstücken, vor allem so genannten *viralen Videos* (d. h. Videoclips, die massenhaft untereinander weitergegeben werden) und *Internet-Memes* (meist Bilder mit einprägsamer Textunterschrift, die ebenfalls massenhaft geteilt und oft auch variiert werden; Shifman 2013). Die viralen Videos stammen ursprünglich meist von der Video-Plattform *YouTube*, die Internet-Memes von Websites wie *Reddit.com*, *Memebase.cheezburger.com* oder *9gag.com* (eine Datenbank, die bekannte Internet-Memes dokumentiert und erklärt, ist *KnowYourMeme.com*). Sie verbreiten sich dann vor allem über *Facebook* – insbesondere wenn



„Duck Face“ – inzwischen unter Jugendlichen zunehmend als lächerlich verpönt und ironisiert

durch einen sexuellen Bezug ein besonderer Schau- und Provokationswert besteht. Ein Beispiel für virale Videos ist das ursprünglich von den TV-Moderatoren Yoko und Klaas erfundene Spiel *Porno Ping Pong*, bei dem es darum geht, sich abwechselnd gegenseitig Titel und Inhaltsangaben von den DVD-Hüllen von Pornofilmen laut vorzulesen ohne zu lachen. Das Video wurde massenhaft geteilt und in vielfältigen Formen nachgeahmt, so dass zahlreiche Varianten im Umlauf sind (siehe Videoclip *Porno Ping Pong 1 Mtv Home Joko vs. Klaas* auf *YouTube* mit über 3,9 Millionen Abrufen). Angesichts der Sorge, Jugendliche könnten Pornografie als realistisch Vorbild für ihre eigene sexuelle Praxis ansehen, etablieren virale Videos, mit denen man sich kollektiv über die Absurdität pornografischer Begriffe, Plots und Settings lustig macht, eine klare Distanz zu dem fiktionalen Mediengenre. Das gilt auch für den Umgang mit pornografischen Fetisch-Inhalten, die von Jugendlichen

keineswegs automatisch als ‚üblich‘ und unbedingt nachahmenswert angesehen werden, sondern gerade wegen ihrer ‚Schock-Wirkung‘ über *Facebook* und andere Online-Dienste geteilt werden. Legendar ist hier zum Beispiel das Internet-Meme ‚*Two Girls one Cup*‘ (<http://knowyourmeme.com/memes/2-girls-1-cup>), ein Pornoausschnitt, in dem scheinbar Exkrememente verspeist werden, wobei die kollektive Aneignung darin besteht, sogenannte *Reaktions-Videos* zu teilen, in denen man sieht, wie ahnungslose Zuschauerinnen und Zuschauer fassungslos reagieren. Damit versichert man sich angesichts der Online-Sichtbarkeit auch sehr seltener sexueller Vorlieben kollektiv der eigenen Normalität. (Dies geschieht jedoch möglicherweise auf Kosten der Akzeptanz sexueller Minoritäten.)

Institutionen der Sexualberatung

Um Jugendliche als Zielgruppe dort anzusprechen, wo sie sich im Internet Tag für Tag aufhalten, sind zunehmend mehr Institutionen, auch solche der Sexualberatung, mit eigenen Profilen auf *Facebook* vertreten, etwa *Pro Familia Deutschland* (gut 1.000 Fans, Stand: Mai 2014), die *Deutsche AIDS-Hilfe* (rund 20.000 Fans) oder Initiativen wie *Jugend gegen AIDS e. V.* (rund 11.000 Fans). Auch die Sexualaufklärung der *BRAVO* ist über das *Facebook*-Profil der Jugendzeitschrift zugänglich (knapp 1 Million Fans). Die *BRAVO*-Beiträge werden von Jugendlichen auf *Facebook* geteilt, bewertet und kommentiert. Dies beinhaltet auch eine kritische Auseinandersetzung mit dem Grad der Freizügigkeit der Inhalte oder den konkreten ‚Sextipps‘ (z. B. zu Oralverkehr). Über *Facebook*-Profile können ‚alte Medien‘ sowie Institutionen der Sexualberatung Informationsbeiträge, Veranstaltungshinweise und Anlaufstellen bekannt machen. Individuelle Online-Sexualberatung findet dagegen im Internet nicht öffentlich auf *Facebook*, sondern privat per E-Mail oder Online-Chat statt.

YouTube

Neben *Google* und *Facebook* ist die 2004 gegründete Video-Plattform *YouTube* in Deutschland wie international die meistbesuchte Website im Internet (www.alexa.com/topsites). Insbesondere bei Jugendlichen ersetzen die jederzeit und massenhaft zugänglichen Webvideos inzwischen zunehmend das lineare Fernsehen. *YouTube* bietet Musikvideos und andere Unterhaltungsinhalte, aber auch viel Informatives, dabei werden auch sexualbezogene Fragen behandelt (Döring 2013, 2014b).

YouTube ist über *Kanäle* organisiert. Ein Kanal fasst alle publizierten Videos einer Person oder Organisation zusammen und lässt sich abonnieren, wenn man einen eigenen *YouTube*-Account eingerichtet hat. 74 Prozent der Jugendlichen in Deutschland nutzen regelmäßig Video-Portale wie *YouTube*, 42 Prozent haben ein eigenes *YouTube*-Nutzerkonto (mpfs 2013, S. 32). Während vier Prozent der Jugendlichen in Deutschland in den letzten zwei Wochen eigene Videos veröffentlichten, haben elf Prozent Videokommentare geschrieben und fünf Prozent Videos im Freundeskreis weitergeleitet (mpfs 2013, S. 35). Die Hauptnutzungsform besteht im Ansehen der Videoclips. Jugendliche stoßen auf unterschiedlichen Wegen auf sexualbezogene *YouTube*-Videos: Etwa indem sie entsprechende Suchbegriffe (z. B. ‚erster Kuss‘) in eine Suchmaschine wie *Google* oder direkt in die Suchmaske von *YouTube* eingeben. Neben diesem Zugriff im *Pull-Modus* kommt aber auch der *Push-Modus* zum Tragen: Etwa wenn *YouTube*-Videos über *Facebook* im Freundeskreis geteilt werden (siehe oben), oder wenn man bestimmte *YouTube*-Kanäle abonniert und dann die neuesten Videos dieser Kanäle automatisch vorgespielt bekommt – zusammen mit Empfehlungen ähnlicher weiterer Clips aus anderen Kanälen.

Sexualaufklärung

Der Sexualaufklärungs-Kanal *61 Minuten Sex* zeigt das Potenzial zeitgemäßer medialer Sexualaufklärung (www.youtube.com/61minutensex; rund 200.000 Abonnements, 350 Videos, die insgesamt über 85 Millionen Views auf sich vereinen; Stand: Mai 2014). Betrieben wird der *YouTube*-Kanal von Jan Winter und ‚Gianna Channel‘, beide mit Hintergrund in der Sexualpädagogik. Das Konzept ist insofern innovativ als Publikumsfragen aufgegriffen und die Inhalte teilweise auch szenisch inszeniert werden, oft mit einem Augenzwinkern. Ein weiteres Erfolgsrezept des Kanals besteht darin, dass andere *YouTube*-Stars Gastauftritte haben und zu sexuellen Fragen interviewt werden, so dass ihre jeweiligen Fan-Gemeinden dann auf den Kanal aufmerksam werden. Zu den am meisten nachgefragten Videos gehören Anleitungen zu Techniken für Solo- und Partnersex (die eben nicht nur abstrakt beschrieben, sondern zumindest andeutungsweise in den Videoclips auch gezeigt werden), zum richtigen Überziehen des Kondoms oder zu ‚Lügen in Pornos‘.

Sexuelle Rollenmodelle

Während es in den Massenmedien oft an Rollenmodellen für sexuelle Minoritäten fehlt, sind sie auf *YouTube* mit ihren selbstgedrehten Videos in großer Menge und Vielfalt sichtbar. So sind beispielsweise zahlreiche Mitglieder der LGBTI-Community¹ mit eigenen Video-Kanälen vertreten, präsentieren Comedy-, Musik-, Sport-, Politik- oder Lifestyle-Themen, berichten über ihren Alltag. Jugendliche aller sexuellen Orientierungen zeigen oft sehr großes Interesse am Beziehungsleben der von ihnen bewunderten YouTuberinnen und YouTuber. Es treibt die Abrufzahlen sofort in die Höhe, wenn über die aktuelle Liebesbeziehung gesprochen wird oder der ‚Schatz‘ sogar im Video auftaucht. Durch den regen Online-Austausch mit ihrem jugendlichen Publikum stellen *YouTube*-Rollenmodelle im Sinne von Empowerment eine Anlaufstelle für Fragen und Unterstützung dar,

bieten gleichzeitig im Sinne von Disempowerment wiederum eine Projektionsfläche für teilweise sehr offene Feindseligkeit, die sich zum Beispiel in homophoben Video-Kommentaren niederschlägt. Im deutschsprachigen Raum ist unter anderem der Kanal *TheNosyRosie* zu nennen (www.youtube.com/thenosyrosie), der mit seinen über 600 Videos und mehr als 1,5 Millionen Video-Abrufen (Stand: Mai 2014) laut Selbstbeschreibung das Ziel verfolgt, „zu INFORMIEREN, zu UNTERSTÜTZEN, AUFZUKLÄREN, und einfach der Welt zu zeigen, dass es völlig OK ist, lesbisch, schwul, trans* oder bi zu sein!“ Die von einem Team von jungen Frauen, Männern und Transgendern mehrfach pro Woche neu produzierten Videoclips sprechen Themen wie Coming Out, Liebeskummer, Beziehungsallday, rechtliche Fragen oder Safer Sex an und zeigen die Beteiligten locker plaudernd in ihrem Wohnumfeld oder unterwegs. *TheNosyRosie* ist auch auf *Facebook* und *Twitter* vertreten, so dass über mehrere Social-Media-Kanäle ein Austausch mit dem Publikum stattfinden kann.

Sexualisierte (Selbst-)Darstellungen

Diejenigen Bereiche der Populärkultur, in denen ein starker Trend zur Sexualisierung – vor allem der dargestellten Mädchen und Frauen – erkennbar ist, sind auch auf *YouTube* vertreten (Döring 2013a). Sei es, dass entsprechende massenmediale Beiträge hier weiterverbreitet werden (z. B. Werbung, Musikvideos), sei es, dass selbstproduzierte Videos (User Generated Content) sich an den massenmedialen Vorbildern orientieren. Umstritten sind beispielsweise selbstproduzierte Schmink- und Tanzvideos, in denen vorpubertäre Mädchen ‚zurechtgemacht‘ und in ‚sexy Posen‘ im Sinne einer Selbst-Sexualisierung den Stars der Erwachsenenwelt naheifern. Auch die zahlreichen ‚Female Fitness Motivation‘-Videos auf *YouTube* inszenieren die Sportlerinnen vor allem als Sexualobjekte. Andererseits werden populärkulturelle Darstellungen auf *YouTube* auch aufgegriffen, neu zu-

sammengeschnitten oder parodiert, was teilweise eine kritische Auseinandersetzung mit sexistischen Darstellungen beinhaltet. Ein Beispiel ist der Umgang mit dem 2013 publizierten Welthit *Blurred Lines* von Robin Thicke (ft. T. I. und Pharrell Williams), dessen Musikvideo die drei vollständig bekleideten männlichen Sänger von komplett nackten (in der jugendfreien Version äußerst knapp bekleideten) Frauen umgeben zeigt mit dem Refrain „Ich hasse unklare Grenzen. Ich weiß, du willst es“. Text und visuelle Inszenierung wurden in der öffentlichen Debatte als Verherrlichung von sexuellen Grenzverletzungen und Vergewaltigung kritisiert. Robin Thicke erhielt den Negativ-Preis *Sexist des Jahres* von einem Zusammenschluss britischer Frauenrechtsorganisationen (Endviolenceagainstwomen.org). Die *YouTube*-Community reagierte mit einer Fülle an Gegen-Videos und Parodien (z. B. *Blurred Lines Parody* des YouTubers Bart Baker mit mehr als 27 Millionen Abrufen und 56.000 Kommentaren; www.youtube.com/bartbaker).

Online-Foren

Online-Diskussionsforen wurden bereits in den 1980er Jahren in Form von Mailinglisten, über Pinnwände in Mailbox-Netzen sowie über Newsgroups im Usenet realisiert. Auch heute existieren manche Diskussionsforen noch als Mailinglisten. Üblicher sind inzwischen aber Webforen. Unabhängig von der technischen Realisationsform ähneln sich die Online-Diskussionsforen darin, dass man schriftlich und pseudonym ortsübergreifend miteinander kommuniziert. Dadurch ist es möglich, auch schambesetzte und intime Themen rund um Sexualität offen anzusprechen und eine Fülle von unterschiedlichen Rückmeldungen zu erhalten.

Der Teilnehmerkreis eines Online-Forums besteht üblicherweise aus einem harten Kern von *Stammmitgliedern*, die über längere Zeit dabei bleiben und häufig aktiv Beiträge schreiben

(ca. 1 %), einer *fluktuierenden Peripherie von Gelegenheitsgästen*, die nur sporadisch Beiträge schreiben (ca. 9 %) sowie einer schweigenden Masse an passiv Mitlesenden (ca. 90 %; sog. Lurker; Nielsen 2006). Dass man auch durch reines Mitlesen etwas aus einem Online-Forum mitnehmen kann, liegt daran, dass sich viele Fragestellungen ähneln, so dass man sich mit seinen eigenen Belangen aus einem bereits existierenden Diskussionsstrang bedienen kann. Rund fünf Prozent der Jugendlichen in Deutschland geben an, dass sie in den letzten zwei Wochen einen Forumsbeitrag *geschrieben* haben (mpfs 2013, S. 35), das *Lesen* von Forumsbeiträgen dürfte sehr viel häufiger auftreten. Denn fast jede *Google*-Suche zu sexualbezogenen Fragestellungen, sei es ‚erster Kuss‘, ‚erster Sex‘, ‚Analsex‘, ‚Kondom geplatzt‘, ‚fremdgehen‘ oder ‚Pornosucht‘, liefert neben *YouTube*-Videos und *Wikipedia*-Einträgen auch Forums-Beiträge unter den ersten Treffern. Online-Foren unterscheiden sich stark in ihrem jeweiligen Kommunikationsstil und in der Qualität der Inhalte, was vor allem an den jeweiligen Nutzergemeinschaften und der Moderation liegt.

Forumsvielfalt

Es existiert eine kaum überschaubare Fülle allein an deutschsprachigen, ausdrücklich sexualbezogenen Online-Foren. Viele sind auf den Websites von Publikumszeitschriften zu finden. Etwa auf den Websites der Jugendzeitschriften *BRAVO* (www.bravo.de) und *Mädchen* (www.maedchen.de) oder der Studierendenzeitschrift *Unicum* (www.unicum.de). Auch Online-Gesundheitsportale bieten sexualbezogene Diskussionsforen (z. B. Forum *Das erste Mal* auf www.netdokter.de, Forum *Sexualität* auf www.onmeda.de). Auf allgemeinen Beratungs-Plattformen (www.gutefrage.net; www.wer-weiss-was.de) werden immer wieder auch sexuelle Fragen öffentlich diskutiert. Nicht zuletzt auf den Sexualaufklärungs-Websites der *Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung* (www.loveline.de) sowie von *Pro Familia* (<https://profamilia.sextra.de/pages/>)

sextra/forum) sind sexualbezogene Online-Foren von und für Jugendliche zu finden. Mädchen und Jungen mit nicht-heterosexueller Orientierung nutzen oft Online-Foren auf entsprechenden Community-Portalen (z. B. www.lesarion.de; www.schwulejungs.de).

Forumsthemen und Forumsmoral

Typische Themen sexualbezogener Online-Foren sind etwa Sexualpraktiken, Selbstbefriedigung, Sexspielzeuge, Pornografie, körperliche Merkmale, sexuelle Identität, Beziehungsprobleme und Liebeskummer.

In manchen Forumsbeiträgen sind umfassende Problemschilderungen und Erfahrungsberichte zu finden, hinter denen mehr oder minder großer *Leidensdruck* spürbar ist. Oft nutzen aber gerade Jugendliche Online-Foren auch zur *Orientierung* und tauschen sich in knappen Beiträgen mehr oder minder ernsthaft über ihre bisherigen sexuellen Erfahrungen und Einstellungen aus. Dabei können dann auch sehr *unterschiedliche Meinungen und Bewertungen* durchaus konfliktlos nebeneinander stehen. Etwa wenn im Sex-Forum auf *Bravo.de* unter Mädchen und Jungen die Frage „Wie macht ihr euch geil“ diskutiert wird (Döring 2013). Dabei werden die unterschiedlichsten Aspekte angesprochen: sexuelle Fantasien ebenso wie Petting oder Pornos. Auf den Beitrag eines pornobegeisterten Jungen folgt zum Beispiel der Beitrag eines Jugendlichen, der erotische Online-Chats bevorzugt und Pornos für ‚stumpfes Gerammel‘ hält. Auf den Beitrag eines Mädchens, das begeistert pornografische Geschichten liest und schreibt, folgt der Beitrag einer Jugendlichen, die ab und zu Pornovideos schaut, aber meist auf ‚Kopfkino‘ zurückgreift. Von genereller Pornografie-Ablehnung über die sporadische oder selektive Nutzung von Pornos bis zu regelrechtem Enthusiasmus für die Mediengattung ist im Diskussionsstrang alles vertreten. Möglicherweise kommt in derartigen Online-Diskussionen Jugendlicher eine gewisse Gelassenheit im Umgang mit Pornografie und sexueller Vielfalt zum Ausdruck.

Auch zeigt sich in Online-Foren durchaus eine ethische Orientierung an der *Konsensmoral*, das heißt, es wird trotz oder wegen der Thematisierung einer großen Bandbreite von sexuellen Praktiken immer wieder das Prinzip der Einvernehmlichkeit betont. Im Sex-Forum auf *bravo.de* klingt das dann beispielsweise so (Döring, 2011, S. 32): *Fragestellerin*: Hallo, ich habe mal eine Frage. findet ihr zu einer guten Beziehung gehört Analverkehr? ich bin mit meinem Freund schon lang zusammen, haben schon viel ausprobiert und auch das. ich mag es nicht besonders, er meint, das macht fast jeder.

Antwort 1: Dein Freund labert Scheiße, das sagt er nur, um Dich zu überreden

Antwort 2: Sehe ich genauso. Es gibt beim Sex kein ‚muss‘, entweder man hat Spaß an gewissen Praktiken oder man lässt es eben weg. Mach nichts, wonach du keine Lust hast.

Fragestellerin: ich denke das ja auch. Vom Prinzip her finde ich es nicht schlimm, aber „lustvoll“ ist es auch nicht. hab ihm das aber auch gesagt und es stört ihn nicht. ich wollte nur mal wissen, ob das wirklich schon eher was ‚Besonderes‘ ist.

Antwort 4: Ich habe eine arschgeile Beziehung und sicherlich keinen Analverkehr. Also, nein, er gehört nicht zu einer guten Beziehung.

Antwort 11: Zu einer guten Beziehung gehört Sex den beide wollen.

Fazit

Der Social-Media-Sektor ist unübersichtlich und dynamisch: Neue Plattformen entstehen, alte verändern sich oder verlieren an Bedeutung. Eine wesentliche Herausforderung der Forschung zu sexualbezogener Online- und Mobilkommunikation besteht darin, mit der technischen Entwicklung und dem Wandel der Kommunikationsgewohnheiten Schritt zu halten. Je genauer wir durch empirische Grundlagenforschung die Merkmale der mediatisierten sexualbezogenen Kommunikation Jugendlicher

kennen, umso besser können auf der Anwendungsebene dann Elemente einer *sexualbezogenen Medienkompetenz* spezifiziert und Maßnahmen zu ihrer Förderung entwickelt werden. Dies beinhaltet etwa Wissen darüber, wo im Internet man zu welchen sexuellen Fragestellungen aussagekräftige Informationen bekommt oder wie man sich erfolgreich an einer sexualbezogenen Online-Diskussion beteiligt. Die Chancen für Empowerment gilt es auszuschöpfen, gleichzeitig den sich abzeichnenden Risiken des Disempowerment zu begegnen.

Dies verlangt neben Medienkompetenz auch eine Diskussion *rechtlicher Rahmenbedingungen*, etwa einen besseren Schutz vor Weitergabe *privater bloßstellender Fotos* oder eine gesamtgesellschaftliche Klärung offener Fragen zur Überwachung *der vermeintlich anonymen bzw. pseudonymen Online-Kommunikation*.

Nicht zuletzt können Beispiele aus der sexualbezogenen Online-Kommunikation, wie sie in diesem Beitrag angeführt wurden, in fachlichen Weiterbildungen sowie in der medien- und sexualpädagogischen Arbeit mit Jugendlichen als Arbeitsgrundlage eingesetzt werden.

Anmerkung

¹ Abkürzung für Lesbian, Gay, Bisexual, Trans und Intersex, also Lesben, Schwule, Bisexuelle, Trans und Intersexualität.

Literatur

Döring, Nicola (2009). The Internet's impact on sexuality: A critical review of 15 years of research. *Computers in Human Behavior*, 25, S. 1089-1101.

Döring, Nicola (2011). Aktueller Diskussionstand zur Pornografie-Ethik: Von Anti-Porno- und Anti-Zensur- zu Pro-Porno-Positionen. *Zeitschrift für Sexualforschung*, 24 (1), S. 1-48.

Döring, Nicola (2012). Sexting: Fakten und Fiktionen über den Austausch erotischer Handyfotos unter Jugendlichen. In: *merz | medien + erziehung*, 56(1), S. 47-52.

Döring, Nicola (2012). Sexuell explizite Inhalte in neuen Medien: Negative und positive Wirkungen auf unterschiedliche Bevölkerungsgruppen. In: Reinecke, Leonard/Trepte, Sabine (Hrsg.), *Unterhaltung in neuen Medien*. Köln: Herbert von Halem. S. 361-378.

Döring, Nicola (2013a). Medien und Sexualität. In: Meister, Dorothee/Gross, Friederike von/Sander, Uwe (Hrsg.), *Enzyklopädie Erziehungswissenschaft Online EEO*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa. www.erzwissonline.de [Zugriff: 28.08.2014]

Döring, Nicola (2013b). Wie wird Pornografie in Online-Foren diskutiert? In: *Zeitschrift für Sexualforschung*, 26(4), S. 305-329.

Döring, Nicola (2014a). Consensual sexting among adolescents: Risk prevention through abstinence education or safer sexting? In: *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 8(1).

Döring, Nicola (2014b). Peer-to-Peer-Gesundheitskommunikation mittels Social Media. In: Hurrelmann, Klaus/Baumann, Eva (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation*. Bern: Hans Huber.

Hasinoff, Ami A. (2013). Sexting as media production: Rethinking social media and sexuality. In: *New Media & Society*, 15(4), S. 449-465.

Matthiesen, Silja/Martyniuk, Urszula/Dekker, Arne (2011). What do girls do with Porn? In: *Ergebnisse einer Interviewstudie*, *Zeitschrift für Sexualforschung*, 24, S. 326-352.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2013). *JIM 2013. Jugendliche, Information, (Multi-) Media: Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. www.mpfs.de/index.php?id=613 [Zugriff: 28.08.2014]

Nielsen, Jakob (2006). Participation inequality: Encouraging more users to contribute. www.nngroup.com/articles/participation-inequality [Zugriff: 28.08.2014]

Pascoe, Cherri J. (2011). Resource and risk: Youth sexuality and new media use. In: *Sexuality Research & Social Policy*, 8, S. 5-17.

Schmidt, Günter/Matthiesen, Silja (2011). What do boys do with Porn? In: *Ergebnisse einer Interviewstudie*, Teil 2. *Zeitschrift für Sexualforschung*, 24, S. 353-378.

Tiidenberg, Katrin (2014). Bringing sexy back: Reclaiming the body aesthetic via self-shooting. In: *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 8(1), article 3.

Die komplette Literatur zu diesem Artikel finden Sie unter www.merz-zeitschrift.de

Dr. Nicola Döring ist Professorin für Medienpsychologie und Medienkonzeption an der TU Ilmenau. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Psychologische und soziale Aspekte der Online-, Mobil- und Mensch-Roboter-Kommunikation, Technikpsychologie und Medienkonzeption sowie Lernen/Lehren mit neuen Medien und Medienpädagogik.