



DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Zu den Benutzerformaten in Virtual Communities –
Identität und Selbstdarstellung
in Virtual Communities“

Verfasserin

Nicole Dunzinger

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Februar 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.- Doz. Mag. Dr.phil. Clemens K. Stepina

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe, ganz oder in Teilen noch nicht als Prüfungsleistung vorgelegt und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Sämtliche Stellen der Arbeit, die benutzten Werken im Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, habe ich durch Quellenangaben kenntlich gemacht. Dies gilt auch für Zeichnungen, Skizzen, bildliche Darstellungen und dergleichen sowie für Quellen aus dem Internet.

Wien, im November 2011

Nicole Dunzinger

DANKSAGUNG

In erster Linie geht mein Dank an meine geliebten Eltern, Ludwig und Sabine. Ich bedanke mich von ganzem Herzen für ihre Unterstützung, sowohl moralischer als auch finanzieller Natur. Ohne ihre bedingungslose Hilfe wäre mein bisheriger Werdegang nicht nur ansatzweise möglich gewesen.

Danke auch an meinen Freund Mario, der für mich während dem Schreibprozess so viel mehr war als nur Stütze und Rückhalt zugleich.

Und last, but not least, bedanke ich mich hiermit auch bei meinem Betreuer, Univ.-Prof. Dr. Clemens Stepina, der von Anfang an meinem Diplomarbeitsthema zugestimmt hat und dem ich wertvolle Literaturtipps zu verdanken habe. In Zeiten gegenwärtiger Universitätspolitik scheint eine optimale Betreuung nicht mehr zwingend gewährleistet sein zu müssen, umso mehr gilt mein besonderer Dank seinem Engagement.

DANKE!

INHALTSVERZEICHNIS:

1. EINLEITUNG.....	11
1.1. Erkenntnisinteresse	13
1.2. Forschungsstand	13
1.3. Aufbau der Arbeit.....	14
2. VIRTUAL COMMUNITIES IM WEB 2.0.....	16
2.1. Web 2.0.....	16
2.1.1. Definition und Abgrenzung des Begriffs.....	16
2.1.2. Historischer Hintergrund.....	20
2.2. Virtual Communities.....	22
2.2.1. Definition und Abgrenzung des Begriffs.....	22
2.2.2. Voraussetzungslose Gemeinschaften?	24
2.2.3. Historischer Hintergrund.....	25
2.2.4. Soziale Bindungen an Virtual Communities.....	26
2.2.4.1. Räumliche Entkoppelung.....	27
2.2.4.2. Ausrichtung auf Funktion	28
2.2.4.3. Ausrichtung auf Bedürfnisse	28
2.2.4.4. Passung	28
2.2.5. Arten von Virtual Communities	29
2.3. Zwei Virtual Communities von besonderer Signifikanz.....	31
2.3.1. Social Networks	31
2.3.1.1. Kurzer historischer Abriss.....	33
2.3.2. Weblogs.....	36
2.4. Conclusio.....	38
3. IDENTITÄT.....	40
3.1. Abgrenzung des Begriffs	40

3.2.	Definition.....	41
3.2.1.	Historisch betrachtete Sichtweisen	42
3.2.1.1.	Aurelius Augustinus	43
3.2.1.2.	Baruch des Spinoza.....	43
3.2.1.3.	Georg Wilhelm Friedrich Hegel	44
3.2.1.4.	Karl Marx	45
3.2.1.5.	Martin Heidegger	45
3.2.1.6.	Theodor W. Adorno.....	46
3.3.	Identität im Wandel	46
3.3.1.	Romantische Weltanschauung	47
3.3.2.	Modernistische Weltanschauung	48
3.3.3.	Postmodernistische Weltanschauung	48
3.4.	Entwicklung von Identität	49
3.4.1.	Das frühkindliche Selbst	50
3.4.2.	Das spätkindliche Selbst	50
3.4.3.	Das jugendliche Selbst	51
3.4.4.	Das reife Selbst	52
3.5.	Zentrale und unmittelbare Begriffe	52
3.5.1.	Individualisierung und Subjektivierung.....	53
3.5.2.	Individualität und Authentizität	55
3.6.	Exkurs: Das Selbst nach Helga E. Schachinger.....	56
3.6.1.	Stabiles vs. Variables Selbst	57
3.6.2.	Das individualistische Selbst	58
3.6.3.	Selbstkonzept.....	59
3.6.4.	Selbstaufmerksamkeit und Selbstthematization	60
3.7.	Virtualität vs. Wirklichkeit	61
3.8.	Virtuelle Realität.....	62
3.8.1.	Multiple Identitäten im virtuellen Raum	65
3.9.	Conclusio	67
4.	SELBSTDARSTELLUNG.....	68
4.1.	Historischer Hintergrund: Öffentlichkeit vs. Privatheit.....	68
4.2.	Definition Selbstdarstellung.....	70
4.2.1.	Variablen der Selbstdarstellung.....	71

4.3.	Definition Selbstinszenierung.....	71
4.4.	Abgrenzung zwischen Selbstdarstellung und Selbstinszenierung.....	74
4.5.	Theatralität	75
4.5.1.	Theatermetaphorik	78
4.5.1.1.	Rollentheoretischer Ansatz.....	79
4.5.2.	Theatralität vs. Wirklichkeit.....	81
4.5.3.	Die Theatralität des Internet	82
4.5.4.	Korporalität im virtuellen theatralen Raum.....	84
4.6.	Zum Verhältnis von Inszenierung und Performance.....	85
4.7.	Conclusio.....	88
5.	DAS SUBJEKT ALS ÖFFENTLICHE INSZENIERUNG.....	89
5.1.	Techniken der Selbstinszenierung	89
5.1.1.	Rankingtools und Feedbacksysteme.....	89
5.1.1.1.	Das 360°-Feedback.....	91
5.1.2.	Biografiearbeit.....	92
5.1.3.	Das Profil	95
5.1.3.1.	Status.....	97
5.1.3.2.	Freundeskreis.....	99
5.2.	Technologien/Motive der Selbstinszenierung.....	101
5.2.1.	Domestikation des Selbst.....	101
5.2.2.	Anonymität	103
5.2.3.	Voyeurismus vs. Das beobachtende Subjekt.....	104
5.2.3.1.	Einzigartigkeit	106
5.2.4.	Bekennniszwang oder der Drang zur Beichte.....	107
5.2.5.	Aufmerksamkeitssuche	109
5.2.6.	Selbsterzeugung/Selbstentfaltung.....	110
5.2.6.1.	Exkurs: Blickanordnung	111
5.2.7.	Ökonomie der Aufmerksamkeit	113
5.2.8.	Exkurs: Flexibilität	114
5.2.9.	Selbstoptimierung	116
5.2.10.	Das Selbst als Marke	119
5.3.	Conclusio.....	121

6. SCHLUSSBEMERKUNG UND AUSBLICK.....	123
Quellenverzeichnis.....	126
Abbildungsverzeichnis	126
Tabellenverzeichnis	126
Internetquellen.....	127
Internetquellen ohne Autor.....	127
Literaturverzeichnis.....	129
Zusammenfassung (DE)	138
Abstract (EN)	139
Lebenslauf	140

1. EINLEITUNG

Menschen entledigen sich ihres Privatlebens seit jeher in Talkshows, Reality-Shows und in anderen zahlreichen Medien. Das gegenwärtige Phänomen des Sich-Zeigens im virtuellen Raum ist also kein neues, sondern lediglich die scheinbar logische Konsequenz einer neu geschaffenen Bekenntniskultur, die sich ins Netz verlagert hat und deren Anfänge viel früher angesiedelt sind als uns in der derzeitigen Debatte um mediale Selbstinszenierung vielleicht bewusst ist. Die Diskussion, die schon seit geraumer Zeit im Zusammenhang mit dem Web 2.0 einhergeht, ist deshalb vielleicht nur einer jener Diskurse, die immer dann geführt werden, wenn die Menschen eine neue Technologie hervorgebracht haben. Wir befinden uns somit lediglich im Umbruch zu einer neuen Ära einer Bekenntniskultur, die sich im Netz verbreitet.

Tatsache ist, dass in der Gegenwart die zwischenmenschliche Verständigung immer mehr medial vermittelt stattfindet. Ursprünglich über Telefon oder Brief, hat sich die Kommunikation immer mehr auf das Internet verlagert und es scheint, als ob ohne E-Mail oder bestimmte Webplattformen soziale Beziehungen nicht mehr aufrecht erhalten werden können. So wie sich auch die Kommunikation der Menschen verändert hat, so hat sich auch das Internet gewandelt. Demzufolge hat es sich, einhergehend mit dem Schlagwort des Web 2.0, nachhaltig in eine gemeinsam beschreibbare Richtung entwickelt, was primär durch drei Aspekte gekennzeichnet ist: „die verbesserte Verfügbarkeit von Web-Technologien, eine zunehmende Reife der technischen Infrastruktur und ein sich veränderndes Nutzungsverhalten“ (Berge/Buesching 2008: 24). Gerade diese Art und Weise der neuen Internetnutzung hat dazu geführt, dass sich das Leben eines jeden einzelnen Menschen immer mehr ins Web verlegt hat und sich in zunehmendem Maße im virtuellen Raum vollzieht. Auf menschlicher Ebene betrachtet hat vor allem die Individualisierung dazu beigetragen, dass das einzelne Individuum immer selbstbestimmter agiert und sich nach außen hin präsentiert, denn „Individualisierung befördert Selbstinszenierung“ (Bublitz 2010: 116).

Demnach ist durch das Zusammenspiel dieser beiden Komponenten eine „kommunikationsabhängige Gesellschaft“ (Blumler 2002: 176) entstanden, die Dynamiken in Gang gesetzt hat und den Menschen dazu verpflichtet, mit anderen zu kommunizieren, um

nicht von ihr ausgeschlossen zu werden. Dabei kommt dem Internet hier eine tragende Rolle zu, denn es ermöglicht durch die Eigenschaft der Interaktivität schnelle zwischenmenschliche Verständigung und Informationsaustausch. Diese Schnellebigkeit erfordert von ihren Mitgliedern ein höchstes Maß an Beweglichkeit und die Fähigkeit zur permanenten Anpassung: „Chamäleongesicht – heute so morgen so. Fang immer von vorne an. Das Ziel ist weniger wichtig. Ständiger Aufbruch am Nullpunkt – das ist Risikobereitschaft und totale Flexibilität“ (Opaschowski 1999: 144).

So hat sich im Web eine Kultur entwickelt, die permanente Zur-Schau-Stellung und Selbstdarstellung nicht nur ermöglicht, sondern von ihren Usern auch einfordert: „Das Internet funktioniert als eine Form kollektiver Prostitution, die häufig die Veröffentlichung auch noch des Individuellsten und Intimsten einschließt“ (Sandbothe 1998: 588). Damit einhergehend findet der Mensch nicht nur die Option vor, seine Identität im virtuellen Raum zu präsentieren, sondern diese auch beliebig zu modifizieren und zu inszenieren: „Im Falle der Aufforderung zur Selbstcharakteristik wird eine Chance gesehen, sich mit Hilfe zumeist positiver Eigenschaften ins ´rechte Licht` zu rücken“ (Thomae 1996: 74). So wird es dem einzelnen Individuum ermöglicht, in verschiedene Rollen zu schlüpfen und diese beliebig auszugestalten. Es findet dazu eine Reihe von Techniken vor, deren kreativer Anwendung keine Grenzen gesetzt zu sein scheinen. Auf diese Weise wird das Internet, so scheint es, zu einem riesigen virtuellen Spielplatz für das Individuum, in dem es mit verschiedenen Identitäten spielen kann: „Im Netz erscheint alles möglich: Drehbuchschreiben und Theaterspielen – von der Improvisation bis zur Commedia dell’arte. Das ganze Leben wird zur Bühne“ (Opaschowski 1999: 135).

Die Gründe dafür sind mannigfach. Das Individuum sieht sich primär dazu verpflichtet, diese Art von Selbstdarstellung zu betreiben, um nicht ins soziale Abseits zu geraten. Es ist somit verschiedenen Dynamiken ausgeliefert, die den Zwang zum Bekenntnis hervorrufen und in Gang setzen. Neben weiteren Motiven ist ein wichtiger Grund demnach die Suche nach Aufmerksamkeit eines Individuums. Diese Kenntnisnahme scheint jedoch mit medialer Selbstinszenierung nicht automatisch gegeben zu sein, wird die Selbstpräsentation doch auch von zahlreichen anderen Akteuren betrieben, und es gilt somit, sich wiederum von diesen zu unterscheiden und durch eine besonders gelungene Darstellung auf dem Markt der Aufmerksamkeit zu bestehen. Demnach wird Selbstdarstellung von den einzelnen Individuen betrieben, um sein Verhalten an

das der anderen anzugleichen, aber auch um damit einhergehende, persönliche Ziele zu verfolgen.

1.1. Erkenntnisinteresse

Ausgehend von der Annahme, dass sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt immer mehr Menschen im Internet zur Schau stellen, möchte ich in meiner Diplomarbeit einen Einblick in die Möglichkeiten zur Präsentation der eigenen Persönlichkeit in Virtual Communities geben. Dabei sollen dem Leser Nutzungsweisen dieser Art der virtuellen Selbstdarstellung näher gebracht und die jeweiligen Techniken dazu erklärt werden. Von besonderer Bedeutung sind hierbei auch die Gründe, die den Menschen dazu bewegen, sich im Feld der öffentlichen Sichtbarkeit zu präsentieren bzw. welche Motive er verfolgt und welche Resultate er sich dadurch erhofft.

1.2. Forschungsstand

Es gibt mittlerweile eine Vielzahl an Literatur, die das Thema des Web 2.0 und das der Virtual Communities behandelt. Bei der Durchsicht wird jedoch schnell deutlich, dass bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch keine einheitlichen Definitionen gefunden wurden und die Begrifflichkeiten von einzelnen Wissenschaftlern unterschiedlich behandelt werden. Hervorzuheben ist hier die Arbeit des amerikanischen Sozialwissenschaftlers, Autor und Journalist Howard Rheingold, der sich schon im Jahr 1993 in seinem Buch „The Virtual Community“ damit auseinandergesetzt hat und dessen Ansichten bis heute noch in der Wissenschaft große Beachtung finden.

Auch im Bereich der Identitätsforschung liegt dasselbe Problem des Fehlens einer einheitlichen Sichtweise vor. Die Schwierigkeit besteht somit darin, die einzelnen Anschauungen zuerst gesondert voneinander zu betrachten und dann, sofern dies möglich ist, in Zusammenhang miteinander zu bringen. Zumal der Begriff der Identität so komplex und mannigfaltig ist, wäre eine konforme, von unterschiedlichen Diskursen angenommene, Bezeichnung, schon alleine aufgrund einer einfacheren Rezipierbarkeit, wünschenswert.

Im Fall der Begriffsbestimmung von Selbstdarstellung ist an dieser Stelle auf das Werk „Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag“ von Erving Goffman aus dem Jahr 1959 verwiesen, der sich eingehend mit diesem Thema beschäftigt hat. So beziehen sich zahlreiche Wissenschaftler (vgl. Willems, Hitzler, Bublitz et al.) in ihren Aus-

führungen auf Goffman, der das Modell des Theaters in Abwandlung benützt, um die soziale Welt und die darin stattfindenden Interaktionen zu beschreiben.

Im Bereich der Selbstinszenierung im Internet sind in näherer Vergangenheit viele Werke erschienen, die sich mit diesem Phänomen beschäftigen (vgl. Reichert, Burkart, Bublitz et al.). Es ist demnach nicht schwer, geeignete Literatur zu diesem breit gefächerten Diskursfeld zu finden und zu erörtern, zumal sich die einzelnen Betrachtungsweisen auch nicht wesentlich voneinander unterscheiden.

1.3. Aufbau der Arbeit

Die in dieser Arbeit verwendeten Begriffe bauen stark aufeinander auf. Dabei wird zwar versucht, die jeweiligen Kapitel einzeln voneinander zu betrachten, doch es wird schnell ersichtlich, dass dies nicht immer möglich sein wird. Die behandelten Termini erfordern teilweise, in mehreren Kapiteln angeführt und durch wissenschaftliche Reflexion aufgezeigt zu werden. Auch ist eine Grenzziehung zwischen den Kapiteln nur schwer möglich, da sie sich zum Teil wechselseitig bedingen oder ineinander übergehen. Aus diesem Grund werden die Begrifflichkeiten zuerst einzeln erklärt und in ihrem historischen Kontext betrachtet und anschließend miteinander in Verbindung gebracht.

Um einen kurzen Überblick über die vorliegende Arbeit zu geben, sind an dieser Stelle die jeweiligen Kapitel und ihr Inhalt angeführt:

Das **zweite Kapitel** behandelt im Wesentlichen die VIRTUAL COMMUNITIES IM WEB 2.0. Zuerst wird dabei näher auf den Begriff des Web 2.0 eingegangen und verschiedene Betrachtungsweisen erläutert. Daraufhin werden die Virtual Communities, die virtuellen Gemeinschaften im Internet, behandelt und sowohl ihre Entstehung, als auch die Gründe um sich an ihnen zu beteiligen, betrachtet. So existieren mehrere Arten von Virtual Communities, die sich voneinander in ihrer Nutzerstruktur unterscheiden. Von besonderer Bedeutung für diese Arbeit sind hier die Social Network Sites und die Weblogs, die am Ende des zweiten Kapitels erläutert werden.

Im **dritten Kapitel** wird die IDENTITÄT eines Menschen näher durchleuchtet und die verschiedenen Ansätze unterschiedlicher Denkweisen beschrieben. Dabei stehen vor allem historisch betrachtete Sichtweisen im Mittelpunkt. Auch wird dargestellt, wie sich die Identität im Laufe der Zeit bis zur Gegenwart gewandelt hat und wie sich diese im

Menschen überhaupt manifestiert bzw. welche Stadien der Mensch durchlaufen muss um zu einer stabilen Identität zu gelangen.

Des Weiteren finden noch zentrale Bezeichnungen, die unmittelbar mit dem Identitätsbegriff zu tun haben, ihre Verwendung. Um eine Identität, die im Internet ausgestellt wird, begreifen zu können, wird vorher noch auf die Bedingungen dazu eingegangen. Hier kommt maßgeblich der Begriff der Virtualität zu tragen, denn nur ein virtuell erfahrbarer Raum vermag es dem Menschen möglich zu machen, virtuelle Identitäten zu erschaffen.

Das **vierte Kapitel** befasst sich mit der SELBSTDARSTELLUNG und zugleich, so wird sich zeigen, mit der Selbstinszenierung eines Menschen. Hier kommt in besonderem Maße eine Theatermetaphorik zu tragen, der sich zahlreiche Wissenschaftler bedienen. Des Weiteren wird auf den Begriff der Theatralität im Allgemeinen eingegangen und diese anschließend in Bezug auf das Internet näher erläutert.

Im **fünften Kapitel** werden die vorangegangenen Kapitel miteinander vereint und in dieser Symbiose DAS SUBJEKT ALS ÖFFENTLICHE INSZENIERUNG betrachtet. Im Mittelpunkt stehen dabei die Techniken der Selbstinszenierung und dessen Motive. Dem Menschen stehen demnach viele Möglichkeiten offen, um sich im Internet zu präsentieren, angefangen von Feedbacksystemen oder der Biografiearbeit bis hin zur Modellierung des eigenen Profils. Anschließend wird auf die Gründe eingegangen, die einen Menschen dazu bewegen, sich medial auszustellen.

Das **sechste Kapitel** wird die dargelegten Inhalte noch einmal zusammenfassen und resümieren. Zu guter Letzt wird noch ein Ausblick gegeben, der auf mögliche zukünftige Entwicklungen Bezug nimmt.

Es ist noch darauf hinzuweisen, dass in vorliegender Arbeit aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit von einer geschlechtsspezifischen Schreibweise abgesehen wird. Die gewählte Form gilt selbstverständlich für beide Geschlechter.

2. VIRTUAL COMMUNITIES IM WEB 2.0

Die Funktionen und Anwendungen im Internet unterliegen seit jeher einem stetigen Wandel, doch kaum ein Entwicklungsschritt hat es bisher dem Menschen erlaubt, so viele Möglichkeiten zur Mitwirkung und –gestaltung an einer gemeinsam erfahrbaren virtuellen Welt vorzufinden wie der des Web 2.0. So war es den Usern fortan möglich, sich im Internet zusammenzuschließen und somit Teil einer virtuellen Gemeinschaft zu werden. In diesem Kapitel wird auf die Begriffe des Web 2.0 und der Virtual Community näher eingegangen, um zu veranschaulichen, wie und in welcher Weise sich die Menschen heutzutage am gemeinsamen Netz beteiligen.

2.1. Web 2.0

Mit dem Schlagwort „Web 2.0“ hat sich das Nutzerverhalten im Internet nachhaltig verändert. Das so genannte „Mitmach-Netz“ hat sich von einem einseitigen one-to-many-Modell zu einem many-to-many-Modell gewandelt und meint damit die allgemeine Beschreibbarkeit des Internet. Jeder Mensch kann sich beteiligen und zusammen mit anderen einen eigenen Inhalt kreieren („User Generated Content“).

2.1.1. Definition und Abgrenzung des Begriffs

Der Begriff „Web 2.0“ fand erstmals unter dem Verleger und Open-Source-Spezialisten Tim O’Reilly in dem Artikel „What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software“ (2005) seine Verwendung. O’Reilly und John Battelle stellten sich darin die Frage, ob der Kollaps der Dotcom-Blase¹ einen Wendepunkt im Internet markiert hat, mit dem die Verwendung des Web 2.0 legitimiert wird, und antworteten darauf mit „We agreed that it did“ (O’Reilly 2005: page 1). So wird dem

¹ Dotcom-Blase, sog.: Der Begriff kam erstmals im Jahr 1995 auf, als sich im Zuge zahlreicher wirtschaftlicher und technologischer Entwicklungen so genannte Dotcom-Unternehmen im Internet zu gründen begannen. Viele Anleger erhofften sich dadurch Gewinn und durch ihre Beteiligung an der Börse erfuhren die Aktienkurse eine enorme Steigerung. Durch eine Reihe von Anlegefehlern und zu hohe Gewinnerwartungen kam es jedoch im Jahr 2000 zum Platzen dieser Spekulationsblase und die Start-up-Firmen gingen durch den Absturz insolvent (vgl. finanz-lexikon.de).

Web 2.0 mit dieser Bezeichnung ein grundlegender Wandel im Umgang mit dem Internet zugeschrieben und damit neue Möglichkeiten der Kommunikation.

Betrachtet man den Begriff, so fallen einem die dahinter stehenden Zahlen sofort ins Auge. Sie dienen als eine Art Versionsangabe, die maßgebliche und fundamentale Entwicklungsschritte kennzeichnen. So werden kleine Veränderungen im Allgemeinen immer in Zehntelschritten angegeben (als Beispiel ist hier der Webbrowser Firefox 3.6 oder das Modell Suzuki Swift 1.4 zu nennen), während größere und bedeutendere Veränderungen durch ganze Zahlenschritte gekennzeichnet werden (vgl. Alby 2007: 18f., interactive tools GmbH). Und anhand dieser Klassifizierungen wird somit klar, dass es sich bei dem vorliegenden Begriff des Web 2.0, im Gegensatz zu seinem Vorgänger, dem Web 1.0, um eine enorme Weiterentwicklung handeln muss, die eine neue Ära im Internet eingeleitet hat.

Um die Neuerungen des Web 2.0 zu verdeutlichen, sei an dieser Stelle auf Tim O'Reilly verwiesen, der anhand einer Abbildung eine Klassifizierung vorgenommen hat:

Web 1.0		Web 2.0
DoubleClick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal websites	-->	blogging
evite	-->	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	web services
publishing	-->	participation
content management systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication

Abb.1: Unterschiede zwischen dem Web 1.0 und dem Web 2.0. Quelle: O'Reilly, Tim (2005).

Ohne hier die einzelnen Punkte näher erläutern zu müssen, wird schnell deutlich, dass sich durch die Entwicklung zum Web 2.0 die Möglichkeiten im Nutzungsverhalten gra-

vierend gewandelt haben und der User nun selbst maßgeblich an einem gemeinsam partizipierten Internet beteiligt ist. Somit besticht das Web 2.0, im Gegensatz zu seinem Vorgänger, dem Web 1.0, bei dem der Inhalt hauptsächlich von ausgewählten Anbietern erstellt wurde, durch einfache Handhabung seitens der User (vgl. Hass/Walsh/Kilian 2008: 9). Ganz ohne Programmierkenntnisse und ohne gezieltes technisches Vorwissen war es fortan für jeden möglich, sich im Web zu beteiligen und sich einzubringen („Usability“). Zahlreiche neue Social-Software-Angebote riefen die User dazu auf, Kommentare online zu stellen, sich an Diskussionen zu beteiligen und ihre Fotos und Videos auf diversen Plattformen zu veröffentlichen.

Das Web 2.0 hat sich somit in seiner „Sender-Empfänger-Struktur“ (ebd.: 10) grundlegend verändert und ermöglicht dadurch dem User eine Kommunikation mit Vielen. Die „klassische ‚Ein-Weg-Kommunikation‘“ (ebd.: 9) ist somit Geschichte und Interoperabilität und Interaktivität die neuen Schlagwörter, denn „erst dadurch wird eine isolierte Anwendung zu einer offenen Plattform“ (ebd.: 10). Interaktivität ist somit mithin eine Voraussetzung für das Gelingen von Web 2.0, ohne sie wäre eine virtuelle Gemeinschaft, deren Mitglieder untereinander in Interaktion treten, nicht möglich. Durch aktive Beteiligung seitens der User „formieren sich bei der interaktiven Computernutzung Netze elektronisch miteinander verbundener Individuen als ‚virtuelle‘ bzw. ‚elektronische Gemeinschaften‘“ (Höflich 2002: 131).

Eng mit dem Begriff des Webs 2.0 ist der Begriff des Cyberspace verbunden. Dieser Terminus stammt ursprünglich aus der Science-Fiction-Literatur und wurde in William Gibsons Werk „Neuromancer“ geprägt (Gibson 1996). Mit dem Begriff Cyberspace werden virtuelle Welten beschrieben und hier zeigt sich die Nähe zu den Virtual Communities, da sie als Gemeinschaften direkt in den Cyberspace eingebettet sind: „Im Cyberspace können wir mit anderen plaudern, Ideen austauschen und Rollen spielen, die wir selbst erfunden haben. Wir können neue Gemeinschaften aufbauen – virtuelle Gemeinschaften -, zu denen wir uns mit Menschen aus allen Regionen der Erde zusammenschließen (...)“ (Turkle 1998: 9f.).

Die Entwicklung des Internet mit seinen zahlreichen Neuerungen stellt die gegenwärtigen User vor keine Herausforderungen mehr und der riesige Innovationsschub, der sich mit dem Web 2.0 vollzogen hat, scheint als gegeben: „Wer heute vom Web 2.0 spricht, ist an sich out, nicht mehr zeitgemäß. Der Begriff wird nicht mehr benötigt. Das

Internet ist, wie es ist und wird genau so genutzt und von der Mehrheit der sogenannten [sic] *User partizipiert*“ (Huber 2010: 14). Huber wendet sich von dem Begriff des Web 2.0 ab und sieht nicht mehr die Notwendigkeit, neue Bezeichnungen für jegliche Veränderungen einzuführen, denn die User könnten auch so sehen, „dass sich etwas Großartiges im Web vollzogen hat“ (ebd.).

So muss in diesem Zusammenhang ein weiterer Begriff, der mit dem Terminus des Web 2.0 eine enge Beziehung eingeht, angeführt werden. Gemeint ist damit die Bezeichnung des Social Web. In früherer Vergangenheit wurden Stimmen laut, die im Gebrauch von Web 2.0 keine Notwendigkeit mehr sahen, da damit, entgegen geläufiger Annahmen, kein so großer Innovationssprung gemacht wurde. So ist Udo Thiedeke der Meinung, dass sich durch das Web 2.0 die grundlegenden Prinzipien der Kommunikation nicht wesentlich gewandelt haben seit Anbeginn der Entwicklung des Internet (vgl. Thiedeke 2008: 45f.). Auch Jan Schmidt vertritt dieselbe Auffassung und schlägt vor, statt dem Begriff des Web 2.0 nur noch die Bezeichnung des „Social Web“, anhand der das Internet als soziale Gemeinschaft begriffen wird, die durch gegenseitige Kommunikation und interaktivem Austausch charakterisiert ist, zu benutzen:

„Aus kommunikationssoziologischer Sicht erscheint die Bezeichnung `Social Web` besser geeignet, weil sie zum Ersten keine Unterscheidung zeitlicher Phasen enthält, zum Zweiten auf das World Wide Web als zunehmend universaler Dienst des Internets verweist und zum Dritten den grundlegenden sozialen Charakter desjenigen Bereichs des Internets betont, der Kommunikation und anderes aufeinander bezogenes Handeln zwischen Nutzern fördert, also über die Mensch-Maschine-Interaktion hinausgeht.“ (Schmidt 2008: 22)

Obgleich nun der Begriff des Web 2.0 oder der des Social Web Verwendung findet, im Wesentlichen unterscheiden sich diese beiden Termini nicht maßgeblich voneinander. Deshalb wird in vorliegender Arbeit weiterhin mit der Bezeichnung des Web 2.0 operiert, zumal es sich als Schlagwort fest im gegenwärtigen Sprachgebrauch etabliert hat und eine Neubestimmung somit nicht zwangsweise erforderlich ist.

2.1.2. Historischer Hintergrund

Dass die Umwälzungen und Neuerungen in der Geschichte der Medien immer auch durch technische Fortschritte bedingt wurden, ist selbstverständlich. Dazu beigetragen haben aber auch maßgeblich die sozialen Veränderungen im Leben der Menschen und damit einhergehend deren neue Wünsche und Bedürfnisse, die eng an den sozialen Wandel geknüpft sind.

Gerade die Fotografie im neunzehnten Jahrhundert hat entscheidend zu einer Entwicklung hin zu den so genannten Neuen Medien beigetragen. Den Menschen wurde es ermöglicht, sich gegenseitig abzubilden und sich für die Nachwelt bildlich festzuhalten. Das breite Feld der Amateurfotografie war somit ein entscheidender Faktor für die bildliche Selbstdarstellung der Menschen und kann als Vorgänger und Auslöser für die gegenwärtigen Selbstportraits auf Web 2.0-Plattformen betrachtet werden. Gerade das Familienalbum nahm einen hohen Stellenwert im damaligen Umgang mit der Fotografie ein und im Kampf gegen das Vergessen war es fortan für jeden Menschen möglich, das Gegenwärtige amateurhaft zu konservieren. Die Fotografie eröffnete also den Menschen einen neuen Raum zur (Selbst-)Darstellung und Präsentation und „zwischen ihrer vermeintlichen Spur des Wirklichen und einer Selbstbehauptung traditioneller Symbol- und Textwelten entspinnt sich bereits die Frühgeschichte virtueller Technologien“ (Hartmann 2003: 37).

Geschichtlich betrachtet entstehen neueste Techniken somit nicht um ihrer selbst willen. Gerade anhand der rasanten Fortentwicklung in der Computertechnologie wird deutlich, dass Innovationen nur insofern erfolgreich sind, als dass die Bevölkerung sie annimmt und lernt, sie in ihren Alltag zu integrieren. So gesehen, passen sich Mensch und Computer immer mehr gegenseitig an, neue Technologien entstehen und „im Laufe ihrer Entfaltung wird sich zeigen, dass die neue Medienwirklichkeit nicht nur eine der veränderten Wahrnehmung, sondern auch eine der veränderten Sozialbeziehungen ist“ (ebd.).

Der Computer, anfangs nur für Unternehmens-, Forschungs- und Wissenschaftszwecke gedacht, hielt immer mehr Einzug in die Alltagskultur der Menschen und wurde allmählich unverzichtbarer Gegenstand für den alltäglichen Gebrauch. Den Anfang auf diesem Weg zu unserer gegenwärtigen Read-and-Write-Kultur machten Ende der siebziger Jahre die Videospiele. Mit ihrem Aufkommen wurde der Computer auch im-

mer mehr zum Gegenstand des Alltags, die Spiele „zeigten uns eine Welt, die von den Zwängen der physikalischen Realität befreit war“ (Turkle 1998: 103). So feierte der Computer Einzug in das Privatleben der Menschen und es sollte nicht mehr lange dauern, bis der nächste Schritt Richtung Web 2.0 gemacht werden konnte (vgl. ebd.).

„Es gibt eine neue Unbekümmertheit“ (ebd.: 161) postuliert Sherry Turkle und verzeichnet ein zunehmendes Interesse der Menschen Ende der siebziger, Anfang der achtziger Jahre, sich über technische Geräte miteinander auszutauschen und sich persönlich auszudrücken (vgl. ebd.). Es war fortan möglich, direkt (etwa durch Chats, etc.) oder zeitverzögert (z.B. in Online-Foren), mit anderen Leuten in Kontakt zu treten und den Computer auch für persönliche und private Zwecke zu nutzen. Weiters wurden Programme geschaffen, die in kurzer Zeit Aufgaben erledigten, die vorher noch von Menschen in mühsamer Handarbeit durchgeführt werden mussten – und so wurde der Computer auch mehr und mehr in den Berufsalltag integriert.

Die neuen Innovationen, die mit den Anwendungen des Internet einhergingen, änderten nicht nur das Nutzerverhalten der User schlagartig, sondern auch deren Umgang mit den Geräten an sich. So wurde es möglich, ähnlich wie es damals in der Nachkriegszeit mit den Fernsehgeräten geschehen ist, die Computer zu domestizieren und zu personalisieren. Mitte der achtziger Jahre setzte der Trend zu den so genannten Personalcomputern ein, sie „galten mehr und mehr als Objekte, auf die man sich ohne Furcht vor gesellschaftlicher Stigmatisierung einlassen konnte“ (ebd.: 162).

Als ein weiterer Grund für die enorm rasche Ausdehnung und Verwendung des Internet können die sinkenden Kosten der Internutzug durch Breitband angesehen werden. Es wurde üblich, nicht mehr die online verbrachte Zeit im Internet als Parameter zur Bezahlung heranzuziehen, sondern einen pauschalen Preis für die Benützung zu veranschlagen, mit der Option, beliebig lange online sein zu können. Dadurch „erhöht sich der Nutzen (...) in dem Maße, wie andere Nutzer permanent im virtuellen Raum erreichbar sind. Die Internetnutzung ist damit keine temporäre Aktivität mehr, sondern wird (...) zum festen Bestandteil des täglichen Lebens“ (Hass/Walsh/Kilian 2008: 9).

So baute sich nach und nach eine digitale Kultur im Internet auf, deren Anwender permanent miteinander in Verbindung waren. Der entscheidende Impuls dahinter liegt laut Hartmann in einer neuen „Informationsökonomie, die jeden Bereich der gesellschaftli-

chen Reproduktion betrifft. Dieses Verlangen nach einer Allseitigkeit und Erreichbarkeit oder Adressierbarkeit (...) zu jedem Zeitpunkt förderte den Ausbau einer Netzinfrastruktur“ (Hartmann 2003: 122). Doch nicht allein die Möglichkeit, ständig und zu jeder Zeit online gehen zu können, verhalf dem Web zu seiner gegenwärtigen Beschreibbarkeit, der Erfolg zahlreicher neuer Web-Angebote beruht in erster Linie auf der Bereitschaft seitens der User, sich daran zu beteiligen. So scheinen sich, einhergehend mit dem Web 2.0, verschiedene Typen von Nutzern heranzubilden, die mit ihrem Aufenthalt im virtuellen Raum bestimmte Intentionen verfolgen. Doch nicht immer lassen sich die jeweiligen Internetuser einer bestimmten Kategorie zuordnen. Hass, Walsh und Kilian sprechen hier von dem scheinbar paradoxen Verhalten „einer neuen Generation von Internetnutzern (...), die einerseits als kritische Konsumenten in Meinungsplattformen Produkte und Unternehmen bewerten und andererseits durchaus exhibitionistische Tendenzen zeigen und sich selbst im Netz präsentieren (Selbstoffenbarung)“ (Hass/Walsh/Kilian 2008: 10f.).

2.2. Virtual Communities

Durch technische Innovationen im Internet und die rasante Entwicklung von immer mehr Web-Angeboten, haben sich viele Begrifflichkeiten und unterschiedliche Bezeichnungen herausdifferenziert. Längst genügt nicht mehr nur eine Definition, um einen Begriff in seiner Dimensionalität und seinem übergeordnetem Kontext zu begreifen. Die Definitionen scheinen ineinander überzugehen und ihre jeweiligen Abgrenzungen zu verschwimmen. Im Folgenden soll ein Versuch einer einheitlichen Definition sowie eine Abgrenzung des Begriffs vorgenommen werden.

2.2.1. Definition und Abgrenzung des Begriffs

Als Virtual Communities werden gemeinhin virtuelle Gemeinschaften im Internet verstanden, in denen Menschen miteinander in Kontakt treten und sich gegenseitig austauschen können. Dabei werden verschiedene Arten von Communities unterschieden, die in ihren Dimensionen unterschiedliche Ausprägungen aufweisen. Maßgeblich beteiligt an einer Bestimmung der Begrifflichkeit war der amerikanische Sozialwissenschaftler, Autor und Journalist Howard Rheingold, der sich schon im Jahr 1993 in seinem Buch „The Virtual Community“ damit auseinandergesetzt hat und dessen Forschungen auf diesem Gebiet bis heute nichts an ihrer Aktualität eingebüßt haben: „In virtuellen

Gemeinschaften versammelte Menschen tun fast alles, was Menschen im wirklichen Leben auch tun, aber sie sparen ihre Körper aus“ (Rheingold 1994: 14). Diese Formulierung lässt eine sehr vage Beschreibung erkennen, in ihrem Kern trifft sie jedoch die Sachlage auf den Punkt und geht, sofern dieser Gedankengang zu Ende reflektiert wird, konform mit Clemens K. Stepina, der, ausgehend von einer Strukturontologie, die Virtual Communities aus real existierenden Individualgemeinschaften entstanden begreift (vgl. Stepina 2003: 60ff.).

In diesem Zusammenhang sieht Bühl eine online existierende Gesellschaft als eine, die im virtuellen Raum generiert wird und zusätzlich immer mit dem realen Raum interferiert, „mit ihm vielfältige neue assoziative Formen bildet, ihn tendenziell aber auch verdrängt und substituiert, ihn jedoch niemals als Ganzes ersetzen kann“ (Bühl 1997: 46).

Die Wissenschaft hat zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch keine einheitliche Definition von Virtual Communities hervorgebracht: „Zahlreiche Metaphern werden bemüht (...). Die Rede ist von der Datenautobahn, vom Cyberspace, der virtuellen Gemeinschaft, dem globalen Dorf, dem virtuellen Marktplatz, von der City of Bits und der digitalen Stadt“ (Bühl 1997: 44). Genauso verhält es sich mit den Begriffen Web 2.0, Social Networks u.a. Es gibt zwar verschiedene Ansätze, die sich im Wesentlichen sehr ähnlich sind, die aber auf der anderen Seite in ihren jeweiligen Auffassungen gravierend auseinander gehen. So sehen Hass, Walsh und Kilian die Social Networks eindeutig als eine Form von Virtual Communities an (vgl. Hass/Walsh/Kilian 2008: 12–14), wohingegen Boyd und Ellison die Social Network Sites getrennt von den Online-Communities betrachten und ihnen Eigenständigkeit zuschreiben. Einen wesentlichen Unterschied sehen sie in der Tatsache, dass bei Social Networks die Person an sich im Mittelpunkt steht und bei Online-Communities das Thema bzw. der Inhalt (vgl. Boyd/Elison 2007: 219). Betrachtet man hier z.B. die Weblogs oder das breite Umfeld der Business Communities, so scheinen beide, sowohl die Person als auch ein übergeordnetes Thema, im Fokus zu stehen und die Theorie von Boyd und Ellison unzulänglich zu sein. Im Folgenden werden daher Social Networks als eine Form von Virtual Communities angesehen und nicht getrennt voneinander betrachtet.

In Virtual Communities entsteht durch die Mitgliedschaft und die Zugehörigkeit zu einer Gruppe ein Gefühl von Einheit bzw. Zusammengehörigkeit:

„Virtuelle Gemeinschaften sind soziale Zusammenschlüsse, die dann im Netz entstehen, wenn genug Leute diese öffentlichen Diskussionen lange genug führen und dabei ihre Gefühle einbringen, so daß [sic] im Cyberspace ein Geflecht persönlicher Beziehungen entsteht.“ (Rheingold 1994: 16)

Howard Rheingold sieht in der zunehmenden Vergemeinschaftung im virtuellen Raum das menschliche Grundbedürfnis nach Zusammengehörigkeit, „weil in der wirklichen Welt die Räume für zwanglose soziale Kontakte immer mehr verschwinden“ (ebd.: 17). Das scheinbar zunehmende Vorwärtstreben der gegenwärtigen Gesellschaft und die damit verbundene Repression eines jeden Menschen, mit den anderen mithalten zu müssen, scheint eine rastlose Bevölkerung heraufzubeschwören. Da der unmittelbare Wunsch nach Zugehörigkeit in den Menschen tief verwurzelt ist, können Gemeinschaften im virtuellen Raum hier Abhilfe schaffen.

2.2.2. Voraussetzungslose Gemeinschaften?

Die Mitgliedschaft in einer virtuellen Gruppe zeichnet sich dadurch aus, dass sie im Unterschied zu traditionellen Gemeinschaften voraussetzungslos ist (vgl. Reichert 2008: 51) und keine objektive Unterscheidung zwischen den einzelnen Teilnehmern macht. Communities stellen eine „Verbindung zwischen allen Netzusern ohne Hierarchien“ (Neverla 2002: 149) her und scheinen für alle Menschen offen zu stehen und jeder, der will, kann Teil einer Gemeinschaft werden und sich beteiligen.

Hartmann hingegen widerspricht hier und bezeichnet die virtuellen Gemeinschaften mit ihrer scheinbar idealen Kommunikationssituation (die scheinbar frei von ideologischen und ökonomischen Zwängen sei) und dem einhergehenden Freiheitsversprechen als einen Mythos (vgl. Hartmann 2003: 44), denn dieses Versprechen bestehe immer aus „einer Mischung aus der künstlichen Intelligenz neuer Technologien und einer kollektiven Intelligenz ihrer Anwender“ (ebd.). Auch Höflich vertritt die Meinung, dass im Cyberspace nur oberflächlich eine voraussetzungslose Gemeinschaft erschaffen wird. Zwar würden weder geographische noch physische Barrieren vorherrschen, doch alleine schon die dahinter stehende Technik und unterschiedliche Codierungen würden Usern Grenzen in der Nutzung aufzeigen (vgl. Höflich 1998: 141).

Analog dazu sieht auch Döring die Anwendung spezifischer Internettechniken mit der entsprechenden Kompetenz dazu verbunden. Vorrangig ist für sie jedoch nicht ein etwaiger Ausschluss durch technische Komponenten, sondern durch die stilistische textuelle Qualität: „Die physikalische Kanalreduktion behindert hierbei all diejenigen, die im schriftsprachlichen Ausdruck nicht so geübt sind und außerhalb des Netzes auf diverse andere Kommunikationscodes zurückgreifen können“ (Döring 2003: 397).

Eine radikale Ansicht vertritt demnach Opaschowski in seinem Buch „Generation @“ (1999), wenn er der Gesellschaft eine Aufspaltung in „‘User‘ und ‘Loser‘, in Anwender und Verlierer“ (Opaschowski 1999: 52) voraussagt. Er sieht die Gefahr zur medialen Zweiklassengesellschaft dadurch begründet, dass Menschen mit einer höheren Bildung automatisch auch den Computer häufiger nutzen würden als Menschen mit einem Hauptschulabschluss beispielsweise (vgl. ebd.: 51).

2.2.3. Historischer Hintergrund

Zahlreiche Ausführungen, die sich mit dem Phänomen des Web 2.0 und dessen Virtual Communities befassen, greifen auf die Bezeichnung einer „elektronischen Agora“ (Höflich 2002: 131) zurück. Die Agora [griech.] bezeichnete ursprünglich eine „Versammlung“ des Heeres oder des Volkes, ihre Bedeutung veränderte sich jedoch hin zu einem „Versammlungsort“ und dann schließlich zu einem „Marktplatz“ (vgl. Bertelsmann Lexikothek 1996 B: 91).

Im Allgemeinen wird die Agora heutzutage als der Marktplatz des antiken Athen bezeichnet, wo die Bürger sich trafen um ihre Waren anzubieten, zu feilschen und zu verkaufen. Laut Rheingold war die Agora mehr als nur Handelszentrum allein, sie „war auch der Platz, wo Menschen einander begegneten und sich einzuschätzen lernten“ (Rheingold 1994: 80). Der Marktplatz war zwar in erster Linie ein Platz des Handels, er wurde aber auch zugleich als beliebter Treffpunkt für diejenigen Bürger, die sich etwas zu erzählen hatten. Es wurde getratscht und Gerüchte ausgetauscht. Daraus zeigt sich: „Marktplätze und Klatsch sind historisch gesehen untrennbar miteinander verknüpft“ (ebd.). Auch Jürgen Habermas spricht in seinem Buch „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1990) von der athenischen Agora, in der sich das damalige öffentliche Leben abgespielt hat (vgl. Habermas 1990: 56). Er verzeichnet hier den Ursprung des Begriffs „Öffentlichkeit“ und führt die damalige Konstellation im griechischen Stadtstaat

an, in der sich die Bürger frei in der gemeinsamen Sphäre der Polis treffen konnten, im Gegensatz zu der Sphäre des Oikos, die damals jedem einzelnen Bürger eigen und getrennt von den anderen war (vgl. ebd.).

Diese Untersuchung ist an diesem Punkt wichtig, da zwischen den gegenwärtigen Virtual Communities und der Agora ein unverkennbarer Zusammenhang besteht. Folgt man den Ausführungen von Stepina, so basieren die virtuellen Gemeinschaften, strukturell gesehen, auf realen Gemeinschaften und „deshalb [ist] eine sinnvolle Beschreibung von virtuellen Gemeinschaften im Rahmen einer Strukturanalyse erst möglich (...), wenn davor reale Gemeinschaften untersucht werden“ (Stepina 2003: 61).

In einer weiteren begrifflichen Ausführung zitiert Sherry Turkle einen Mitbegründer eines MUD², Barry Kort, der sich in einer Konferenz zu virtuellen Welten in ähnlicher Weise äußert: „Die Computernetze sind die modernen Agoren; sie haben eine ähnliche Funktion wie das Talk-Radio und der Sensationsjournalismus, allerdings bieten sie mehr Mitwirkungsmöglichkeiten (...)“ (Turkle 1998: 406). So wie der Marktplatz damals der Treffpunkt der athenischen Bürgerlichkeit war, so wird die Agora heutzutage als Schauplatz öffentlicher Diskussionen angesehen.

Ein weiterer Vergleich stammt von Höflich, der den gegenwärtigen Community-Gedanken auch mit damaligen historischen Kommunikationsverhältnissen in Zusammenhang bringt: „Solche Foren gelten gewissermaßen als elektronische Verlängerung ehemaliger öffentlicher Plätze und Orte der Kommunikation – man denke an die Salons und Kaffeehäuser des 18. Jahrhunderts“ (Höflich 2002: 131).

2.2.4. Soziale Bindungen an Virtual Communities

Wenn in Verbindung mit Web 2.0 als „Mitmach-Netz“ gesprochen wird, so stellt sich zugleich die Frage, was die User zur Beteiligung bewegt und, im Umkehrschluss, wie eine Gemeinschaft aufgebaut werden und funktionieren muss, um eine größtmögliche Bindung an eine Community herzustellen. Sassenberg spricht in diesem Zusammenhang von zwei maßgeblichen Formen um die User an eine Community zu binden und

² MUD ist die Abkürzung für „Multi-User Dungeon“; eine Art Rollenspiel, an dem mehrere Spieler gleichzeitig teilnehmen können (vgl. Rheingold 1994: 14). Eine weitere Betrachtung stammt von Sherry Turkle. Für sie sind MUDs „besonders anschauliche Beispiele dafür, wie die computervermittelte Kommunikation als ein Ort der Konstruktion und Rekonstruktion von Identität dienen kann“ (Turkle 1998: 17).

sich deren Beteiligung an der Gemeinschaft zu sichern: die interpersonale Bindung und die identitätsbasierte Bindung (vgl. Sassenberg 2008: 60–69).

Bei der interpersonalen Bindung erfolgt der Aufbau durch ein genaues Kennen lernen und durch gegenseitige Austauschverhältnisse seitens der Mitglieder. Generell lässt sich festhalten, dass diese Art von Bindung langsam entsteht und für einen raschen Zuwachs einer Community, die aus voneinander unabhängigen Usern besteht, eher ungeeignet ist. Stabilität wird hier nur sehr langsam aufgebaut. Eine Ausnahme bilden hier die Social Networks und andere Communities, in denen sich die User bereits kennen und in denen die Pflege und der Aufbau von Kontakten im Vordergrund stehen. Eine gewisse Stabilität ist bei den Mitgliedern bereits gegeben und die Aufrechterhaltung der Community gesichert (vgl. ebd.: 63f.).

Die identitätsbasierte Bindung hingegen „entsteht sehr schnell und wird dadurch begünstigt, dass eine Gruppe für eine Person eine Funktion hat, ein Bedürfnis befriedigt und die Person die Passung zur Gruppe erlebt“ (ebd.: 62). Diese Form von Bindung ist für Virtual Communities gut geeignet und zeichnet sich durch eine hohe Beteiligung innerhalb der Gruppe aus. Die Mitglieder können sich mit der Gemeinschaft identifizieren und die Erfüllung unterschiedlicher Bedürfnisse und Funktionen führt zu einer längerfristigen Bindung. Zudem führt die Mitgliedschaft in einer Community, die dieselben Werte und Normen vertritt, automatisch auch zu der Bereitschaft, sich für die Gruppe zu engagieren und Beiträge zu leisten (vgl. ebd.).

2.2.4.1. Räumliche Entkoppelung

Die räumliche Entkoppelung stellt eine besondere Art der Bindung an eine Community dar. Sie tritt oftmals gewollt in Erscheinung, etwa wenn Gruppenmitglieder sich bewusst von ihrer gegenwärtigen Umwelt abgrenzen wollen und sich daher online in Gemeinschaften beteiligen, die in ihrer Ausrichtung weit weg von dem eigentlichen und unmittelbaren Umfeld des Users liegen. Oft erfolgt die räumliche Entkoppelung aufgrund der Tatsache, dass die User spezifische Interessen verfolgen und ein Online-Austausch die einzig mögliche Variante darstellt, um mit Gleichgesinnten in Kontakt zu treten. Ein weiterer Grund für die räumliche Entkopplung stellt vielfach eine große räumliche Entfernung der User dar, die ein persönliches Treffen untereinander nur schwer möglich macht (vgl. ebd.: 65).

2.2.4.2. Ausrichtung auf Funktion

Communities können für deren Anwender verschiedene Funktionen erfüllen, diese können entweder temporär oder auch langfristig sein. Temporäre Funktion liegt demnach dann vor, wenn der User mit Hilfe einer Community kurzfristig an sein persönliches Ziel (dies kann z.B. ein Aufsuchen von spezifischer Information sein) gelangt und mit dessen Erreichen der Bezug zur Community vorerst unterbrochen ist (vgl. Sassenberg 2008: 61). Eine langfristige Funktion liegt dann vor, wenn der User über einen bestimmten Zeitraum hinweg eine Community aufsucht und sich daran beteiligt, sei es durch Kommentare oder durch die Pflege von Online-Kontakten (vgl. ebd.: 61, 65).

2.2.4.3. Ausrichtung auf Bedürfnisse

Menschen haben unterschiedliche Bedürfnisse und das Web 2.0 mit seinen vielen verschiedenen Communities scheint allen Wünschen der User gerecht zu werden. Nach Sassenberg können virtuelle Gemeinschaften das „Bedürfnis nach Differenzierung bedienen, in dem sie einen exklusiven Charakter haben“ (ebd.: 66). Er führt hier das Beispiel von MySpace an. Der User habe hier Gelegenheit, sich einer Öffentlichkeit zu präsentieren und seine Individualität zum Ausdruck zu bringen. Außerdem würde ein öffentliches Sichtbarmachen der Gruppenmitgliedschaft ein Bedürfnis nach Zugehörigkeit stillen (vgl. ebd.: 66).

Als weiteren Grund kann auch ein Bedürfnis nach Selbstwert für die Bindung an eine Community verantwortlich sein und vielfach scheint genau dies das Ziel mancher Plattformen zu sein. Die offen zur Schau gestellte Anzahl von Freunden, die Bewertungen, Feedbacks, etc. und die scheinbar ständige Möglichkeit zur Verbesserung des eigenen Profils können zum Selbstwert einer Person beitragen (vgl. ebd.: 66).

2.2.4.4. Passung

Schließlich findet sich unter der so genannten Passung noch eine Form von Bindung, die sowohl durch Funktionalität und Befriedigung von Bedürfnissen entstehen kann und sich durch eine hohe Kongruenz zwischen User und der jeweiligen Community auszeichnet (vgl. Sassenberg 2008: 66f.). „Unter Passung ist die subjektiv wahrgenomme-

ne Übereinstimmung zwischen der eigenen Person und der entsprechenden Gemeinschaft zu verstehen (...)“ (ebd.: 62) und ein Gefühl davon kann der User anhand unterschiedlicher Faktoren (technische, inhaltliche, etc.) erlangen. Je höher die Passung zwischen einem Internetuser und einer Virtual Community ist, desto mehr wird sich dieser mit der Gemeinschaft identifizieren und sich einbringen.

2.2.5. Arten von Virtual Communities

Berthold Hass, Gianfranco Walsh und Thomas Kilian listen in ihrem Buch „Web 2.0“ (2008) die verschiedenen Arten von Virtual Communities auf. Dem Betrachter wird sofort deutlich, dass nahezu alle neuen Internet-Anwendungen und Plattformen einer virtuellen Gemeinschaft zugeordnet werden können und dass sich dieser Community-Gedanke durch das gesamte Web 2.0 zieht. Es hat den Anschein, als ob das ganze Web eine Art riesige und allumfassende Community sei, deren User Teil einer exorbitanten Einheit zu sein scheinen und deren Untergliederung lediglich auf unterschiedlicher Nutzung und Partizipation zu liegen scheint.

Folgende Auflistung stimmt im Wesentlichen mit der von Hass, Walsh und Kilian überein und somit können maßgeblich sieben verschiedene Communities voneinander unterschieden werden: Themenspezifische Communities, Social Networks, File Sharing Communities, Business Communities, Knowledge Communities, Consumer Communities und Game Communities (vgl. Hass/Walsh/Kilian 2008: 12–14).

- Themenspezifische Communities: Darunter können Weblogs (kurz: Blogs) verstanden werden, die sich durch hohe Interaktivität auszeichnen und in denen die gemeinschaftliche Produktion von Inhalten („User Generated Content“) im Vordergrund steht. Seitens vieler Wissenschaftler werden Weblogs immer wieder auch als der Beginn oder als die Wiege des Web 2.0 bezeichnet, da sie im Kern alle grundlegenden Merkmale des neuen Internet bündeln und miteinander kombinieren (vgl. Huber 2010: 31).
- Social Networks: Bei Social Network Sites stehen gemeinhin menschliche Beziehungen, deren Aufbau und deren Pflege, im Vordergrund. Die Mitglieder von Social Network Sites treten miteinander in Kontakt und tauschen sich gegenseitig aus. Beispiele: Facebook, StudiVZ.

- File Sharing Communities: Im Vordergrund stehen hier der gegenseitige Tausch von Mediadateien (vgl. Hass/Walsh/Kilian 2008: 13) und deren Partizipation. Mitglieder können ihre selbst gedrehten Videos oder ihre persönlichen Fotos ins Netz stellen und im Gegenzug dazu auch das Material von anderen Anwendern konsumieren, bewerten und kommentieren. Beispiele für diese Form von Communities sind z.B. Flickr, YouTube oder MyVideo.
- Business Communities: Hierbei handelt es sich um spezifische Plattformen, in denen Menschen, hauptsächlich aus beruflichen Interessen, miteinander in Kontakt treten und sich vernetzen können. Schwerpunkt ist hier das Berufsleben der User. Mitglieder können wertvolle Kontakte zu Personen aus ihrem Arbeitsgebiet aufbauen oder für ihre Berufslaufbahn knüpfen, auf Jobsuche gehen, oder sich direkt bei verschiedenen Unternehmen empfehlen. Eine der größten deutschen Business-Communities ist z.B. XING.
- Knowledge Communities: Im Zentrum von Knowledge Communities steht das gemeinsame Hervorbringen und Sammeln von Wissen. Die Mitglieder der Plattformen beteiligen sich an einer umfassenden Anhäufung von geistigem Kapital. Als bekanntestes Beispiel ist hier das Online-Lexikon Wikipedia zu nennen, dessen Inhalte ausschließlich von Usern generiert und der Allgemeinheit zur Verfügung gestellt werden.
- Consumer Communities: Die Mitglieder tauschen hier ihr spezifisches Wissen über Produkte, Dienstleistungen oder Angebote aus (vgl. ebd.: 14). Andere Benutzer können sich wertvolle Tipps und Tricks holen oder die Erfahrungsberichte anderer User durchlesen. Zu einer großen Auswahl an Themenbereichen können sich die Mitglieder austauschen oder sich über verschiedenste Konsumartikel, wie etwa deren Vor- und Nachteile, erkundigen. Beispiele hierfür sind Ciao oder Epinions.

- Game Communities: In Game Communities, wie etwa Gameduell.de, werden Karten- und Brettspiele online angeboten (vgl. Hass/Walsh/Kilian 2008: 14). Auf zahlreichen anderen Plattformen besteht jedoch auch die Möglichkeit, online mit anderen Usern zu spielen und zu interagieren. Bei Online-Rollenspielen, wie etwa World of Warcraft, beteiligen sich die Nutzer an den jeweiligen Communities um sich mit anderen Spielern auszutauschen, Spielstrategien zu entwickeln, etc.

2.3. Zwei Virtual Communities von besonderer Signifikanz

Zwei Arten der Virtual Communities sind in vorliegender Arbeit gesondert zu betrachten, da sie für ihre Mitglieder essentiell sind und die beste Plattform bieten, um sich selbst medial darzustellen. Social Networks und Weblogs unterscheiden sich demnach von den zahlreichen anderen Communities im Wesentlichen darin, als dass sie den Usern bewusst Möglichkeiten und Techniken zur Inszenierung zur Verfügung stellen und die Zur-Schau-Stellung der Person hier im Mittelpunkt liegt.

2.3.1. Social Networks

Social Network Sites, kurz SNS, bilden, zusammen mit den Weblogs, die größte Anzahl von Virtual Communities im Internet. Ihre Popularität beruht vor allem auf der Möglichkeit, Kontakte aufzubauen, zu pflegen und sich mit anderen Mitgliedern auszutauschen. Dabei spielen weder räumliche noch zeitliche Determinanten eine Rolle, die Beteiligten befinden sich in einem permanenten Austausch miteinander und mit den neuen Anwendungen und Techniken, z.B. mittels Smartphones, scheinen durchgehende Kommunikation und ständige Erreichbarkeit und Rückmeldung zur Norm geworden zu sein.

Der Begriff des Social Networks existiert nicht erst seit dem Entstehen des Web 2.0, sondern hat seinen Ursprung in der Soziologie und „beschreibt die Analyse der Qualität zwischenmenschlicher Bindungen“ (Huber 2010: 64).

Wie bereits erwähnt gestaltet sich eine eindeutige Definition schwierig, zumal unterschiedliche Wissenschaftler verschiedene Ansichten zu den Social Networks haben. Boyd und Ellison schreiben ihnen Eigenständigkeit zu und siedeln sie unabhängig zu dem breiten Feld von Virtual Communities an (vgl. Boyd/Ellison 2008: 219), wohinge-

gen bei anderen Definition die Social Networks eindeutig als eine Form von Communities angesehen werden (vgl. Hass/Walsh/Kilian 2008: 12–14). Lässt man diese Divergenzen außer Acht, so weisen die verschiedenen Interpretationsansätze auch Gemeinsamkeiten auf. Allen Social Network Sites ist gemein, dass sie anhand den neuen Funktionen und Anwendungen des Web 2.0 in der Lage sind, „unabhängig von der räumlichen Distanz und den Herausforderungen des Alltags Kontakte zu halten, sie zu vertiefen und Netzwerke aufzubauen“ (Huber 2010: 64). Auffällig hierbei ist, dass im Gegensatz zu vielen Weblogs, deren User im Internet nicht namentlich auftreten, Anonymität keine wesentliche Rolle zu spielen scheint. Obwohl Social Networks auch die Kontaktaufnahme unter Fremden ermöglichen, scheint es vielfach als gegeben zu sein, dass die virtuelle Freundesliste eines Menschen aus Kontakten besteht, die im Real Life auch existieren. Oftmals handelt es sich hierbei aber um schwache Verbindungen unter Mitgliedern, deren gemeinsame Beziehung sich auf die Vergangenheit bezieht und die in der Gegenwart nicht mehr oder nur kaum besteht (vgl. Mara 2009: 19). Ein Grund dafür scheint das Bedürfnis der User zu sein, „(...) ihre Online-Repräsentationen auf ihre Real-Life-Identitäten abzustimmen (...)“ (Mara 2009: 32) oder „aus Gründen der Eindruckssteuerung“ (ebd.: 34), um nach außen hin ein bestimmtes Bild von sich zu vermitteln.

Essentiell für die Benutzung von Social Network Sites ist eine Mitgliedschaft, mit dem Ausfüllen eines Anmeldeformulars wird man mit nur wenigen Klicks Teil der Community. Dabei steht es dem User in der Regel frei, wie viele Informationen er über sich selbst an die Gemeinschaft weitergeben will. Zudem erlauben es neueste Anwendungen auch, persönlich festzulegen, welche User in diese Informationen einsehen dürfen und wie viel davon. Ein so genanntes Profil erlaubt es einem, sämtliche Informationen zu der eigenen Person aufzulisten. Angefangen von Hobbies, persönliche Geschmäcker und Sichtweisen, Beziehungsstatus und lebenslaufähnliche Angaben, sind der eigenen Zurschaustellung fast keine Grenzen gesetzt. Zusätzlich rundet ein Userbild das Profil einer Person ab. Es ist weiters möglich, eine große Anzahl von Bildern online zu stellen und in Alben zu archivieren. Social Network Sites verfügen über eine große Anzahl von zusätzlichen Features, sie sind höchstem Maße multimedial und erlauben es ihren Mitgliedern in vielen Fällen, auch Songs und Videos online zu stellen oder sich beispielsweise mit Spielen, Tests oder anhand einer Chatfunktion auf der Plattform die Zeit zu vertreiben.

Ein weiteres wichtiges Merkmal von Social Network Sites ist die Freundesliste, über die jedes Mitglied automatisch verfügt. Es steht dem User frei, beliebig viele andere User zu seiner Freundesliste hinzuzufügen, zu löschen und zu veröffentlichen. Die Auflistung der Online-Freunde wird zu einer Art Visitenkarte des Users, da Mitglieder einer Social Network Sites oft annehmen, „dass ein Teil des positiven Images ihrer Online-Freunde auch direkten Einfluss auf den Attraktivitäts- oder ‘Coolness’-Grad des eigenen Online-Profil hat“ (Mara 2009: 35).

Generell lässt sich feststellen, dass sich Social Network Sites bei ihren Anwendern unbegrenzter Beliebtheit erfreuen und für ihre User ein zentrales Bedürfnis erfüllen, nämlich *„Aufmerksamkeit zu handeln und zu tauschen. Mit anderen Worten: Amateure/Amateurinnen vernetzen sich, weil sie Aufmerksamkeit von anderen erhalten wollen und das als Wert für sich sehen (...).“* (Reichert 2008: 65). Zudem würden diese Plattformen neue Maßstäbe und generalisierte Normen in der „Autoritätskonstitution“ setzen, denn sie „organisieren ihre Benutzerverwaltung mittels elektronischer Formulare, die eine einheitliche, standardisierte Inventarisierung und Erschließung des Datenmaterials ermöglichen sollen“ (ebd.: 94).

2.3.1.1. Kurzer historischer Abriss

Im folgenden Abschnitt wird die chronologische Entstehung der Social Network Sites anhand der Ausführungen von Danah M. Boyd und Nicole B. Ellison dargestellt. Dabei wird nur auf die wichtigsten Entwicklungsschritte eingegangen - für eine ausführlichere Veranschaulichung dient die nachfolgende Abbildung, in der chronologisch die Entstehungsmomente einzelner Social Networks aufgelistet sind.

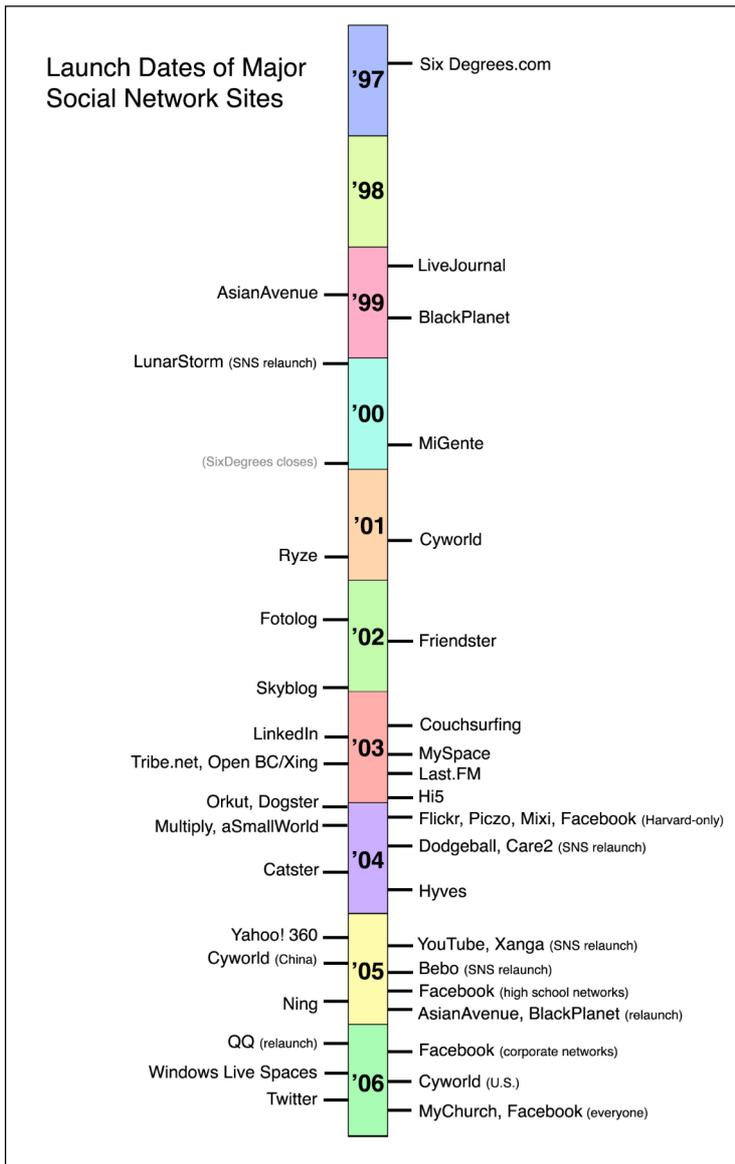


Abb. 2: "Timeline of the launch dates of many major SNSs and dates when community sites re-launched with SNS features". Die chronologische Entstehung der Social Network Sites. Quelle: Boyd/Ellison (2007: 215).

Die Social Networks sind nicht erst mit dem Web 2.0 entstanden, ihre Anfänge liegen schon im Jahr 1997, als mit SixDegrees.com das erste Online-Netzwerk an den Start ging (vgl. Boyd/Ellison 2007: 213). Hier fanden sich bereits die wichtigsten Funktionen, die heutzutage für eine Definition von Social Network Sites ausschlaggebend sind: es war den Usern möglich, ein eigenes Profil und auch eine Freundesliste zu erstellen. Weitere wissenschaftliche Arbeiten sehen den Beginn der Social Networks jedoch in der Plattform classmates.com. Boyd und Ellison widersprechen jedoch, da

SixDegrees.com als erste das Erstellen von Profilen und Freundeslisten kombiniert hat (vgl. ebd.).

Es entstanden im Laufe der Jahre noch weitere Social Network Sites, wie z.B. BlackPlanet oder Friendster, eine genaue Beschreibung würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Im Jahr 2003 begann schließlich das neue Zeitalter der Social Network Sites, immer mehr Plattformen nahmen ihren Betrieb auf. Auch hier zeigt sich fortan das bestehende Problem einer einheitlichen Klassifizierung. Um eine genaue Übersicht zu wahren, wird im folgendem Abstrakt der Begriff des „Social Network“ etwas weiter gefasst und sämtliche Online Communities (Business Communities, etc.) auch behandelt.

Mit MySpace ging im Jahr 2003 eine der größten Communities online (vgl. Boyd/Ellison 2007: 217). Der große Erfolg basiert hier nicht nur auf den „klassischen Möglichkeiten“ zur Erstellung eines eigenen Profils oder einer Freundesliste, sondern auch durch die Mitgliedschaft zahlreicher bekannter oder unbekannter Künstler, vornehmlich Musiker, die hier ihre Lieder veröffentlichen oder Kontakte zu anderen Künstlern herstellen können. Bis heute ist MySpace eine beliebte Community für alle Kunstschaffenden, die ihre Fertigkeiten einer breiten Masse zugänglich machen oder sich durch die Mitgliedschaft Bekanntheit verschaffen wollen.

Weitere Communities, die im Jahr 2003 ans Netz gingen, waren XING und LinkedIn. Die beiden so genannten „Business Communities“ sind an die arbeitende Bevölkerung adressiert und ermöglichen den gegenseitigen Kontakt zu Menschen verschiedener Berufsgruppen. Die privaten Beziehungen der Mitglieder untereinander stehen hier eher im Hintergrund, es geht um einen Austausch beruflicher Interessen und Kontakte. Ein wesentliches Merkmal ist hier die Möglichkeit einer kostenlosen Mitgliedschaft als auch die Alternative einer kostenpflichtigen Variante, bei der dem User noch zahlreiche andere Features und zusätzliche Optionen zur Verfügung stehen.

2004 erfolgte mit Facebook die Inbetriebnahme einer der populärsten Social Network Sites überhaupt. Anfänglich nur für Harvard-Studenten und damit nur für eine bestimmte Klientel konzipiert, erreichte Facebook mit der Öffnung für den weltweiten Markt eine enorme Dimensionalität. Die Erfolgsstory dieser Social Network Site, rund um dessen

Gründer Mark Zuckerberg, wurde sogar verfilmt und bis heute zählt Facebook zu einer der größten und populärsten Communities im Web. Mit Flickr ging im selben Jahr noch eine Photo-Sharing-Community ins Web, die ihren Mitgliedern den Austausch und die Präsentation von vornehmlich selbst gemachten Fotos ermöglicht.

Mit der Videoplattform YouTube erfolgte 2005 die Inbetriebnahme einer Community mit maximaler Multimedialität. Hauptaugenmerk liegt hier auf dem Partizipieren und dem Veröffentlichen von Videos. Dabei ist es für die User möglich, neben einer riesigen Anzahl von Film- und Fernsehausschnitten, kommerziellen Musikvideos, Kinotrailern und sonstigen Videos aus allen erdenklichen Bereichen, selbst Content herzustellen und ihr eigen produziertes Videomaterial online zu stellen. Der Phantasie scheinen hier keine Grenzen gesetzt zu sein und durch die zusätzliche Option des Feedbacks, d.h. das Video durch andere Mitglieder bewerten oder kommentieren zu lassen, sind nicht wenige User zu Berühmtheit nicht nur innerhalb der Community, sondern auch darüber hinaus, gelangt.

StudiVZ, das auch 2005 online ging, ist mit seinen miteinander verbundenen Sites MeinVZ und SchülerVZ Teil der klassischen Social Networks. Im Fall von StudiVZ liegt die Intention in einer Vernetzung innerhalb der Studentenschaft. Wiederum kann man auch hier ein eigenes Profil und eine Freundesliste erstellen und mit anderen Studenten in Kontakt treten, die man bereits kennt oder sich mit jenen austauschen, die von der gleichen Hochschule kommen oder die gleiche Studienrichtung belegen.

Dieser kurze historische Abriss hat die wesentlichsten Schritte einer Entwicklung von Social Networks und, fasst man den großen Bereich der Virtual Communities gesondert auf, auch dessen verwandte Communities beschrieben. Eine genaue Auflistung und Explikation findet sich unter anderen in Boyds und Ellisons „Social Network Sites: Definition, History and Scholarship“ (2007).

2.3.2. **Weblogs**

In Weblogs (kurz: Blogs) scheinen sich alle gängigen Anwendungen und neuen Möglichkeiten des Web 2.0 zu vereinen. User generieren Inhalte, publizieren diese und treten mit anderen Bloggern in Kontakt. Die Handhabung und Instandhaltung eines Blogs ist denkbar einfach und mit ein paar Klicks kann jeder User seinen eigenen Blog erstellen und sich einer breiten Öffentlichkeit mitteilen. Im Grunde lässt sich feststellen,

„dass es sich dabei schlicht um einfache *Content Management Systeme* (CMS) handelt (...)“ (Huber 2010: 31), die auch bei der Erstellung von Homepages genutzt werden und mit denen sich Webinhalte publizieren lassen.

„Formal definieren sich Weblogs als relativ regelmäßig aktualisierte Webseiten, auf denen Beiträge rückwärts chronologisch angeordnet und in der Regel separat kommentierbar sind“ (Schmidt 2008: 122). Die Kommentare von anderen Lesern und die zusätzlich möglichen Verlinkungen einer Online-Quelle innerhalb eines Blogs, lassen ein Gewebe von miteinander vernetzten Texten entstehen (vgl. ebd.). Zudem besteht die Möglichkeit, einen bestimmten Blog zu abonnieren, d.h. man wird sofort verständigt, sobald ein neuer Text online gestellt wurde und somit wird ein manuelles Aufrufen oder der Besuch von einzelnen Blogs nicht mehr nötig.

Weblogs lassen sich in die Gruppe der themenspezifischen Communities einordnen, da sie meistens bestimmte Interessen behandeln und ihre Leser diese auch gezielt wegen ihrer bestimmten Inhalte aufsuchen. So existieren mittlerweile unzählige Blogs, die sich mit dem Thema Mode auseinandersetzen, ebenso werden viele andere Interessensbereiche, auch Nischenthemen, abgedeckt. Schmidt sieht in Weblogs in diesem Zusammenhang einen besonderen Stellenwert und meint, „dass die spezifische Kommunikationsarchitektur von Weblogs zur Herausbildung neuer Öffentlichkeiten beiträgt“ (ebd.). Bereits existierende Öffentlichkeiten, wie z.B. der Journalismus, würden aufgrund von Weblogs ergänzt, aber auch herausgefordert werden (vgl. ebd.). So besteht in dieser Beziehung schon länger eine Debatte, die dem Journalismus durch die stetige Zunahme von Bloggern ein jähes Ende postuliert. Weblogs eröffnen deren Anwender die Möglichkeit, in kurzer Zeit selbst Autor zu werden und Content für die Öffentlichkeit zu publizieren. Zudem haben Blogger durch die schnelle Verbreitung ihrer Inhalte und durch ihr vernetztes Umfeld einen klaren Vorteil gegenüber Journalisten. Ein weiterer Faktor kommt hier noch mit dem Versprechen von Authentizität zu tragen: Laut Schmidt sind bestimmte Leitideen wie Authentizität, Dialogorientierung und dezentraler Austausch direkt mit Weblogs verbunden und bieten daher ihren Rezipienten eine Alternative zu den oft als unauthentisch wahrgenommenen Massenmedien (vgl. ebd.).

Oft wird mit dem Terminus des Weblogs auch der Begriff des Tagebuchs verbunden. Blogs kreisen nicht immer um bestimmte Themengebiete oder decken spezifische Interessen ihrer Leser ab. Oftmals werden seitens der Betreiber nur tagebuchartige Einträge verfasst, die die Leser am Leben des Bloggers teilhaben lassen. Doch wer Tage-

buch schreibt, könnte dies auch alleine für sich und ohne eine Leserschaft tun. Wichtig hierbei ist das Feedback der Leser, denn durch Kommentare von anderen versichert sich der Blogger immer wieder seiner selbst und erhält die Bestätigung, dass sein eigenes Leben oder hervorgebrachtes Wissen interessiert (vgl. Huber 2010: 35).

Dabei sind Weblogs in der Regel anonym und den Betreibern wird es so ermöglicht, sich in einem geschützten Raum zu bewegen und sich einer virtuellen Öffentlichkeit zu offenbaren. Turkle spricht in diesem Zusammenhang von einer „Home`-Identität“ (Turkle 1998: 420f.), anhand derer sich der User in seinem virtuellen Heim wie in seinem wirklichen Zuhause fühlen könne (vgl. ebd.).

Die Gesamtheit aller Blogs im Web wird allgemein als „Blogosphäre“ bezeichnet und alleine aufgrund dieses Terminus erschließt sich einem die Dimensionalität hinter dem Begriff. Unzählige Internetuser teilen sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt durch ihre Blogs der Menschheit mit und anhand weiterer Innovationen im Internet sowie steigender Interaktivität scheint sich dieser Trend immer mehr zu intensivieren.

2.4. Conclusio

Im zweiten Kapitel wurde der Frage nachgegangen, was mit dem Schlagwort des Web 2.0 gemeint ist und was unter den darin existierenden Virtual Communities verstanden werden kann. Viele Menschen nehmen diese Begriffe in den Mund, doch nicht alle wissen um ihre Bedeutung. Einhergehend mit dem Web 2.0 und die Eigenschaft der Interaktivität erfahren die Internetnutzer viele neue Möglichkeiten zur gemeinsamen Interaktion.

Doch nicht nur das gesamte Internet hat sich gewandelt, sondern auch die Gesellschaft an sich. Das Leben der Menschen ist öffentlich geworden und dieses vollzieht sich zunehmend medial. Die logische Konsequenz daraus: Die virtuelle Welt passt sich an die real existierende Welt an und versucht, den Menschen gleiche Möglichkeiten und Handlungsspielräume wie im wirklichen Leben zu geben. So schließen sich die Menschen im virtuellen Raum aus unterschiedlichen Gründen zu Virtual Communities zusammen, zentraler und maßgeblicher Grund dafür ist der Wunsch nach Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft. Die Mitgliedschaft in einer Virtual Community kann vielfach auch andere Funktionen für ihre User haben, wie z.B. die Befriedigung bestimmter Bedürfnisse oder einfach nur die Vernetzung und der gegenseitige Austausch mit ande-

ren Menschen. Dabei gibt es in der Regel viele Möglichkeiten, sich an einer virtuellen Gemeinschaft zu beteiligen und durch die hohe Anzahl unterschiedlicher Communities steht es jedem Menschen frei, je nach eigener Intention oder individuellem Bedürfnis, aus dem breiten Angebot auszuwählen. Die meisten User verzeichnen demnach die sogenannten Social Networks und die Weblogs, in denen Nutzer unzählige Anwendungen vorfinden, um ihre Persönlichkeit für andere zu präsentieren. Diese beiden Virtual Communities sind sehr stark nutzerzentriert und die Person an sich steht im Mittelpunkt. Dieser Faktor ist in der gegenwärtigen Selbstdarstellungskultur mithin ein Grund für die ungebrochen große Beliebtheit dieser Art von Virtual Communities.

3. IDENTITÄT

Um den weit gefassten und hoch komplexen Begriff der Identität zu verstehen, würde es einer allgemein gültigen Definition bedürfen. Da diese jedoch nicht existiert, gestaltet sich somit eine genauere Beschreibung äußerst schwierig, zumal sich die Determination auf unterschiedliche Diskursfelder bezieht, die in ihren Ausprägungen viele Unterschiede aufweisen.

Die angeführten Termini der Identität, der Individualisierung und Subjektivierung, des Individuums, des Subjekts und schließlich des Selbst stellen in ihren Beschreibungen nur eine begrenzte Auswahl der breiten Palette existierender Diskursfelder dar. Weiterhin ist, bedingt durch die teilweise unterschiedlichen Auffassungen der Forschungsfelder, in den folgenden Kapiteln ein Konglomerat der Begrifflichkeiten nicht ausgeschlossen. Sollte eine genaue Grenzziehung und Zuordnung eines Terminus nicht möglich sein, muss dieser in seinem jeweiligen wissenschaftlichen Kontext betrachtet werden.

3.1. Abgrenzung des Begriffs

In den Wissenschaften gibt es verschiedene Definitionen zur Identität einer Person. Diese unterschiedlichen Ausrichtungen zu untersuchen wäre nicht die Schwierigkeit dahinter, vielmehr gestaltet sich die Abgrenzung zu anderen Begrifflichkeiten, die eng mit dem Terminus der Identität verbunden sind, als diffizil. Vor allem der Begriff des Selbst taucht im Zusammenhang mit der Identität immer wieder auf.

Erik H. Erikson führt in seinem Buch „Identität und Lebenszyklus“ (1994) diese Problematik an:

„Der Leser wird bemerkt haben, daß [sic] unser Begriff der Identität sich weitgehend mit dem deckt, was verschiedene Autoren das 'Selbst' nennen. George H. Mead (1934) spricht von 'self-concept', Harry S. Sullivan (1946-47) von 'self-system', Schilder (1934), Federn (1927-1949) und andere beschrieben fluktuierende Selbsterfahrungen.“ (Erikson 1994: 188)

Erikson verzeichnet hier einen großen Disput und schlägt vor, dass „die Bezeichnung ‚Ich‘ für das Subjekt, die Bezeichnung ‚Selbst‘ für das Objekt reserviert werden sollte“ (Erikson 1994: 191) und weist darauf hin, dass er, „solange die Kontroverse über *Ich* und *Selbst* noch nicht ausgetragen, eine terminologische Entscheidung also noch nicht möglich ist, (...) nur den Ausdruck ‚Identität‘ gebrauchen (...)“ (ebd.) wird.

Ein weiterer Ansatz stammt von Helga E. Schachinger, die in ihrem Buch „Das Selbst, die Selbsterkenntnis und das Gefühl für den eigenen Wert“ (2005) dagegen keinen nennenswerten Unterschied zwischen der Identität und dem Selbst registriert, ihrer Meinung nach liegt die Differenz darin, dass der Begriff der Identität eher in der Soziologie vorherrschend ist und das Selbst dagegen in der Psychologie vorkommt, im Eigentlichen aber die Gemeinsamkeiten überwiegen würden:

„Im Identitätsbegriff findet sich ebenso ein stabiles, unveränderbares Element im Sinne einer Kernidentität analog zum Kernselbst sowie ein rollenspezifisches Element im Sinne einer Wechselidentität analog zum situationsabhängigen, variablen und veränderbaren Selbst. Die derzeitige ‚Forschungskonjunktur‘ dürfte nicht zuletzt deshalb eher das Selbst und damit in Zusammenhang stehende Konstrukte begünstigen, weil der Selbstbegriff mit seinen vielfältigen Wortverbindungen auch flexibler verwendet und anpassungsfähiger gehandhabt werden kann.“ (Schachinger 2005: 21)

Schachinger spricht auch von einer Krise, in der der Identitätsbegriff stecken solle. Die Verwendung des Begriffs sei außerdem „althergebracht“ und ungenügend, da im Gegenwärtigen nur noch von Identitäten, also von einer Verwendung des Identitätsbegriffs im Plural, die Rede sei (vgl. ebd.).

Im Folgenden wird der Begriff der Identität im Wesentlichen mit dem Begriff des Subjekts gleichgesetzt um eine Veranschaulichung zu erleichtern.

3.2. Definition

Identität ist ein Begriff, der sowohl in der Vergangenheit als auch in der Gegenwart breit diskutiert wurde und immer noch wird. Dabei haben unterschiedliche Diskursfelder verschiedene Sichtweisen zu diesem Phänomen hervorgebracht, die teilweise jedoch nur schwer in Übereinstimmung zu bringen sind: „Einige Autoren verstehen unter Identität

tität nur die Trennung des Individuums von anderen (...), während andere betonen, daß [sic] Identität ausschließlich im Rahmen von Beziehungen zu anderen, deren Anerkennung sie bedarf, begriffen werden kann (...)" (Krappmann 2010: 18).

Lothar Krappmann sieht in seinem Buch „Soziologische Dimensionen der Identität“ (2010) die Identität nicht als starres Konstrukt, die einer Person automatisch anhaftet. Er vertritt, zusammen mit Erikson et al. die These, dass sich Identität in Bezug auf andere Menschen ausdrückt und formt. Dabei sei das Gewinnen und das Präsentieren von Identität, bedingt durch immer neue Situationen und Gesprächspartner, denen das Individuum ausgesetzt ist, ein kreativer Akt, der immer wieder neu geleistet werden müsse (vgl. ebd.: 11).

In diesem Zusammenhang sieht auch Erikson den Begriff der Identität, der Terminus „drückt also insofern eine wechselseitige Beziehung aus, als er sowohl ein dauerndes inneres Sich-Selbst-Gleichsein wie ein dauerndes Teilhaben an bestimmten gruppen-spezifischen Charakterzügen umfaßt [sic]" (Erikson 1994: 124).

Eine genaue Analyse der unterschiedlichen Betrachtungsweisen von Identität würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen und durch den starken psychoanalytischen Bezug zu sehr vom eigentlichen Thema abweichen. Für weitergehendes Interesse an Sichtweisen der Identität wird an dieser Stelle auf Erikson und sein Werk „Identität und Lebenszyklus“ (1994) oder auf Krappmanns „Soziologische Dimensionen der Identität“ (2010) verwiesen.

3.2.1. Historisch betrachtete Sichtweisen

Um heutzutage Identität und die damit verbundenen Begrifflichkeiten zu untersuchen, hilft oftmals ein Blick in die Vergangenheit, um die damals vorherrschenden Meinungen und Ansichten zu reflektieren und gegebenenfalls, der Gegenwart entsprechend, neu zu ordnen. So vertritt Clemens K. Stepina in seinem Buch „Sichtungen. Historismus versus Kreativität“ (2003) die Meinung, „dass die gegenwärtige Philosophie im deutschsprachigen Raum in Form ihres universitären Institutionalismus kaum praxisbezogen auf gesellschaftliche Probleme unserer Zeit reagiert (...)" (Stepina 2003: 13). Im Folgenden sollen deshalb unterschiedliche Philosophen mit ihren Auffassungen zur Identität in ihrer jeweiligen Zeit thematisiert und anhand gegenwärtiger Tendenzen be-

trachtet werden. Daraus wird sich schnell erkennen lassen, dass damalige Gedanken und Ansichten in Relation auch auf die heutige Zeit umgemünzt werden können und mit Anbindung an die Vergangenheit die Gegenwart oftmals wirksamer zu interpretieren ist.

3.2.1.1. **Aurelius Augustinus**

Als ein Vorreiter des subjektorientierten Philosophierens kann Aurelius Augustinus (354 - 430) angesehen werden, der mit seinem Werk „Confessiones“, auf dt. „Bekenntnisse“, eine Art Autobiografie vorgelegt hat. Augustinus verfolgte somit ein Denken, „das von den Verstrickungen der eigenen Existenz ausgeht und in der vorbehaltlosen Reflexion auf dieses Subjekt vordringen will“ (Liessmann 2003: 42). Als Augustinus' unmittelbaren Nachfolger sieht Liessmann demnach Jean-Jacques-Rousseau (1712 – 1778), wohingegen Schroer diesen und sein, ebenfalls mit „Bekenntnisse“ betiteltes, Werk „als eigentliche Geburtsstunde der modernen Selbstbiografie“ (Schroer 2006: 45) betrachtet, aber sogleich bekräftigt, dass „wir es in beiden Fällen zweifellos mit Selbstthematization zu tun haben“ (ebd.). Auch Willems und Pranz sehen in Rousseau einen „neue[n] Typus der Autobiografie“ (Willems/Pranz 2006: 75) begriffen.

Ob Augustinus der Begründer der Autobiografie war, darüber herrscht in der Wissenschaft Uneinigkeit - jedoch hatte er damals ein Bestreben, das, und dieser Meinung werden die Meisten wohl zustimmen, in der gegenwärtigen Selbstdarstellungskultur verloren gehen zu scheint: „Laß [sic] mein Bekenntnis so in der Wahrheit sein, daß [sic] ich (...) sie richtig und aufs beste wiedergebe – denn dies muß [sic] mein Bemühen sein“ (Augustinus 1955: 323f.).

3.2.1.2. **Baruch de Spinoza**

Ein Philosoph, der sich eingehend mit dem Menschen beschäftigt hat, war Baruch de Spinoza (1632 – 1677). Sein Hauptwerk „Ethica ordine geometrico demonstrata“, kurz auch „Ethik“ genannt, beschäftigt sich im Wesentlichen mit dem Menschen schlechthin, seinen Trieben, Handlungsmotiven und Gefühlen, die auch Affekte genannt werden (vgl. Liessmann 2003: 57ff.). Darin beschreibt er den Affekt bzw. das Gefühl der Selbstliebe. Liessmann sieht darin von Spinoza die Einsicht begründet, „daß [sic] Vorzüge, die aus der Idee des Menschseins schlechthin entspringen, weniger geschätzt werden als solche, die sich tatsächlich als Resultat von Individualität zurechnen lassen“

(Liessmann 2003: 66). Somit hat Spinoza damals schon erkannt, dass Einzigartigkeit ein zu erstrebendes Charakteristikum ist, um sich von der breiten Masse gesondert hervorzuheben.

3.2.1.3. Georg Wilhelm Friedrich Hegel

Ein weiterer interessanter Ansatz stammt von dem Philosophen Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770 – 1831), der in seinem Werk „Phänomenologie des Geistes“ den Vorgang des Werdens auf unterschiedlichen Ebenen beschreibt. Der Geist eines Menschen sei demnach imstande, seine eigene Subjektivität zu übersteigen und sich damit zu verobjektivieren. Sich selbst als unabhängiges und ausschließlich objektives Wesen zu begreifen, sei demnach aber nur in der Religion und in der Kunst möglich (vgl. ebd.: 92ff.). Hegel geht damit mit Nietzsche (1844 – 1900) konform, der alleine im Künstler auch denjenigen sah, der Wahrheit zu begreifen imstande war: „-denn nur als ästhetisches Phänomen ist das Dasein und die Welt ewig gerechtfertigt:-“ (Nietzsche 1980: 47, zit. nach Liessmann 2003: 144). Allerdings, und das ist das Entscheidende, wird das Kunstwerk bei Nietzsche immer weniger durch Selbstreflexion eines jeden einzelnen Menschen entstehen und kann demzufolge nicht mehr nur alleine auf dessen Inhalt reflektiert werden. Stepina führt hier an, dass, einhergehend mit dem Formalismus, die Substanz eines Kunstwerks verloren gegangen zu sein scheint und somit kann als Konsequenz „das Kunstwerk nur mehr der Mensch selbst sein: Das Ich wird in ästhetischer Selbstdarstellung zum Kunstwerk hochstilisiert; der Künstler selbst ist die Kunstware, das ästhetisch inszenierte Ersatz-Ich, das es zu verkaufen gilt“ (Stepina 2003: 47).

Um auf Hegel zurückzukommen: Bevor jedoch der Mensch seine eigene Subjektivität hinter sich lassen kann, muss er sich zuerst seiner selbst bewusst werden. Laut Hegel passiert dies ab der zweiten Stufe seiner Phänomenologie des Geistes, indem sich das menschliche Wesen von jemand anderen in Frage gestellt sieht und sich somit selbst in Frage stellen muss. Das Selbstbewusstsein entsteht somit immer als Resultat eines Kampfes um Anerkennung zwischen zwei Menschen, die beide von dem jeweils anderen anerkannt werden wollen und in dem schlussendlich einer als Sieger hervorgeht (vgl. Liessmann 2003: 94f.). So existiert bei Hegel anfänglich nur das Bewusstsein im Körper eines Menschen, das nur über Sinneseindrücke erfahrbar ist und erst durch die Anerkennung Anderer erfährt der Mensch Selbstbewusstsein.

3.2.1.4. Karl Marx

In den vielen Werken, die sich gänzlich oder auch nur abschnittsweise mit Identität beschäftigen, wird häufig der Philosoph Karl Marx (1818 – 1883) genannt (vgl. Bublitz 2006, Stepina 2003, Kirchhoff-Hund 1978 et al.) und seine Ansicht zum Verhältnis zwischen Individuum und der Gesellschaft. So ist für ihn das menschliche Wesen „kein dem einzelnen Individuum innewohnendes Abstraktum. In seiner Wirklichkeit ist es das ensemble der gesellschaftlichen Verhältnisse“ (Marx 1956: 6, zit. nach Liessmann 2003: 105). Individuum und Gesellschaft müssen nach dieser Aussage bei Marx also immer im Kontext begriffen werden. Ein zentrales Problem ist hierbei aber die Entfremdung, derer sich ein Individuum ausgesetzt fühlt. Marx sah dessen Wurzel in der bürgerlichen Gesellschaft verankert, in der die Arbeit des Menschen zu einer entfremdeten Arbeit wird (vgl. Liessmann 2003: 107) und erkannte auch, „das [sic] in einer bürgerlich kapitalistischen Gesellschaft alle Tätigkeit und alle Beziehungen der Menschen tatsächlich über den Markt, das heißt über den Austausch von Waren geregelt werden“ (ebd.: 110). Liessmann führt diesen Gedanken fort und verortet, dass Tauschbeziehungen nicht nur durch Waren bestimmt werden, sondern dass auch menschliche Beziehungen in Tausch-Kategorien gesehen werden können und führt parallel dazu Georg Francks „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ an, wonach alle menschlichen Handlungen als marktorientiert bezeichnet werden können (vgl. ebd.: 110).

3.2.1.5. Martin Heidegger

Einen kritischen Standpunkt vertritt Martin Heidegger (1889 – 1976), wenn er die Identität eines Menschen im Kontext mit ihrer äußeren Umwelt thematisiert. Seine Analyse über die Moderne lassen höchst kulturkritische Anklänge erkennen, vor allem in der Bezeichnung des so genannten „Man“, in dem jeder einzelne Mensch unter vielen anderen Menschen, der Allgemeinheit bzw. der Gesamtheit, verschwindet und untertaucht (vgl. ebd.: 168). In „Sein und Zeit“ postuliert Heidegger, dass „jeder Andere wie der Andere ist“ (Heidegger 1979: 126) und dass durch dieses große Miteinander ein eigenständiges Dasein bzw. die eigene Existenz eines Menschen verschwindet (vgl. ebd.: 126f.). Für Liessmann ist hier „der kulturkritische Gestus, der Dünkel des Einen, des Eigentlichen gegen die modernen Formen der Öffentlichkeit und Massengesellschaft unverkennbar“ (Liessmann 2003: 169). Heidegger hat somit ansatzweise das Phänomen prophezeit bzw. erkannt, das in der gegenwärtigen Debatte um Massen-

medien und ihre Auswirkungen stereotype und kongruente Nutzer heraufbeschwören zu scheint.

3.2.1.6. **Theodor W. Adorno**

In diesem Zusammenhang soll abschließend noch Theodor W. Adorno und seine Kritik zur von ihm so bezeichneten „Kulturindustrie“ durchleuchtet werden. Er war der Meinung, dass die Menschen in der bürgerlichen Gesellschaft durch die neue Welt der Medien und des Konsums verblendet werden würden und dieses Dilemma einzig und alleine gesellschaftlich produziert werden würde und nur dazu da sei, um die Menschen durch Ablenkungsmechanismen in ihrer Wahrnehmung zu steuern. Adorno geht mit Nietzsche et al. konform, wenn er in der Kunst eine Form der Erkenntnis und Wahrheit sieht. Aber das Fatale daran ist, dass genau diese Kunst auch jene sei, die kulturindustriell als Ware angesehen werden kann und somit imstande sei, die Massen zu verblenden - und, als Draufgabe, dies von den jeweiligen Konsumenten auch gewünscht werde (vgl. Liessmann 2003: 172ff.). In diesem Zusammenhang ist auch die Meinung von Stepina anzuführen, denn ihmzufolge ist „die kapitalistische Gesellschaft (...) ihrer Struktur nach Kapital- und Warenfetisch und es herrscht nicht das geringste Interesse, diesen Fetischismus als Verblendungs- und Entfremdungszusammenhang zu entlarven“ (Stepina 2003: 39). Folgt man diesen beiden angeführten Gedankengängen, so kann daraus geschlossen werden, dass die Menschen sich den Strategien der Medien bzw. der Werbung und den gegenwärtigen Marktmechanismen vollends bewusst sind, diese jedoch kritiklos und unhinterfragt hinnehmen und etwaiges Wissen um Manipulation und Beeinflussung zugunsten der Befriedigung eigener Bedürfnisse ausblenden.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass sich anhand der Gedanken und Theorien der damaligen Philosophen auch gegenwärtige Tendenzen näher beleuchten und sich gewisse Parallelen zur Gegenwart ziehen lassen.

3.3. **Identität im Wandel**

Kenneth J. Gergen untersucht in seinem Buch „Das übersättigte Selbst“ (1996) die Auswirkungen einer saturierten Gesellschaft auf das persönliche Selbstverständnis. Er geht davon aus, dass der gesellschaftliche Prozess der so genannten Sättigung zu

einer Vielzahl von nicht miteinander kohärierenden und beeinträchtigen Beziehungen führt und dass das gesättigte Selbst dadurch überhaupt kein Selbst mehr sei (vgl. Gergen 1996: 28f.). Gergen schreibt diesen Wandel maßgeblich der Entwicklung, ausgehend von einer romantischen Selbstbetrachtung über eine modernistische Weltanschauung hin zum Postmodernismus zu. Das Selbst, das allmählich immer mehr in ein postmodernes Bewusstsein eintritt, verfügt nicht mehr über ein sicheres Selbstwertgefühl (vgl. ebd.: 43), „denn der Postmodernismus tendiert dazu (...), sowohl die romantischen als auch die modernen Wirklichkeiten zunichte zu machen“ (ebd.: 49). Auch andere Wissenschaftler beschäftigen sich in ihren Ausführungen mit der Entwicklung von Identität. So sprechen Schroer und Bahl in diesem Zusammenhang ebenfalls von einem Drei-Stufen-Modell. Allerdings begreifen sie die erste Stufe als Vormoderne bzw. Traditionale, durch die sich die Moderne, und schließlich auch die postmoderne Gesellschaft, entwickelt haben (vgl. Bahl 1997: 21; Schroer 2006: 46ff.).

Die Anfänge dieser Entwicklung liegen laut Gergen im späten achtzehnten Jahrhundert, das mit seiner damals vorherrschenden Denkweise wesentlich zu einem gegenwärtigen Sich-zur-Schau-Stellen beigetragen hat (vgl. Gergen 1996: 36f.). Er bezieht sich hier in seinen Ausführungen auf den Professor John Ormsby Lyons und dessen Buch „The Invention of the Self“ (1978). Im Folgenden soll ein kurzer und überschaubarer Überblick über Vormoderne, Moderne und Postmoderne gegeben werden, der die wesentlichsten Entwicklungsschritte markiert.

3.3.1. Romantische Weltanschauung

Vor dem späten achtzehnten Jahrhundert begriffen sich die Leute als Teil bestimmter Kategorien (Anhänger einer Religion, eines Berufes, Angehöriger einer Klasse, etc.) und definierten sich auch dadurch. In der vormodernen Gesellschaft gab es daher „noch keine Individualität im modernen Sinne“ (Schroer 2006: 46). Das damalige Individuum wurde in eine bestimmte Gemeinschaft hineingeboren und nahm in dieser einen vorgefertigten Platz ein, der das zukünftige Leben maßgeblich bestimmte und von dem abzuweichen nicht vorhergesehen war (vgl. ebd.: 47). Zu dieser Zeit war eine hohe Gottgläubigkeit vorherrschend und die Menschen erfuhren durch die Religion eine gewisse Orientierung. Einhergehend mit dem späten achtzehnten Jahrhundert wird jedoch ein allgemeiner Wandel im Empfinden der Leute verzeichnet (vgl. Gergen 1996: 36f.) und im neunzehnten Jahrhundert schließlich war eine romantische Selbstbetrach-

tung weit verbreitet, „die jeder Person Charakteristika persönlichen Tiefgangs zueignet: Leidenschaft, Seele, Kreativität und Charakterstärke“ (ebd.: 29). Obwohl die Romantik kein offensichtliches Interesse an objektiven Beweisen und rationalen Begründungen hatte, formte sich immer mehr und mehr eine gewisse Wissenschaftlichkeit heraus, Philosophen begannen „die Grundregeln für die Generation des objektiven Wissens festzulegen“ (ebd.: 64).

So sah sich gegen Ende des neunzehnten Jahrhunderts die Romantik immer mehr dem Verfall ausgesetzt und an ihre Stelle trat die neue Bewusstseinsform des Modernismus.

3.3.2. **Modernistische Weltanschauung**

Mit dem frühen zwanzigsten Jahrhundert kam eine modernistische Weltanschauung auf und mit ihr war gleichzeitig das Vokabular der Romantik bedroht, da es den Modernisten, im Gegensatz zu den Romantikern, nicht mehr um seelischen Tiefgang sondern vornehmlich um Logik und Vernunft ging (vgl. Gergen 1996: 28f.). Es war fortan nicht mehr die Religion, die dem Individuum Orientierung gab - in einer Welt, die von nun an nicht mehr als gottgewollt angesehen wurde, musste das „Ordnungs- und Sinnproblem als je individuell zu lösendes Problem an den Einzelnen weitergereicht“ (Schroer 2006: 48) werden. So sieht sich das moderne Individuum zunehmend pluralen Lebensformen gegenüber, die es zu überblicken und zu bewerkstelligen gilt. Um in dieser multizentrierten Welt bestehen zu können, war fortan ein stabiles und gefestigtes Selbst gefragt. Mit dem Wunsch nach Rationalität und Fortschritt rückte außerdem die Maschine immer mehr ins Zentrum des Modernismus und war somit ausschlaggebend für ein kontinuierliches Voranschreiten neuer Technologien.

3.3.3. **Postmodernistische Weltanschauung**

Gergen verzeichnet in der Entwicklung und alltäglichen Verwendung von neuen Kommunikationsmitteln schließlich einen Grund dafür, dass die romantische und die modernistische Weltanschauung dahingeschwunden sind: „Was ich die *Technologien der sozialen Sättigung* nenne, ist Mittelpunkt der heutigen Auslöschung des individuellen Selbst“ (Gergen 1996: 95). Demnach gibt es laut Gergen im gegenwärtigen Postmodernismus kein Selbst im eigentlichen Sinne mehr, vielmehr ist dieses Selbst von Teil-

identitäten bevölkert und durch einen multiphrenen Zustand gekennzeichnet (vgl. ebd.: 95).

Im zwanzigsten Jahrhundert scheinen sowohl romantische als auch modernistische Anschauungen ungebräuchlich geworden zu sein. Es macht den Eindruck, als ob an ihre Stelle ein Vokabular gerückt ist, dass vornehmlich menschliche Unzulänglichkeit in den Vordergrund rückt:

„In vieler Hinsicht läßt [sic] sich diese Zunahme der Defizit-Terminologie auf das `Wissenschaftlichmachen` der menschlichen Verhaltenscharakteristik der modernen Ära zurückführen. Indem Psychiater und Psychologen versuchen, unerwünschtes Verhalten zu erklären, erzeugen sie ein Defizit-Fachvokabular. Diese Sprache wird allmählich der gesamten Öffentlichkeit zugänglich gemacht (...). Wenn Menschen dieses Vokabular erwerben, beginnen sie auch ihr Selbst – und das der anderen – in diesem Sinne zu begreifen.“ (Gergen 1996: 42).

Im Postmodernismus ist das Selbst also immer von Veränderungen durchdrungen, die eigene Identität befindet sich im permanenten Wandel und entsteht immer wieder neu. Gleichzeitig begreift sich das Selbst in Bezug zu anderen und ist daher ständig wechselnden Beziehungen und Vergleichen mit anderen ausgesetzt. Um es auf den Punkt zu bringen: „Das postmoderne Wesen ist ein rastloser Nomade“ (ebd.: 280).

3.4. Entwicklung von Identität

Eine genaue Betrachtung der Entwicklung von Identität basiert auf den verschiedenen Sichtweisen unterschiedlicher Wissenschaftler und Forschungsfelder, da eine Untersuchung diesbezüglich sehr komplex ist und Identität nur schwer festzumachen ist bzw. sich nicht zu einem bestimmten Zeitpunkt im Menschen manifestiert und ihre Heranbildung immer von unterschiedlichen Faktoren, von der sozialen Umwelt, der individuellen Veranlagung, etc. abhängig ist.

3.4.1. Das frühkindliche Selbst

Erikson verortet in der Formung von Identität unterschiedliche Entwicklungsstufen. Demnach bildet sich die Grundlage des Identitätsgefühls bereits in der Bindung eines Kindes zu seiner Mutter: „Schon im ersten antwortenden Lächeln eines Säuglings ist etwas von einer Selbst-Erkennung, verbunden mit einer gegenseitigen Anerkennung enthalten“ (Erikson 1994: 140f.). Durch die Versorgung und die Befriedigung individueller Bedürfnisse seitens der Mutter, kann das Kind ein Vertrauensgefühl aufbauen, das laut Erikson Basis für ein Identitätsbewusstsein ist (vgl. ebd.: 72). Auch Schachinger stellt ein erstes, langsam sichtbar werdendes Selbstempfinden bei Säuglingen fest und vor allem durch intensiv erlebte körperliche Erfahrungen entsteht beim Säugling ein erstes subjektives Wahrnehmen seiner selbst (vgl. Schachinger 2005: 88). Aus diesem eher diffusen ersten Sentiment wird ein Sich-Selbst-Erkennen ab dem 10. Monat, das Baby wird beginnen, sich in seinem eigenen Spiegelbild zu erkennen (vgl. ebd.: 88).

Der Prozess der Identitätsbildung schreitet in der Kindheit langsam voran, hauptverantwortlich für das Entstehen eines Selbstwertgefühls ist in erster Linie die Beziehung zu den Eltern (vgl. Schachinger 2005: 89), da diese zumeist die ersten Bezugspersonen im Leben eines Kindes darstellen.

3.4.2. Das spätkindliche Selbst

Während bisher die Eltern eine maßgebliche Rolle im Leben des Kindes gespielt haben, beginnt sich das spätkindliche Selbst nun immer mehr mit seiner Umwelt auseinanderzusetzen und Gemeinschaft zu erfahren. Damit einhergehend setzen auch automatisch Vergleichsprozesse ein, die am Selbstwert eines Kindes von nun an maßgeblich beteiligt sind (vgl. ebd.: 93). Das Kind findet sich nun mehr und mehr einer Situation ausgesetzt, in der es nicht mehr nur die ungeteilte Aufmerksamkeit und alleinige Liebe der eigenen Eltern erfährt, sondern diese Attribute jetzt auch bei anderen suchen und sich diese gegebenenfalls auch verdienen muss. „Dabei spielen Faktoren wie Wettbewerbsorientierung und Konkurrenzdenken sowie vorherrschende Verhaltensmuster in der Familie eine bedeutende Rolle“ (ebd.). Der Selbstwert eines Kindes liegt nun nicht mehr alleine in der Existenz der eigenen Identität oder in der Beziehung zu den Eltern begründet, sondern fußt mehr und mehr auf soziale Vergleiche mit der unmittelbaren Umwelt.

3.4.3. Das jugendliche Selbst

Das jugendliche Selbst zeichnet sich dadurch aus, dass es permanenten Umwelteinflüssen ausgesetzt ist und sich von diesen auch beeinflussen lassen kann. So sinken die Eltern als ehemals wichtigste und einzige Einflussquelle in ihrem Stellenwert und ihr Platz wird mehr und mehr durch den Freundeskreis oder durch das andere Geschlecht ersetzt (vgl. Schachinger 2005: 96).

Für den Jugendlichen wird es immer wichtiger, beliebt zu sein und das Ansehen bei anderen wird zum maßgeblichen Faktor für das eigene Selbstwertgefühl. Hier kommt das so genannte ideale Selbstbild zum Vorschein, das besonders beim jugendlichen Selbst in hohem Maße vorzukommen scheint. In der Form des idealen Selbstbilds formt sich das potentielle und zukünftige Selbst des Jugendlichen heraus, welches sich stark an persönliche Vorbilder aus dem Freundeskreis oder an Stars aus der Sport-, Musik- oder Filmbranche orientiert (vgl. ebd.). Das ideale Selbstbild scheint ständig mit dem realen Selbstbild eines Jugendlichen zu konkurrieren, da durch permanenten Vergleich mit anderen schnell ein Gefühl von Unzulänglichkeit entstehen kann und damit einhergehend ein Gefühl, nicht gut genug, bzw. nicht so gut wie die anderen zu sein.

Das jugendliche Selbst sieht sich unter Druck gesetzt, sein reales Selbst dem idealen Selbst anzupassen um sich dadurch Ansehen und Beliebtheit durch andere zu versichern. Ein weiterer ausschlaggebender Faktor für den Disput zwischen realem und idealem Selbst bildet das Selbstbild in Bezug auf den eigenen Körper des Jugendlichen, welches vielfach in Unzufriedenheit mit dem Gewicht, der Größe, der Muskulösität oder dem eigenen Aussehen im Allgemeinen mündet (vgl. ebd.: 96f.). Generell ist das Selbstwertgefühl bei Jugendlichen sehr variabel und schwankend und es hängt von vielen Faktoren ab, ob es „´steht` oder ´fällt`“ (ebd.: 96).

Erikson verzeichnet mit der Adoleszenz die letzte Entwicklungsstufe der Kindheit und sieht diese nur dann als abgeschlossen, wenn sich das Individuum von den Identifikationen der Kindheit befreit hat und sich stattdessen neue Identifikationen angeeignet hat (vgl. Erikson 1994: 137). Diese haben jedoch nichts mehr mit den alten Identifikationen ehemaliger Entwicklungsjahre gemein, „sie sind nicht mehr durch das Spielertische der Kindheit und die Probierfreude der Vorpubertätszeit charakterisiert. Unerbittlich zwingen sie den jungen Menschen, Entscheidungen zu treffen, die mit wachsender

Beschleunigung zu immer endgültigeren Selbstdefinitionen, zu irreversiblen Rollen und so zu Festlegungen ´fürs Leben` führen“ (ebd.).

Obwohl das Internet mit der einhergehenden Entwicklung zum Web 2.0 den Usern nur wenige bis keine Zugangsbarrieren auferlegt und heutzutage jeder Teil einer Community sein kann, werden die virtuellen Gemeinschaften, und hier vor allem die Social Networks, im Netz hauptsächlich von Jugendlichen bevölkert, die ihr privates Leben zusätzlich in den Cyberspace verlagert haben. Damit einhergehend ist eine Untersuchung des jugendlichen Selbst zwingend nötig, da damit ein Großteil der in dieser vorliegenden Arbeit thematisierten User beschrieben und analysiert werden kann.

3.4.4. Das reife Selbst

Indem ein Individuum sein jugendliches Selbst durch Adoleszenz hinter sich lässt, hat es, so Erikson, Identität erlangt: „Jene endgültige Identität also, (...) ist jeder einzelnen Identifikation mit den Beziehungspersonen der Vergangenheit durchaus übergeordnet; sie schließt alle wichtigen Identifikationen ein, aber verändert sie auch, um aus ihnen ein einzigartiges und einigermaßen zusammenhängendes Ganzes zu machen“ (Erikson 1994: 139). Erikson betont an dieser Stelle, dass eine Identitätsbildung nicht nur durch Adoleszenz entstehe oder ende, er sieht die Entstehung und Konstituierung von Identität als einen lebenslangen Prozess, der für eine Person und dessen Umwelt weitgehend unbewusst abläuft (vgl. ebd.: 140f.).

Das reife Selbst verbindet mit dem Gefühl von Identität ein Wohlbehagen und innere Zufriedenheit. „Die erkennbarsten Begleitumstände sind das Gefühl, Herr seines Körpers zu sein, zu wissen daß [sic] man ´auf dem rechten Weg ist`, und eine innere Gewißheit [sic], der Anerkennung derer, auf die es ankommt, sicher sein zu dürfen“ (ebd.: 147).

3.5. Zentrale und unmittelbare Begriffe

Fällt der Terminus der Identität, so tauchen in seinem Zusammenhang oft auch die Begriffe der Individualisierung, der Subjektivierung, der Individualität und der Authentizität auf. Um in dem Gewirr unterschiedlicher Bezeichnungen Klarheit zu schaffen,

sollen hier aus Gründen der Übersichtlichkeit kurze Definitionen und Ansichten angeführt werden.

3.5.1. Individualisierung und Subjektivierung

Einhergehend mit dem Begriff des Individuums ist auch der Begriff der Individualisierung zu betrachten, mit dem, pauschal gesagt, der Übergang eines Individuums von einer Fremd- zur Selbstbestimmung gekennzeichnet wird. Bublitz sieht in der Individualisierung eine Diskrepanz für die Signifikanz des Individuums, welches einerseits als Produkt gesellschaftlicher Entwicklungen, andererseits auch als ausschlaggebende Kraft für die Gesellschaft entstanden zu sein scheint (vgl. Bublitz 2010: 25).

Bedingt durch sozialstrukturelle Veränderungen, sieht sich das Individuum den verschiedenen Märkten (Arbeits-, Bildungsmarkt) der Gesellschaft und der Massenkultur ausgesetzt und wird somit gleichzeitig gezwungen, sich den Veränderungen zu unterwerfen, aus einer Vielzahl von möglichen Optionen und Handlungsspielräumen zu wählen und folglich selbst für sein Leben verantwortlich zu sein: „Zwang zur Individualisierung bedeutet schließlich auch, die Verantwortung für das eigene Scheitern sich selbst zurechnen zu müssen“ (Bröckling 2007: 26).

Ein diametraler Ansatz hingegen bezieht sich auf die strukturalistische Theorie von Foucault, in der sich das Individuum durch Kontrollmechanismen, die sich von Fremdbeobachtung in Selbstbeobachtung modifizieren, ständig in Abgleich mit anderen Individuen sieht und sich somit deren Kontrollblick aussetzt. Bublitz spricht hier von „Disziplinierungstechnologien“, die durch kontinuierliche Selbstprüfung eine Leistungssteigerung nach sich ziehen (vgl. Bublitz 2010: 25f.).

So befindet sich das Individuum in einem ganz bestimmten wechselseitigen Verhältnis mit der Gesellschaft: „Je mehr der Einzelne vergesellschaftet wird, umso mehr individualisiert er sich auch – und umgekehrt (Bröckling 2007: 23f.). Somit kann ein Individuum durch eine Reihe gesellschaftlicher Veränderungen und Entwicklungen als nicht mehr ursprünglich fremd-, sondern als zunehmend selbstbestimmt angesehen werden. Diese Selbstbestimmtheit führt im Zuge dessen zu einer Subjektivierung, in der das Subjekt durch neu eröffnete Handlungsspielräume aktiv an der bestehenden Gesellschaft mitwirken und –gestalten kann.

In Hannelore Bublitz' Buch „Im Beichtstuhl der Medien“ (2010) ist durchgehend von Subjekten die Rede. Dieser Terminus resultiert aus der Fähigkeit des Individuums, sich

zu verwandeln, denn erst wenn ein Individuum in der Lage ist, „sich auf sich selbst zu beziehen“ (Burkart 2006: 18) und „sich selbst als ein Anderes“ (ebd.) zu begreifen, wird das Individuum zum Subjekt. Der wesentliche Unterschied zwischen dem Individuum und dem Subjekt liegt also im eigenen Erkennen, im eigenen Bewusstsein. Durch das Begreifen einer Eigenständigkeit ist das Subjekt somit imstande, sich selbst reflexiv zu betrachten und sich isoliert von anderen Subjekten wahrzunehmen. Somit „ist es immer auch auf andere bezogen; es bezieht sich in seiner Selbstthematization auf sich durch andere und stellt sich wiederum für andere dar“ (Bublitz 2010: 26f.). Dieselbe Meinung vertreten Burkart, Fröhlich, Heidel u. Watkins (2006: 317) und verstehen das Individuum als eine „Trennung in zwei Instanzen (...), das Ich und sein Selbst“. Ein Subjekt zeichnet sich demnach dadurch aus, dass es über ein Ich-Bewusstsein verfügt – so wird aus dem Individuum ein Subjekt -, wohingegen von einem Selbst immer dann die Rede ist, wenn es sich um die Reflexion des Ichs bzw. des Subjekts handelt (vgl. ebd.: 316f.)

Subjektivierung, in diesem Sinne, muss sich immer wieder neu anpassen und unterliegt durch die permanente In-Bezugnahme zu anderen Personen einem ständigen Wandel. Sie ist daher „nicht *eine*, sondern eine Vielzahl von Selbsterfindungen (...)“ (Bröckling 2007: 35). In diesem Zusammenhang kann Subjektivierung als ein Prozess verstanden werden, der durch Formen der Fremd- und Eigensteuerung in höchstem Maße paradox ist – in dieser Verschränkung zweier unterschiedlicher Blickpunkte sieht Bublitz schließlich die Entstehung des Selbst (vgl. Bublitz 2010: 27), „das sich der Integration des Blicks der anderen auf sich und der Fremdwahrnehmung ins eigene Ich verdankt und erst auf diesem Wege befähigt wird, ‚eigenständig‘ zu denken und zu handeln“ (ebd.). Die gleiche Sichtweise vertritt auch Bröckling, indem er die Subjektivierung als einen zutiefst widersprüchlichen Vorgang begreift, „bei dem aktive und passive Momente, Fremd- und Eigensteuerung unauflösbar ineinander verwoben sind (...)“ (Bröckling 2007: 19). Abgesehen von dieser Doppelstruktur, liegt eine Transformation des Individuums in ein Subjekt erst dann vor, wenn sich dieses den sozialen Vorschriften unterwirft, sich an gängige gesellschaftliche Regeln hält und sich dadurch in die Gemeinschaft integriert (vgl. Bublitz 2010: 27). Das durch die Individualisierung hervorgerufene und selbstbestimmte Individuum ist also nur insofern Teil einer Subjektivierung, als dass es zwar an gesellschaftlichen Veränderungen mitwirken kann, zugleich aber auch den vorherrschenden Normen entsprechen muss.

3.5.2. Individualität und Authentizität

Als Individualität kann die Einmaligkeit des Subjekts begriffen werden, sie „bezieht sich auf die Unverwechselbarkeit der Person, auf ihre Einzigartigkeit, aber auch auf ihre Autonomie“ (Burkart/Fröhlich/Heidel/Watkins 2006: 316). So wie der Fingerabdruck exzeptionell einer Person anhaftet, so verhält es sich auch mit dessen Individualität, sie ist exklusiv und unnachahmlich. Auch Bublitz sieht in der Individualität „die biografische und soziale Einzigartigkeit und Unverwechselbarkeit eines Individuums, die unter anderem die Identifizierbarkeit eines Individuums ermöglicht und Aspekte von Selbstbestimmung impliziert“ (Bublitz 2010: 25).

Ein Subjekt begreift sich also als einzigartig und indem es diese Einmaligkeit, mit all seinen Facetten des Denkens, Fühlens, Handelns, etc., ungefiltert nach außen hin lebt, gilt es als authentisch. Zumindest lautet so die gängige Annahme, denn mit Authentizität sind allgemein die Attribute echt, glaubwürdig und unverfälscht verbunden. Doch, folgt man den zahlreichen Auslegungen bestimmter Wissenschaftler, so kann zum gegenwärtigen Zeitpunkt keine wahre Authentizität in der Gesellschaft vorherrschen: „Das, was ´einfach ich` war, wird nun von den kulturellen Dramen der Medien mitbestimmt; man wird unwillkürlich zum Schauspieler, und die Kultur wird allmählich eine nachgeahmte Kopie ihrer selbst“ (Gergen 1996: 351).

Um das Phänomen der Authentizität näher zu beleuchten, sei an dieser Stelle Sabina Misoch angeführt, die in ihrem Buch „Identitäten im Internet“ (2004) zwischen einer authentischen und einer experimentellen Selbstdarstellung unterscheidet. Umgemünzt auf das Internet, versteht Misoch Authentizität als dann gegeben, wenn ein Subjekt sein real existierendes Ich in das Web überträgt und somit sein wahres Selbst virtuell abbildet (vgl. Misoch 2004: 202). Experimentelle Selbstdarstellung würde demnach vorliegen, wenn sich ein Subjekt eine Wunschidentität zulegen und diese im Internet verkörpern würde. Misoch weist jedoch darauf hin, dass diese Form der Verstellung die Ausnahme zu sein scheint und eine Sich-zur-Schau-Stellung im Internet nicht zwangsweise mit Maskerade zu tun haben müsse (vgl. ebd.).

So gesehen stehen Individualität und Authentizität zwar in einem engen Zusammenhang zueinander, sie müssen sich jedoch nicht wechselseitig bedingen. Individualität verspricht noch lange keine Authentizität, d.h. dass ein Subjekt, das über seine Einzigartigkeit Bescheid weiß, diese nicht zwangsläufig authentisch nach außen kehren

muss. Vielmehr scheint es den Anschein zu haben, als ob Subjekte Komponenten der Authentizität nicht nur um ihrer Selbstwillen preisgeben, sondern um im Blickfeld der anderen als authentisch wahrgenommen zu werden. Authentizität ist gegenwärtig somit nicht mehr als selbstreferentiell anzusehen, sondern immer auch auf andere bezogen bzw. auf Publikum angewiesen. Es geht demnach nicht mehr darum, vor sich selbst authentisch und im Einklang mit sich selber zu sein, sondern diesen Eindruck bei anderen zu erwecken. Das Subjekt ist folglich stets darauf bedacht, seine soziale Wirklichkeit als möglichst authentisch zu inszenieren, denn diese kennzeichnet sich dadurch, „dass sie weniger Sein und Schein als vielmehr zwischen glaubwürdiger und misslungener Authentizität unterscheidet“ (Bublitz 2010: 115). So baut die Individualität eines Selbst „auf einer Vielzahl von Inszenierungstechniken auf, deren Ziel die gelungene Inszenierung von Authentizität ist“ (ebd.: 116).

3.6. Exkurs: Das Selbst nach Helga E. Schachinger

Wie bereits angeführt, entsteht das Selbst aus einer Relation aus Formen der Selbst- und Fremdwahrnehmung (vgl. Bublitz 2010: 27), es ist „eine abstrakte und nicht greifbare Wesenheit“ (Schachinger 2005: 24) und eine einheitliche Definition gestaltet sich als schwierig.

Schachinger begreift das Selbst als ein Mysterium, das in seinen unterschiedlichen Ausprägungen jedoch verschiedene Sichtweisen erlaubt. So listet sie voneinander abweichende Perspektiven des Selbst auf, indem sie das Selbst als Persönlichkeit, als Rolle, als Potential, als Porträt, als Prozess und als Akteur anführt und somit anhand von verschiedenen Blickwinkeln durchleuchtet (vgl. Schachinger 2005: 25f.). Schachinger spricht von einem Selbst, das von unterschiedlichen Rollen geprägt ist (z.B. Mutter- oder Vaterrolle) und im Zuge dessen auch ständig Verpflichtungen und Erwartungshaltungen unterworfen ist (vgl. ebd.: 25). Für die vorliegende Arbeit steht hier das „Selbst als Rolle“ daher eine besondere Bedeutung dar, da in der Fähigkeit des Menschen, in verschiedene Rollen zu schlüpfen, das Fundament zugrunde liegt, sich im Web variabel darzustellen und mehrere Persönlichkeiten virtuell zu verkörpern.

3.6.1. Stabiles vs. Variables Selbst

Um die Sachlage verständlich darzulegen, ist im Folgenden eine tabellarische Übersicht nach Helga E. Schachinger (2005) abgebildet, in der die wesentlichsten Unterschiede zwischen einem stabilen und einem variablen Selbst aufgelistet sind.

	Stabiles Kernselbst = Selbst als Stabilitätsfaktor	Variables Rollenselbst = Selbst als Entwicklungspotential
Merkmale	Stabil Konsistent und gleichbleibend Einheitlich Widerspruchsfrei Zentral Situationsübergreifend wirksam	Variabel und dynamisch Veränderbar und fluktuierend Spezifisch Widersprüchlich Peripher Situationsspezifisch wirksam
Auswirkungen	Vorhersagbarkeit ↑ Kontrollierbarkeit ↑ Sicherheit ↑ Ungewissheit ↓ Robustheit ↑ Widersprüche ↓ Flexibilität ↓ Informationsverarbeitung ↑	Vorhersagbarkeit ↓ Kontrollierbarkeit ↓ Sicherheit ↓ Ungewissheit ↑ Empfindlichkeit ↑ Widersprüche ↑ Flexibilität ↑ Informationsverarbeitung ↓

Tab. 1: Stabiles Kernselbst und Variables Rollenselbst. Quelle: Schachinger (2005: 30).

Das stabile Kernselbst ist also für die „Kontinuität, Einheit und Widerspruchsfreiheit“ eines Menschen verantwortlich, wohingegen ein variables Rollenselbst für „situative Angemessenheit, Dynamik und Veränderbarkeit“ zuständig ist (Schachinger 2005: 31). Das Selbst besteht aber nicht nur aus dem einen oder dem anderen alleine, es besteht immer eine gewisse Polarität zwischen den beiden Selbsten, da der Mensch, ganz allgemein betrachtet, neben Möglichkeiten zur Veränderung und Modulation auch immer eine gewisse Kontinuität und Beständigkeit in seinem Leben braucht (vgl. ebd.). Es herrscht die Annahme, dass das variable Selbst eines Menschen im Laufe des Lebens etwas kleiner wird, wohingegen die Anteile eines stabilen Selbst mit der Zeit immer mehr überwiegen (vgl. ebd.: 32).

3.6.2. Das individualistische Selbst

Ein weiterer Betrachtungspunkt liegt in der Analyse eines so genannten individualistischen Selbst, das sich im Lauf der Zeit erst herausbilden musste und in seinem gegenwärtigen Selbstverständnis erst durch den Individualismus entstand.

So wurde der Mensch nicht von jeher als exzeptionell und als eigenständiges, einzigartiges Wesen angesehen, sondern immer in der jeweiligen gesellschaftlichen Rolle wahrgenommen, die ihm anhaftete. Durch die damaligen Umstände einer Feudal- und Adelherrschaft wurde einem durch die Geburt die jeweilige soziale Funktion, die man in der Gesellschaft zu erfüllen hatte, praktisch in die Wiege gelegt. Ein Ausbrechen aus dieser vorab gefertigten Rolle war nur schwer möglich. Die Gedanken der Menschen damals drehten sich vornehmlich um Gott und nicht um die eigene Person, zumal Selbstsucht zur Sünde deklariert wurde (vgl. Schachinger 2005: 38f.). Schließlich bildete sich langsam der Individualismus heraus, seine Ursprünge „liegen in der Französischen Revolution mit ihrer Forderung nach individuellen Bürgerrechten (‘Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit’), in der Industrialisierung und im Aufkommen der freien Marktwirtschaft“ (ebd.).

Kollektivismus	Individualismus
○ Die Gruppe bildet das Fundament der Gesellschaft und gilt als primärer Wert.	○ Das Individuum bildet das Fundament der Gesellschaft und gilt als primärer Wert.
○ Der bzw. die Einzelne ist untrennbar mit der Gruppe verbunden.	○ Individuen sind frei und grundsätzlich unabhängig von anderen.
○ Gruppeninteressen stehen über individuellen Interessen; gruppenbezogenes Denken und Handeln stehen im Vordergrund.	○ Individuelle Interessen stehen über Gruppeninteressen; individuelles Denken und Handeln stehen im Vordergrund.
○ Aufrechterhaltung von harmonischen Beziehungen; Demut, Gehorsam und Pflichterfüllung als zentrale Werte.	○ Recht auf persönliches Glück und Gültigkeit des individuellen Lustprinzips.
○ Kollektive Leistungsfähigkeit und kollektive Verantwortung; Konsequenzen einer Handlung betreffen die gesamte Gruppe.	○ Betonung von Autonomie und individueller Verantwortlichkeit; Konsequenzen einer Handlung betreffen nur das Individuum.
○ Hohe Bereitschaft zur Kooperation und vergleichsweise geringe Wettbewerbsorientierung.	○ Schwerpunkt liegt auf individueller Leistungsfähigkeit und auf Wettbewerbsorientierung.
○ Konfliktvermeidung und gruppenkonformes Denken und Handeln; wenig Bedürfnis nach Einzigartigkeit.	○ Sozialem Druck zur Konformität soll nicht nachgegeben werden; starkes Bedürfnis nach Einzigartigkeit.
○ Der Schutz der Gruppe wird gesucht; Sicherheit durch Gruppensolidarität.	○ Eigene Kompetenz, Stärke und Macht geben Sicherheit.

Tab. 2: Merkmale des Kollektivismus und Individualismus. Quelle: Schachinger (2005: 38).

Auch Döring unterscheidet eine individuelle (personale) von einer kollektiven (sozialen) Identität und führt dazu das so genannte „social identity model of deindividuation“ (kurz: SIDE-Modell) an, das von einer salienten Identität ausgeht, die unterschiedlich im Bewusstsein der Nutzer vorhanden sein kann (vgl. Döring 2003: 174). Demnach fühlt sich eine Person mit einer kollektiven Identität als Teil einer bestimmten Gruppe oder einer sozialen Kategorie, wohingegen sich eine Person mit individueller Identität „über individuelle Besonderheiten wie etwa ihre körperlichen Attribute oder spezifische Vorlieben und Fähigkeiten, in denen sie sich von anderen Menschen (...) abhebt“ (ebd.: 330) charakterisiert.

Ein individualistisches Selbst kann somit einer Person zugeschrieben werden, die, plakativ gesagt, über die Attribute der Selbstständigkeit und Autonomie verfügt und in höchstem Maße emanzipiert und selbst bestimmt agiert. Sie muss nicht mehr zwanghaft eine bestimmte Rolle innehaben, sondern kann unter verschiedenen Rollen wählen und kann sich mehr oder weniger frei von sozialen Zwängen innerhalb einer Gesellschaft bewegen.

Dabei muss an dieser Stelle festgehalten werden, dass sich ein individualistisches Selbst immer nur in einer Gesellschaft herausbilden kann, die dies auch legitimiert und ihren Bürgern gestattet. So scheint eine individualistisch geprägte Kultur eher westlich bestimmt zu sein. Schachinger bezeichnet die westliche Welt sogar als „Hochburg` des individualistischen Selbst“ und spricht von immer lauter werdenden Rufen, „welche vor einem maßlos empfundenen Egoismus und Individualismus mahnen“ (Schachinger 2005: 39).

3.6.3. Selbstkonzept

Als Selbstkonzept ist im Allgemeinen das Selbstbild zu verstehen, also das Bild, das eine Person von sich selber und seiner Umwelt hat. Schachinger unterscheidet das Selbst ganz deutlich von dem Selbstkonzept, denn „das Selbst [ist] eine abstrakte und nicht greifbare Wesenheit (...), während das Selbstkonzept (Selbstbild) eine im wörtlichen Sinn recht anschauliche Sache darstellt“ (Schachinger 2005: 24). Um eine Person zu untersuchen, ist es deshalb nötig, das Selbst in seinem jeweiligen Konzept zu betrachten, denn erst dann lassen sich Rückschlüsse auf den eigentlichen Menschen ziehen.

3.6.4. **Selbstaufmerksamkeit und Selbstthematisierung**

Es besteht ein großer Zusammenhang zwischen der Identität einer Person, seiner Selbstaufmerksamkeit und seiner Zurschaustellung vor anderen Menschen. Denn erst durch den Besitz von Identität ist das Subjekt in der Lage, zur Selbsterkenntnis zu gelangen und anhand derer auf sich selbst aufmerksam zu werden - darauf aufbauend entspringt aus einer Selbstthematisierung die Selbstdarstellung. Für Burkart ist Selbsterkenntnis „kein Selbstzweck“, denn sie ist dazu da, um „sich gegenüber anderen als Individuum darzustellen. Es geht um Präsentation und Sichtbarmachung des eigenen Selbst, also um Selbstdarstellung“ (Burkart 2006: 19). Um im folgenden Kapitel die große begriffliche Dimension der Selbstdarstellung zu erläutern, bedarf es deshalb zunächst einer eingehenden Betrachtung der Selbstthematisierung, da diese die Bedingung für Selbstdarstellung charakterisiert (vgl. Burkart 2006, Schroer 2006).

So haben sich die damals üblichen Formen der Selbstthematisierung, wie z.B. die Beichte, die Psychoanalyse und das Interview, zu einem therapeutischen Gespräch hin entwickelt und indem „genügend Menschen Therapie- oder Interview-Erfahrung haben, kommt es zur *Veralltäglichung der Selbstreflexion*“ (Burkart 2006: 13).

Demnach sieht Burkart in einer „allgemeinen Psychologisierung der Kultur“ in den 1960er Jahren eine „*Therapie- und Bekenntniskultur*“ (ebd.: 11f.) aufkommen, die sich bis in die Gegenwart etablieren konnte. Ausschlaggebend dafür sind laut Burkart u.a. gesellschaftliche Veränderungen, die als Resultat von sozialen Bewegungen entstanden sind, wie z.B. „Bildungsexpansion und Frauenbewegung, Therapie-Boom, sexuelle Liberalisierung und pädagogische Alternativkultur“ (ebd.: 21). So hat sich eine Kultur der Selbstthematisierung immer mehr in der Gesellschaft etabliert, die in den 1970er Jahren fortbestand und schließlich seit den 1980er Jahren auch verstärkt Einfluss auf die Medienwelt nimmt, denn es „setzte (...) eine Renaissance des Utilitarismus ein und die Selbstverwirklichungs-Werte fingen an, in die Konsumwelt einzudringen“ (ebd.: 24). Doch so wie das ursprüngliche therapeutische Gespräch anfänglich nur das Leiden eines Patienten durch eine Krankheit zum Thema hatte und mit der Zeit immer mehr das Selbst und dessen Erfüllung bzw. Verwirklichung ins Zentrum rückten, so verhält es sich in ähnlicher Weise auch bei der gegenwärtigen medialen Selbstdarstellung. Es geht dabei „nicht mehr um Authentizität, sondern allenfalls um die Illusion von Authentizität, nicht um ehrliche Selbstdarstellung, sondern um mediale Inszenierung“ (Burkart

2006: 24f.). Geht es heutzutage um Selbstthematization, und somit auch automatisch um Selbstdarstellung, so handelt es sich hierbei nicht mehr um ein sich selbst ehrlich und aufrecht reflektierendes Subjekt, das sein authentisches Ich anderen mitteilt – es handelt sich um ein Subjekt, das sich seiner Fähigkeit, eine Rolle zu spielen, bewusst ist und diese dazu nützt, sich vor anderen im besten Licht zu präsentieren.

3.7. Virtualität vs. Wirklichkeit

In den vorhergehenden Abschnitten wurde die Identität eines Menschen behandelt und um diese folglich im Kontext mit dem virtuellen Raum begreifen zu können, muss vorher dargelegt werden, wie Virtualität definiert wird und wie sie sich manifestiert. Erst danach können multiple Identitäten, wie sie anhand postmoderner Sichtweisen bezeichnet und verstanden werden, näher erläutert werden.

Das Wort virtuell hat mit dem Begriff der Fiktion, mit dem es in gegenwärtigen Diskussionen in engem Zusammenhang gesehen wird, in seinem Ursprung eigentlich nicht viel zu tun. In facta entstammt das Wort dem Bereich der Optik und meint damit schlichtweg die Bilder, die sich im Spiegel reflektieren (vgl. Esposito 1998: 287).

„Der Spiegel ´repräsentiert` nicht eine alternative Realität für den Beobachter (die einem anderen Beobachter zugeschrieben werden kann), sondern ´präsentiert` ihm die reale Realität aus einem anderen Blickwinkel und erweitert dadurch sein Beobachtungsfeld. Ebenso ´repräsentiert` die virtuelle Wirklichkeit keine fiktionale Realität, sondern sie ´repräsentiert` dem Beobachter die Realität der Fiktion – als eine alternative Möglichkeitskonstruktion, die seinen Kontingenzbereich unabhängig von der Perspektive desjenigen erweitert, der die Fiktion produziert hat.“ (ebd.)

Der Begriff der Wirklichkeit reiht sich in die lange Schlange jener Termini ein, die in ihrer Komplexität nur schwer fassbar gemacht werden können und deren unterschiedliche wissenschaftliche Ansichten eine einheitliche Definition nicht möglich machen. Trotz der großen Bedeutungsvielfalt und den mannigfachen Auslegungen von Wirklichkeit, scheint eine spezielle Betrachtungsweise des Begriffs allgemein gültig zu sein:

„Wir bezeichnen nicht nur etwas als ´wirklich`, sondern wir heben es dadurch zugleich von anderem ab, das im gleichen Zug als weniger wirklich oder scheinhaft, als virtuell, uneigentlich, bloß möglich, unwirklich, unwahr etc. qualifiziert wird. Eine solche Doppelaktion gehört zu *jeder* Verwendung des Terminus ´wirklich` - egal in welcher seiner Bedeutungen. ´Wirklich` ist ein Terminus der Kontrastbildung.“
(Welsch 1998: 201f.)

Wolfgang Welsch sieht die Wirklichkeit in der gegenwärtigen Kultur immer mehr Problemen ausgesetzt und gerade durch die fortschreitende Genese elektronischer Medien scheint der Terminus im Verfall begriffen und nicht mehr bedeutsam zu sein (vgl. ebd.: 169). „Statt dessen [sic] sind ´Simulation` und ´Virtualität` zu den neuen und kräftigen Matadoren der Gegenwart avanciert. Sie scheinen – als die neuen Wirklichkeiten – die alte Wirklichkeit zu überholen und abzulösen. ´Virtual Reality` ist das bezeichnende Oxymoron für diesen Vorgang“ (ebd.).

Während die real erfahrbare Wirklichkeit scheinbar immer mehr durch eine virtuelle Wirklichkeit ersetzt wird bzw. die Erlebnisse des Menschen kurzerhand ins Netz verlagert werden, verzeichnet Welsch gleichzeitig eine Gegenbewegung zu diesem Trend. Durch die zunehmende Mediatisierung im elektronischen Bereich und die damit einhergehende Virtualität, würde im Menschen ein neues kulturelles Bedürfnis nach Wirklichkeit entstehen, nach einer „wirklichen Wirklichkeit“, und die stabilen Werte einer Gesellschaft wie Kontinuität und Verlässlichkeit neu geschätzt werden (vgl. ebd.). Die Medienwelt müsse diesem Wunsch nach Echtheit und Wahrheit nachkommen und in Form des Reality-TV würde sich auch ein erster paradoxer Nachweis dafür finden (vgl. ebd.).

3.8. Virtuelle Realität

Gegenwärtig lässt sich feststellen, dass eine Trennung zwischen dem Realen und dem Virtuellen immer schwerer zu vollziehen ist und die Grenzen, sowohl im Alltagsleben der Menschen als auch in der Forschung und Wissenschaft immer mehr zu verwischen scheinen (vgl. Turkle 1998: 10f.). Überall, in nahezu jedem Bereich menschlichen Lebens, lassen sich Beweise dafür finden, dass „sich die Art und Weise, wie wir personale Identität erzeugen und erleben, grundlegend verändert hat“ (ebd.).

Maßgeblich zu beobachten sei diese Tatsache aber im Internet, wo sich die User ständig zwischen dem Realen und dem Virtuellen entlang bewegen und durch neue Handlungsspielräume und das Fortbewegen in den „Echtzeitgemeinschaften des Cyberspace“ ihr Selbst entwerfen (vgl. Turkle 1998: 10f.).

Dirk Vaihinger verzeichnet eine endgültige Prägung von Virtualität, so wie es in der Gegenwart verstanden wird, in der Physik des frühen 20. Jahrhunderts, einhergehend mit den beiden Relativitätstheorien, in denen ein Objekt immer nur vorübergehend und unreal disponibel und mit rationalen Kategorien der Existenz nicht zu fassen sei (vgl. Vaihinger 1997: 20f.). Virtualität ist demnach eine Wirklichkeit „zweiter Ordnung“, die durch unterschiedliche Bausteine zusammengefügt worden ist und von dem Begriff einer herkömmlichen Wirklichkeit, der Realität, strikt zu trennen sei (vgl. ebd.: 21). Trotzdem werden die beiden Termini, Virtualität und Realität, in der Gegenwart immer öfter zusammengefasst und scheinen eine Einheit zu bilden. Laut Vaihinger geschieht dies „weil die quasi-wirkliche, nachgebildete Wirklichkeit der Virtualität gegenüber der traditionell als gegebenen Wirklichkeit verstandene Wirklichkeit an Wirklichkeit gleichkommen soll, kurz: Virtualität nicht weniger wirklich sein *soll* als die wirkliche Wirklichkeit selbst“ (ebd.: 21). Dabei ist diese zweite Wirklichkeit immer eine „*hypothetische Welt*, in der Annahmen über Formen, Beziehungs- und Bewegungsmöglichkeiten von Objekten elektronisch gespeichert werden. Diese Annahmen beruhen auf bisherigen Erfahrungen (...)“ (Fabler 1997: 194).

Die Gründe, warum sich die Menschen neben einer real existierenden und erfahrbaren Welt noch eine zweite virtuelle Welt im Netz aufgebaut haben, sieht Vaihinger in dem scheinbar dringenden Bedürfnis nach einer neuen Wirklichkeit, „weil uns die vertraute nicht das tun läßt [sic], was wir gerne tun würden“ (Vaihinger 1997: 22). Er führt diesen Gedankengang näher aus und meint: „Nachdem die Menschheit endgültig begriffen hat, daß [sic] sie in einer von Menschen gemachten Welt lebt, ist diese schon so komplex und undurchschaubar geworden, daß [sic] die Handlungsfähigkeit, (...), die jenes Begreifen eröffnete, schon verloren ist, bevor sie in Anspruch genommen werden konnte“ (ebd.). Es bedarf also einer neuen Wirklichkeit, um die Menschen wieder handlungsfähig und aktiv werden zu lassen und um sie zukünftig an Prozesse der Eigensteuerung teilhaben zu lassen.

Ein weiterer Anreiz, sich an einer zweiten Wirklichkeit zu beteiligen, liegt in der Tatsache begründet, dass die virtuelle Welt zwar ein Abbild der realen Welt ist und die darin gemachten Online-Erfahrungen denen aus dem realen Leben in nichts nachstehen, letztlich aber immer virtuell bleiben: „Die Ereignisse geschehen nicht *wirklich*. (...) Es ist ja alles nur ein Spiel. Und das Spiel ist das Herzstück der Virtualität“ (Vaihinger 1997: 25). In diesem Punkt liegt die wesentlichste Funktion der virtuellen Realität: „Sie ist Ausweichort zum Sammeln von Erfahrungen, zum Ausprobieren von Handlungsmöglichkeiten und Entwürfen, ihr genuines Ziel ist jedoch die Rückkehr zur Wirklichkeit“ (ebd.). Auch Rheingold begreift den spielerischen Umgang als wichtigen Faktor, um sich im virtuell erfahrbaren Raum zu beteiligen, denn das Spiel sei „das erste, was Menschen tun, wenn sie in eine virtuelle Welt eintauchen“ (Rheingold 1992: 573).

Überdies liegt ein weiterer Grund in einer speziellen Form von subjektiver Wahrnehmung, denn für manche Menschen kann virtuelle Realität „durchaus wirklicher, relevanter und prägender sein als die Alltagswirklichkeit. Virtual Reality bietet diesen Leuten die interessanteren Kommunikationen, erfüllt ihre Lebensinteressen besser, ermöglicht ihnen ein präziseres Finden, Denken und Agieren als die banale Mischmaschwelt des Alltags“ (Welsch 1998: 207).

Rößler betrachtet die Virtuelle Realität aus zwei Blickwinkeln: Zum einen verzeichnet er dadurch einen neuen Umgang mit computergestützten Programmen und deren Verbrauch: „Von einer Mensch-Maschine-Schnittstelle im bisherigen Sinn kann bei Virtual Reality nicht mehr gesprochen werden. Der Benutzer kommuniziert bei Virtual Reality nicht indirekt über Tastatur oder Maus mit dem Computer. Statt dessen [sic] ist der Benutzer aktiver Teil einer dreidimensionalen virtuellen Umgebung“ (Rößler 1997: 293). Der zweite Ansatz von Rößler geht mit den bereits erwähnten Ansichten von Vaihinger, Rheingold et al. konform und begreift Virtual Reality als einen, in seinem Wortsinn widersprüchlichen Begriff, der die Errichtung einer neuen, zweiten Welt meint, die zwar virtuell, dafür aber nicht minder erfahrbar sei (vgl. ebd.: 294). Dieser Vorgang lässt sich als eine Art „Limesprozeß [sic] begreifen, in dem die Verähnlichung rapid zunimmt“ (Waldenfels 1998: 236).

Um die hier behandelte neue Realität mit ihrer zweiten Wirklichkeit betreten zu können, müssen vorher verschiedene Mechanismen in Gang gesetzt werden. Im Gegensatz zu der bereits existierenden Wirklichkeit in der realen Welt, ist die virtuelle Wirklichkeit

nicht permanent vorhanden, sondern muss zuerst „aufgerufen“ werden (...) und (...) ‚interaktiv‘ gestaltet werden. Nichts geschieht von selbst. Virtuelle Realitäten sind keine Neuauflage eines *perpetuum mobile*“ (Fabler 1997: 194).

3.8.1. Multiple Identitäten im virtuellen Raum

Turkle verzeichnet allgemein eine kulturelle Veränderung hin zu einer „Kultur der Simulation (...), in der die Menschen immer mehr Gefallen daran finden, das Reale durch Repräsentation der Wirklichkeit zu ersetzen“ (Turkle 1998: 33). In diesem Zusammenhang ergeben sich für eine Festlegung und Definition von Identität ganz neue Betrachtungsweisen, da ein Subjekt in diesem Kontext anders, wenn nicht zu sagen abgegrenzt von den bisherigen Ausführungen, beleuchtet werden muss.

„In meinen rechnervermittelten Welten *ist* das Selbst, das durch die netzvermittelten Interaktionen konstituiert wird, multipel und in ständigem Wandel begriffen; es *wird* von der Sprache erzeugt und transformiert; (...). In der maschinengenerierten Welt der MUDs begegne ich Figuren, die mir eine neue Beziehung zu meiner eigenen Identität eröffnen.“ (ebd.: 20)

Durch die Beschreibbarkeit des Internet und die damit einhergehende Interaktivität, ist das Subjekt nun in der Lage, seine eigene Realität in den virtuellen Raum zu projizieren und diese beliebig auszuformen. Dies impliziert auch die Möglichkeit zur Erschaffung verschiedener Identitäten, die von den Usern in beliebigen Ausführungen und in einer beliebigen Anzahl angenommen werden können: „Zur Idee einer multiplen Identität hat auch das Internet beigetragen. Seine Benutzer können sich ein Selbst schaffen, indem sie durch viele verschiedene Identitäten vagabundieren“ (ebd.: 287). So ist ein einzelner User in der Lage, je nach Lust und Laune, in verschiedenen Virtual Communities jeweils unterschiedliche Identitäten anzunehmen und gleich in mehrere Rollen zu schlüpfen. Menschen nahmen zwar auch in früherer Zeit verschiedene soziale Rollen an, doch war dies niemals so leicht zu bewältigen wie in der Gegenwart: „Das Internet ist zu einem wichtigen Sozillabor für Experimente mit jenen Ich-Konstruktionen und –Rekonstruktionen geworden, die für das postmoderne Leben charakteristisch sind. In seiner virtuellen Realität stilisieren und erschaffen wir unser Selbst“ (ebd.: 289). Dabei ist noch darauf hinzuweisen, dass die verschiedenen multiplen Identitäten, die im Internet angenommen werden können, immer nur aus verschiedenen Elementen des

Selbst bestehen und nie eine vollwertige Persönlichkeit ausmachen oder abbilden können. Sie bestehen genauer gesagt aus gelösten und abgetrennten Fragmenten davon (vgl. Turkle 1998: 425).

In Bezug auf das Internet geht Turkle von einem Selbst aus, welches in höchstem Maße flexibel ist und das aufgrund dessen zwischen den verschiedenen Identitäten, oder vielmehr zwischen deren Teilaspekten hin- und herpendeln kann. Dieses lasse sich am besten dadurch beschreiben, indem man den Bereich zwischen einem unitären Selbst und einem Selbst mit einer multiplen Persönlichkeitsstörung betrachtet, da sich zwischen diesen beiden Extremen die Konturen eines flexiblen Selbst herausbilden würden (vgl. ebd.). Multiple Identitäten im Internet sind also kein Anzeichen für ein Krankheitsbild einer Person, sondern Resultate aus der Fähigkeit des Selbst, im Cyberspace in verschiedene Rollen zu schlüpfen und unterschiedliche Persönlichkeiten virtuell zu verkörpern.

Auch Howard Rheingold hat in seinem Buch „Virtuelle Gemeinschaft“ (1994) auf den Aspekt der multiplen Identität hingewiesen. Zusammen mit dem persönlichen Standpunkt ist die Identität „eine der großen Variablen im Cyberspace. Unterschiedliche Menschen betrachten im Cyberspace ihre virtuelle Gemeinschaft durch unterschiedlich geformte Schlüssellöcher“ (Rheingold 1994: 84). Analog zu einer früheren Zeit, als Medien damals imstande waren, zeitliche und räumliche Barrieren hinter sich zu lassen und „soziale Schranken überwinden, scheint das neueste computervermittelte Kommunikationsmedium nun auch die Grenzen der *Identität* zu überwinden“ (ebd.: 185). Dabei hat Rheingold damals schon erkannt, dass im Zuge der Entwicklung des Internet, und in späterer Folge auch in der Entstehung des Web 2.0, Identitätsspielereien und verschiedene Persönlichkeiten zu einer Begleiterscheinung im Web werden: „Wir (...) scheinen unsere Zeit (...) damit zu verbringen, *so zu tun, als wären wir eine andere Person* oder gar vorzugeben, wir wären gleichzeitig mehrere andere Menschen“ (ebd.).

Dabei scheinen richtige Fake-Identitäten eher die Ausnahme denn die Regel zu sein. In Social Networks zum Beispiel, in denen sich die Mitglieder in vielen Fällen persönlich kennen, gestaltet sich das Anlegen eines falschen Userprofils als schwierig und als nicht zweckmäßig, da sich ein Kontaktaufbau zu anderen Usern als mühevoll herausstellen würde. Die multiplen Identitäten, die hier behandelt wurden, beziehen sich da-

her nicht auf erfundene Persönlichkeiten, die mit Sicherheit auch im Web existieren, sondern auf die Fähigkeit der Internetuser, flexibel mit verschiedenen Fragmenten der eigenen Persönlichkeit zu spielen und sie je nach eigenem Belieben auszuformen und darzustellen. Dabei kann die Zahl der angenommenen Persönlichkeiten variabel und nicht an Zeit und Raum gebunden sein, denn „an verschiedenen Orten kann man verschiedene Identitäten haben“ (Rheingold 1994: 193).

3.9. Conclusio

Im dritten Kapitel wurde der Begriff der Identität genauer untersucht. Anhand der unterschiedlichen Auffassungen verschiedener Wissenschaftler wird schnell deutlich, dass es sich hier um ein sehr komplexes und breit gefächertes Gebiet handelt.

Um zu der Erkenntnis zu gelangen, wodurch der Mensch eine stabile Identität erreicht und wie sich diese manifestiert, ist vorher eine systematische Recherche bereits vorhandener Sichtweisen zu diesem Terminus notwendig. Nur durch diese Zusammenstellung lässt sich Ordnung schaffen und durch einen Überblick bestehender Erkenntnisse neue Einsichten gewinnen. So werden anhand historisch betrachteter Sichtweisen neue Perspektiven für die Gegenwart ersichtlich und es wird deutlich, dass aus vermeintlich allseits Bekanntem neue Schlüsse gezogen und gegenwärtige Sachverhalte oftmals verständlicher dargestellt werden können.

So gehen viele zeitgenössische Forschungsansätze von multiplen Identitäten aus, über die ein Mensch verfügt. Im postmodernistischen Verständnis gibt es somit mittlerweile keine alleinige Definition von EINER Identität. Gerade für eine Untersuchung der Identität eines Menschen im Zusammenhang mit dem Internet ist diese Erkenntnis wichtig, da nur dadurch das Phänomen der medialen Selbstinszenierung begriffen werden kann. So ist heutzutage von einem Menschen auszugehen, der über ein variables Selbst verfügt und somit imstande ist, sich an die Dynamik des Internet anzupassen. Auch für die begriffliche Betrachtung der Selbstdarstellung ist die Erkenntnis einer variablen und wandelbaren Identität wichtig, da nur die Fähigkeit der Wechselhaftigkeit es erlaubt, in verschiedene Rollen zu schlüpfen und sich für andere darzustellen.

4. SELBSTDARSTELLUNG

Im vorhergehenden Kapitel wurde versucht, den komplexen Begriff der Identität mit all seinen Ausprägungen zu untersuchen. Diese Bestimmung ist eine grundlegende Voraussetzung, um in diesem Kapitel den Bereich der Selbstinszenierung zu betrachten, da nur die ausreichende Kenntnis über ein existierendes Selbst dessen Darstellung zu begreifen vermag.

4.1. Historischer Hintergrund: Öffentlichkeit vs. Privatheit

Um die Prozesse von öffentlicher Selbstdarstellung zu verstehen, ist vorher zu untersuchen, wie es dazu kommen konnte bzw. welche Bedingungen und Entwicklungen mit der Entstehung von Öffentlichkeit einhergingen. Große Arbeit in diesem Bereich hat der Philosoph und Soziologe Jürgen Habermas mit seinem Werk „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1990) geleistet, das als eine Grundlegung der Grenzziehung des Privaten zum öffentlichen Bereich angesehen werden kann. Diese Abgrenzung kann im Allgemeinen als Folge von wirtschaftlichen Umbrüchen in der bürgerlichen Gesellschaft begriffen werden. Für eine ausführliche wissenschaftliche Betrachtung der historischen Veränderungen wird hier auf das Werk von Jürgen Habermas verwiesen, der sich eingehend mit diesem Thema beschäftigt hat. Im Folgenden wird auf diejenigen Aspekte eingegangen, die unmittelbar zu einer Entgrenzung von Öffentlichkeit und Privatheit führten und dessen vorhergehende Entwicklungen in der Vergangenheit weitgehend ausgeblendet.

In diesem Zusammenhang spricht Habermas von einer wechselseitigen Durchdringung von Staat und Gesellschaft, aus deren Resultat sich die Kleinfamilie von Vorgängen gesellschaftlicher Imitation befreit hat und daraus resultierend die Intimsphäre, als ehemaliges Zentrum der privaten Sphäre angesehen, an die Oberfläche rückt (vgl. Habermas 1990: 238).

Charakteristisch für das gestörte Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatsphäre in der Gegenwart ist laut Habermas die städtische Wohn- und Lebensweise, in der vor allem durch die Nachbarschaft das Privatleben der Menschen öffentlich gemacht und die Öffentlichkeit dagegen von Formen der Intimität durchdrungen wird (vgl. ebd.: 245ff.).

Hierbei findet sich jedoch eine Wechselbeziehung zwischen den beiden Polen von Öffentlichkeit und Privatheit: „Ohne schützende und stützende Privatsphäre gerät das Individuum in den Sog der Öffentlichkeit, die selbst jedoch gerade durch diesen Vorgang denaturiert wird. Entfällt das für die Öffentlichkeit konstitutive Moment der Distanz, gehen ihre Mitglieder auf Tuchfühlung, so verwandelt sich Öffentlichkeit in Masse (...)“ (ebd.: 246).

Auch Hannelore Bublitz verzeichnet eine Veränderung der „Codierung des Privaten und Öffentlichen“ (Bublitz 2010: 29). Sie bezieht sich in ihrer Auslegung auf Habermas und bezeichnet die zunehmende Infiltrierung der Marktgesetze in das Privatleben der Menschen und den damit einhergehenden Anstieg von Warenkonsum als Ursprung der Demarkierung der Privatheit zur Öffentlichkeit, als auch der Verfallserscheinungen, die zur „Pseudoöffentlichkeit“ und „Scheinprivatheit“ führten (vgl. ebd.: 29f.). Bublitz sieht die „öffentliche Kultur im Verfall begriffen“ (ebd.: 30), was sich nicht nur in der Trennung von Privatheit und Öffentlichkeit äußert, „sondern auch im geradezu obsessiven Interesse an der eigenen Person, der fortwährenden Suche nach dem eigenen Selbst und dessen narzisstischer Verortung im anderen zeigt“ (ebd.).

Typische Merkmale für das gestörte Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatsphäre verzeichnet indes Habermas in der Figur des Großstadtmenschen, „weil es ihm nicht mehr gelingt, das immer komplizierter werdende Leben der Gesamtstadt in der Weise zu überblicken, daß [sic] es für ihn öffentlich ist“ (Habermas 1990: 247). So wird das Individuum im Lauf der Zeit immer mehr einer Massenkultur ausgesetzt, „der entprivatisierte Intimbereich wird publizistisch ausgehöhlt, eine entliterarisierte Pseudoöffentlichkeit zur Vertrautheitszone einer Art Überfamilie zusammengezogen“ (ebd.: 250).

In diesem Zusammenhang vermerkt Bublitz ebenfalls, dass sich Öffentlichkeit immer mehr massenhaft vollziehen würde. Diese Tatsache lässt sich in einem Subjekt beobachten, das sich in permanenter Bewegung befindet und „das sich, ähnlich wie der Flaneur in den Großstädten des 19. Jahrhunderts, selbst immer wieder der Bewegung der Masse überlässt, ohne in ihr zu verschwinden, aber auch ohne in der exzentrischen Differenz zu anderen den Boden marktförmiger Anschlussfähigkeit zu verlieren“ (Bublitz 2010: 32).

Hitzler titulierte in Relation dazu sogar „die face-to-face-Situation als die ursprüngliche Öffentlichkeit“ (Hitzler 1998: 98), denn Öffentlichkeit scheint sich immer mehr medial zu vollziehen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass durch die neu entstandene Massenkultur, in der wirtschaftliche Umbrüche und mediale Kommunikationstechniken entscheidend Einfluss nahmen, das Subjekt immer mehr zum Massenmenschen avanciert: „Selbstdemonstration und –formung erfolgen nicht diskret abgeschirmt von anderen in introspektiver Selbsterkenntnis, sondern sie manifestieren sich öffentlich im Blick der anderen und sind – im Rahmen einer medialen Öffentlichkeit – auf Sichtbarkeit und Präsenz, visuelle und sprachliche Selbstdarstellung und Selbstvergewisserung angelegt“ (Bublitz 2010: 14).

Bublitz betont in diesem Zusammenhang aber auch, dass die gegenwärtigen Formen der Öffentlichkeit und Privatheit nur in einem bereits vergangenen Kontext begriffen werden können, denn „eine Neubestimmung des Privaten und Öffentlichen in der Medien- und Sicherheitsgesellschaft steht letztlich aus (...)“ (ebd.: 18). Das Verhältnis zwischen diesen beiden Termini hat sich also im Laufe der Geschichte grundlegend verändert und spricht man gegenwärtig von einer neuen Öffentlichkeit im medialen Raum, so muss diese aufgrund einer fehlenden einheitlichen Definition immer aus ihrem historischen Kontext heraus begriffen werden.

4.2. Definition Selbstdarstellung

Mit dem Begriff der Selbstdarstellung scheinen auf dem ersten Blick eher negative Aspekte verbunden zu sein und es hat den Anschein, als ob in der heutigen Gesellschaft der Terminus der Selbstdarstellung gleichbedeutend ist mit der Verstellung, welcher wiederum oft abwertende Begrifflichkeiten wie Unaufrichtigkeit, Täuschung, Maskerade, Heuchelei oder Schauspielerei anhaften.

Allgemein betrachtet kann unter dem Begriff der Selbstdarstellung ein Subjekt begriffen werden, das sich darstellt, für sich oder für andere: „Der Ausdruck Selbstdarstellung kann wörtlich genommen werden, denn der ‚Gegenstand‘, der dargestellt und präsentiert wird, ist das eigene Selbst“ (Schachinger 2005: 61). Unter diesem Gesichtspunkt ist das Subjekt keines, das sich bewusst verstellt, sondern das sich lediglich selbst (öffentlich) präsentiert: „In der Präsentation und Sichtbarmachung des eigenen Selbst

(für andere), in der Selbstoffenbarung und Selbstdarstellung wird es erst, was es ist: ein Subjekt, das um sich selbst weiß, also ein Selbstbewusstsein hat“ (Bublitz 2010: 27).

Viele Wissenschaftler (Hitzler, Goffman et al.) gehen davon aus, dass Selbstdarstellung von den Subjekten, die sie betreiben, nicht bewusst wahrgenommen wird und dass „viele Menschen aufrichtig glauben, ihre Auslegung der Situation sei identisch mit der Realität“ (Goffman 2010: 66). Goffman sieht diesen Sachverhalt in der Tatsache begründet, dass „der normale gesellschaftliche Verkehr ebenso aufgebaut ist wie die Szene eines Theaterstückes, bestehend aus dem Aneinanderreihen dramatisch überhöhter Handlungen, Reaktionen und abschließender Erwidern“ (ebd.: 67). Etwas differenzierter sieht Schachinger diese Sachlage und entfernt sich deshalb von der Annahme Goffmans, denn sie geht davon aus, „dass der Selbstdarsteller (...) in der Regel bestimmte (eigennützige) Ziele und Absichten verfolgt, die er (...) mit dem ‚selbstdarstellerischen‘ Verhalten erreichen will“ (Schachinger 2005: 61).

4.2.1. Variablen der Selbstdarstellung

Nicole Döring leitet anhand der Selbstdarstellungsforschung sieben Variablen ab, die maßgeblich die Selbstdarstellung eines einzelnen Menschen beeinflussen (vgl. Döring 2003: 335f.):

- ÖFFENTLICHKEIT: Ein Individuum muss sich der Selbstdarstellung nur dann bedienen, wenn es für seine Darbietung auch Publikum gibt, d.h. selbstdarstellendes Verhalten bedarf einer Öffentlichkeit, die davon Notiz nimmt.
- ADRESSAT/ ART DES PUBLIKUMS: Das Individuum muss sich in seiner Selbstdarstellung immer seinem Publikum anpassen. Es muss die Erwartungen der Zuschauer kennen und sich danach richten.

- ART DES KONTAKTS/ DER BEZIEHUNG: Die im zweiten Punkt angeführten Erwartungen der Zuschauer sind demnach desto besser zu erkennen, je besser man über sein Publikum Bescheid weiß. Besteht der Kontakt zwischen Darsteller und Publikum schon länger bzw. herrscht eine intensive Beziehung vor, wird das Individuum seine Darstellung besser auf das Publikum abstimmen können.
- INTENTION: Das Individuum verfolgt immer ein bestimmtes Ziel, von dem ausgehend es seine Selbstdarstellung betreiben wird. „Grob lassen sich defensive Zielsetzung (negativen Eindruck verhindern) und assertive Zielsetzung (positiven Eindruck erzeugen) unterscheiden (...)“ (Döring 2003: 336).
- INHALTSBEREICH: Die bereits angeführte Intention eines jeden Individuums kann auf verschiedene Inhaltsbereiche rekurrieren und diese wiederum können Rückschlüsse auf die Darstellung geben.
- SELBSTAUFMERKSAMKEIT: Die Selbstdarstellung eines jeden Individuums hängt von der Stärke des Bewusstseins und von seinem Erkennen ab, wie sehr es der Beurteilung von anderen ausgesetzt ist.
- SELBSTWIRKSAMKEIT DER SELBSTDARSTELLUNG: Das Individuum wird erst dann die von ihm gewünschte Selbstdarstellung betreiben können, wenn es sich dazu befähigt sieht. Die Person muss also „davon überzeugt sein, einen gewünschten Eindruck erfolgreich erzeugen zu können“ (ebd.).

4.3. Definition Selbstinszenierung

Eng verbunden mit dem Begriff der Selbstdarstellung ist, wie bereits erwähnt, der Terminus der Inszenierung. Während sich bereits im 17. Jahrhundert verschiedene Begriffe, die mit dem Theaterbegriff einhergingen, wie z.B. Rolle, Schauspiel, Maske, Bühne, etc. herausbildeten, wurde der Begriff der Inszenierung erst im frühen 19. Jahrhundert in den deutschen Sprachgebrauch eingegliedert (vgl. Fischer-Lichte 1998: 82).

Inszenierung wird auch als „la mise en scene“ = „die Setzung in Szene“ verstanden. Hier zeigt sich der eigentliche Ursprung des Begriffs, der aus dem Französischen stammt:

„Bereits 1660 hat sich dort die Redewendung ´mettre quelqu’un, quelque chose sur la scène` eingebürgert – allerdings mit einer durchaus anderen Semantik: Sie bedeutete sowohl, jemanden oder etwas zum Gegenstand des Theaters machen, als auch jemandem oder etwas einen Platz in einem literarischen oder anderen künstlerischen Werk – zum Beispiel in einem Gemälde – anweisen.“ (Fischer-Lichte 1998: 82)

Diese Redewendung wurde daraufhin im 18. Jahrhundert durch die Bezeichnung ´mettre en scène` ersetzt und schließlich, ausgehend von grundlegenden Veränderungen im Theaterbereich, durch die der Regisseur als Künstler und wesentlicher Begründer einer Aufführung angesehen wurde, und einhergehend mit avantgardistischen Bewegungen, die das Theater als eigenständig und von der Literatur unabhängig deklarierten, wurde eine Aufführung als autonomes Kunstwerk angesehen und das In-Szene-setzen als schöpferische Tätigkeit bezeichnet (vgl. ebd.: 82ff.).

Inszenierung kann als ein Teil von Theatralität begriffen werden und meint den Aspekt, „der auf die schöpferische Hervorbringung zielt“ (ebd.: 86). Im Mittelpunkt steht dabei der Mensch, der sich selbst oder jemand anderen gegenüber stellt und gleichzeitig ein Bild von sich als einem anderen entwirft. Dabei wird dieses Bild von dem jeweiligen Menschen auch nicht mit den eigenen, sondern mit den Augen eines anderen wahrgenommen. Der sich selbst inszenierende Mensch sieht also das erschaffene Bildnis seines Selbst oder dessen Erscheinung reflektiert in den Augen eines anderen Menschen (vgl. ebd.: 87f.).

Sich selbst in Szene zu setzen, sich zu inszenieren bedeutet für ein Individuum also einen zutiefst kreativen Akt und die Fähigkeit zur Metamorphose. Es befindet sich in ständiger Beziehung mit sich selbst und seiner Umwelt und diese Reflexivität scheint bezeichnend zu sein für die Gegenwart, die laut Fischer-Lichte eine „Kultur der Inszenierung“ ist und in der „einzelne und gesellschaftliche Gruppen in der ´Kunst` [wetteifern], sich selbst und ihre Lebenswelt wirkungsvoll in Szene zu setzen“ (ebd.: 88).

Auch Hubert Knoblauch vertritt die These, dass Inszenierung im Wesentlichen aus sozialem Handeln besteht. Inszenierung kann in diesem Zusammenhang nicht als einfaches Verhalten eines Menschen bezeichnet werden, da sie immer an anderen orientiert ist und für Außenstehende einen Sinn ergeben muss. Soziales Handeln besitzt dadurch einen theatralen Charakter, der für Knoblauch mit dem Wort der Inszenierung begriffen werden kann (vgl. Knoblauch 1998: 305). Knoblauch verweist auf unterschiedliche Diskurse in der Soziologie, in denen das alltägliche operieren in Gesellschaft schon länger als theatralisch angesehen wurde: „Mit jeder sozialen Handlung betreten wir sozusagen die Bühne einer Öffentlichkeit, in der andere nicht nur Zuschauer, sondern Mitspieler sind“ (ebd.).

4.4. Abgrenzung zwischen Selbstdarstellung und Selbstinszenierung

Anhand der vorangegangenen Definitionen zeigen sich die unterschiedlichen Auffassungen von Selbstdarstellung, die vielfach mit dem Begriff von Selbstinszenierung gleichgestellt werden. So scheinen für Ronald Hitzler diese Termini nahezu gleichbedeutend zu sein. Für ihn ist „Inszenierung keine *besondere Sache*, Alltagsdramaturgie keine *außergewöhnliche* Art von Verhalten, `Schauspielen` keine *spezifische* Form menschlichen Zusammenlebens“ (Hitzler 1998: 94) sondern ein menschlicher Sachverhalt, der gegenwärtig Fakt geworden und in seiner Betrachtung eigentlich recht banal ist, denn „wir alle zielen vermittels unserer Selbst-Darstellungen darauf ab, von den anderen in einem bestimmten Licht zu erscheinen“ (ebd.). Auch Döring scheint zwischen der Selbstdarstellung einer Person und ihrer Inszenierung keinen nennenswerten Unterschied zu machen: „Man spricht von *Selbstdarstellungsverhalten* (impression management, self-presentation), um zum Ausdruck zu bringen, dass wir unser soziales Verhalten in der Regel so gestalten, dass wir bei denjenigen Personen, die gerade anwesend sind oder denen unser aktuelles Verhalten bekannt werden könnte, einen günstigen Eindruck zu hinterlassen“ (Döring 2003: 334).

So mündet auch für Münch eine Selbstdarstellung zwangsweise in einer Selbstinszenierung, da mit der Darstellung einer Person für andere unweigerlich auch eine gewisse Täuschung bzw. der Wunsch vorhanden ist, in gewünschtem Licht da zu stehen. (vgl. Münch 1995: 92). Er kommt zu der Schlussfolgerung: „Wenn das richtig ist – und ich denke, es ist richtig -, dann kann es keine vollkommen wahre und ehrliche Darstellung geben“ (ebd.: 92f.).

Die Grenzen zwischen Selbstdarstellung und -inszenierung scheinen hier zu verschwimmen und häufig werden sie in der Alltagssprache analog zueinander verwendet. Bei genauerer Betrachtung wird jedoch deutlich, dass es sich hier um zwei unterschiedliche Terminologien handelt. Selbstdarstellung wurde dem Menschen praktisch in die Wiege gelegt und diese Darstellung des Selbst erfolgt nahezu automatisch und routinemäßig im Alltag, denn seit jeher sieht sich das einzelne Individuum in der Darstellung zu anderen begriffen (vgl. Soeffner 1998: 227). Eine Selbstdarstellung stellt somit keine Herausforderung mehr dar, da sie sich in jeder menschlichen Begegnung automatisch vollzieht.

Dagegen kann Inszenierung als ein nicht automatisch ablaufender Vorgang betrachtet werden, sondern als zutiefst konstruiert und einstudiert. Der sich selbst inszenierende Mensch hat seine Darstellung bewusst ausgewählt und diese oftmals künstlerisch ausgestattet.

Da es sich bei dieser Sachlage jedoch vielfach um unterschiedliche Auslegungen handelt und sich die jeweiligen Interpretationen in ihren Ansätzen nicht gravierend voneinander unterscheiden, ist in vorliegender Arbeit von einer strikten Trennung zwischen Selbstdarstellung und Selbstinszenierung abzusehen. Um im folgenden Kapitel „Das Subjekt als öffentliche Inszenierung“ zu untersuchen, werden die beiden Begriffe als miteinander kongruent dargestellt, um eine Veranschaulichung zu erleichtern.

4.5. Theatralität

Mit dem Begriff der Theatralität werden unweigerlich die Termini der Schauspielerei und der Maskerade verbunden, auf jeden Fall wirft man ihr vor, nicht „echt“ zu sein. Und so scheint es, als ob in ihrem Wortursprung tatsächlich ein Zusammenhang zwischen diesem Vorwurf und der ehemaligen Begriffsbezeichnung liegen würde. Erika Fischer-Lichte bezieht sich hier auf den Beginn des 18. Jahrhunderts, in dem sich die frühesten Nachweise der Termini „theatrical“ (theatral) und „theatricality“ (Theatralität) finden lassen. Fischer-Lichte beruft sich hier auf den Earl of Shaftesbury, der im Jahr 1711 geschrieben hat: „The good painter must [...] take care that his action be not theatrical, or at second hand, but original and drawn from nature herself“ (Oxford English Dictionary, zit. nach Fischer-Lichte 1998: 85). Und obwohl sich die Verwendung der Begriffe auf die Malerei bezieht, findet sich hier im frühen 18. Jahrhundert bereits eine Gegenüberstellung zwischen den Termini „theatral“ und „natürlich“ und diese Applikati-

on „postuliert so die Gültigkeit der Opposition ‘Theatralität – Authentizität’“ (Fischer-Lichte 1998: 85).

Aus dem Begriff der Theatralität lassen sich laut Erika Fischer-Lichte vier Aspekte ableiten:

- „1. den der *Performance*, die als Vorgang einer Darstellung durch Körper und Stimme vor körperlich anwesenden Zuschauern gefaßt (sic) wird und das ambivalente Zusammenspiel aller beteiligten Faktoren beinhaltet;
2. den der *Inszenierung*, der als spezifischer Modus der Zeichenverwendung in der Produktion zu beschreiben ist;
3. den der *Korporalität*, der sich aus dem Faktor der Darstellung bzw. des Materials ergibt, und
4. den der *Wahrnehmung*, der sich auf den Zuschauer, seine Beobachterfunktion und –perspektive bezieht.“ (ebd.: 86)

Die gegenwärtige Gesellschaft scheint durch und durch von Theatralität durchdrungen und Realität lediglich ein „Image in verschiedenen Varianten“ (Willems 1998: 40) zu sein. Dies manifestiert sich laut Willems durch zwei entscheidende Faktoren der Eindruckssteuerung: Durch den Eindruck von Normalität scheinen verschiedene Organisationen und Systeme danach zu streben, ein normales Bild nach außen hin abzugeben, nicht sonderlich aufzufallen, keine Stigmatisierung zu betreiben und sich anzupassen. Die Distinktion hingegen bewirkt das genaue Gegenteil davon, man ist bemüht, sich von anderen zu unterscheiden und sich abzuheben (vgl. ebd.: 40f.).

Willems behauptet zwar, dass es „kein Menschsein ohne Kultur und keine Kultur ohne Theatralität gibt“ (Willems 1998: 52f.), auf der anderen Seite sieht er in der normativen modernen Kultur aber

„keine Kultur der Theatralität oder Inszenierung, sondern eher das Gegenteil davon: eine Kultur der Toleranz, der Ignoranz, der Sachlichkeit, der ‚Natürlichkeit‘. In wichtigen Handlungsbereichen (...) gelten regelrechte Inszenierungsverbote. ‚Authentizität‘ ist ein gesellschaftsweit anerkannter Zentralwert. (...) Die Moderne, so könnte man sagen, ist auch eine Epoche theatraler Anomie. Dies allerdings bedeutet nicht nur Freiheit *von* Theatralität, sondern auch Freiheit und Zwang *zu* Theatralität.“ (ebd.: 53)

Die moderne Gesellschaft kann also als solche angesehen werden, die Theatralität hervorbringt bzw. theatrales Handeln erzeugt indem sie durch ihre hohe Komplexität den Menschen immer mehr Handlungsspielräume und unterschiedliche Formen von Rollenhandeln offeriert (vgl. ebd.: 55). So besitzt der Mensch nicht nur die Freiheit sich selbst zu inszenieren, er wird in vielerlei Hinsicht auch dazu gezwungen, in der gegenwärtigen Gesellschaft verschiedene Rollen anzunehmen und sich ihnen entsprechend auch zu verhalten. Es scheint damit für jeden Menschen zur Norm geworden zu sein, „sozusagen als Voraussetzung seiner Gesellschaftsfähigkeit, ein generelles Theatralitätswissen, eine Grundkenntnis theatraler Sinnkomplexitäten und ein entsprechendes Verarbeitungs- und Handlungsvermögen“ (ebd.: 82) zu besitzen.

In einem anderen Text, den Willems gemeinsam mit Alois Hahn herausgebracht hat, verweist er auf den grundlegenden Unterschied zwischen der Theatralität des Theaters und der Theatralität des Lebens, der darin bestehe, dass im Theater eine gelungene Inszenierung auffalle und mit Beifall beklatscht werde, im realen Leben wiederum die Inszenierung so gelingen müsse, dass sie bestenfalls nicht auffalle und von anderen nicht bemerkt werde (vgl. Hahn/Willems 1998: 195). Anhand der Ausführungen von Bublitz kann die Theatralität des alltäglichen Lebens als „inszenierte soziale Wirklichkeit“ (Bublitz 2010: 115) begriffen werden, die sich dadurch kennzeichnet, „dass [sie] auf einer Vielzahl von Inszenierungstechniken auf[baut], deren Ziel die gelungene Inszenierung von Authentizität ist“ (ebd.: 116).

4.5.1. Theatermetaphorik

Geschichtlich betrachtet haben sich unterschiedliche Wissenschaften immer schon der Theatermetaphorik angenommen, um ihre Ansichten vereinfacht darzulegen. So sprechen sich auch gegenwärtig zahlreiche Theoretiker, vor allem in Bezug auf die zeitgenössische Internetforschung, für eine Metaphorik aus, da sie für den Betrachter eine orientierende Funktion bietet: „Erst die Metaphern geben dem Medium eine anschauliche, allgemeinverständliche Form. Anders gesagt: In der Metaphorik findet die unwahrscheinliche Kommunikation über das Internet eine einheitsstiftende Funktion“ (Blickenbach/Maye 1997: 82).

Kirchhoff-Hund spricht demnach von einer Theatermetaphorik, die vor allem von der Rollenanalyse bedient wird um die eigenen Auslegungen besser veranschaulichen zu können (vgl. Kirchhoff-Hund 1978: 172). Die von ihr erwähnte Metaphorik bezieht sich jedoch stark auf damalige Kapitalverhältnisse, mit der damit einhergehenden Entfremdung einer Person: „Zum einen wird der passive und reaktive Aspekt menschlichen Handelns durch den Vergleich mit schauspielerischer Tätigkeit hervorgekehrt (...)“, und zum anderen aber „beinhaltet die Metapher des theatrum mundi wesentlich die Setzung der vergesellschaftlichen Menschen als bloße Zuschauer einer ihnen fremden Wirklichkeit“ (ebd.: 173).

In der damaligen Theatermetaphorik wurde das einzelne Individuum also als Darsteller begriffen, der nur vorgefertigte Rollen spielen und einnehmen konnte. So war es auf „vorentworfene Aktionsmuster verpflichtet, die es nicht zu modifizieren, respektive zu entwickeln, sondern nachzuvollziehen gilt“ (ebd.: 175). Aus dieser Perspektive hat sich das rollenspielende Individuum grundlegend gewandelt, von einem entfremdeten und durch den Kapitalismus unterworfenen Individuum, bis zum gegenwärtigen selbstbestimmten Individuum, das sich seine Rollen aussuchen kann.

So ist im gegenwärtig verstandenen theatralen Modell das Individuum zwar dazu verpflichtet, ungekünstelt, authentisch und informell aufzutreten, im Gegenzug dazu aber auch stets eine Maske zu tragen (vgl. Bublitz 2010: 29). Hinzu kommt hier die Körperlichkeit einer Person zu tragen, die sich immer auf die äußerliche Erscheinung bezieht und sich vollzieht „in einem Raum, in dem die einzelnen nicht nur sind, sondern auch ‘scheinen`, sich als Stellvertreter ihrer selbst darstellen“ (ebd.: 38).

4.5.1.1. Rollentheoretischer Ansatz

Der Soziologe Erving Goffman vergleicht in seinem Werk „Wir alle spielen Theater“ die Welt mit einem großen Theater, in der die Menschen wie Darsteller auf einer Bühne agieren. Für ihn ist die öffentliche Selbstdarstellung im Alltag uniform zu der Darstellung auf einem Podium zu sehen. Das in Rollen handelnde Subjekt wird von Hitzler als „Goffmensch“ (Hitzler 1998: 96ff.) begriffen und hier, und anhand zahlreicher weiterer Bezüge, zeigt sich, welchen Stellenwert das Werk von Goffman in der heutigen Forschung besitzt.

Dabei ist für Goffman der Begriff der Rolle, auch „part“ genannt, von entscheidender Bedeutung, er begriff sie als „das vorherbestimmte Handlungsmuster, das sich während einer Darstellung entfaltet und auch bei anderen Gelegenheiten vorgeführt oder durchgespielt werden kann“ (Goffman 2010: 18).

So ist es für Goffman durchaus kein Zufall, dass das Wort Person seinem Ursprung nach eine Maske bezeichnet, da jede Person zu jeder Zeit und überall eine Rolle spielt - mehr oder weniger unbewusst wird so die Maske, sofern diese die Rolle, die eine Person zu spielen trachtet, adäquat darstellt, zu dem „wahreren Selbst“, zu dem gewünschten Selbst einer Person (vgl. ebd.: 21). Vereinfacht gesagt heißt das, dass jeder Mensch dazu imstande ist, sich eine bestimmte Rolle, die er erfüllen will, auszusuchen und diese sich wie eine Maske überstülpen kann. Sobald er diese Maske trägt, wird dadurch sein Ideal-Ich repräsentiert.

Auch Hitzler sieht in der Konstruktion des Selbst automatisch die Bedingung an Rollenübernahme geknüpft und damit auch die Teilnahme an der gemeinsam hervorgebrachten Zeichen- und Symbolwelt einer Gesellschaft (vgl. Hitzler 1998: 95). In seinen Abhandlungen zum Rollenhandeln eines Individuums bezieht sich Hitzler auf Goffman. Das Selbst kann demnach frei wählen zwischen einer kompletten Identifikation mit einer Rolle und einer völligen Distanz von ihr – der weite Bereich zwischen diesen Polen wird als faktisches Rollenhandeln begriffen, durch das ein einzelnes Individuum befähigt wird, seinen persönlichen Stil auszudrücken (vgl. ebd.: 102f.).

Es wird davon ausgegangen, dass das Selbst sich seinem Rollenhandeln nicht wesentlich bewusst ist und sich nur in Momenten der Distanzierung von der eigenen Rolle als

Darsteller begreift. „Im Zuge solcher Distanzierungen erscheinen die anderen als Publikum und Mitspieler, und man selber erscheint als Publikum und Mitspieler von anderen. D.h., der sozial Handelnde definiert (...) Wirklichkeit, indem er vorgibt, so oder so, Dies oder Jenes zu sein, und damit darauf abzielt, von den andern auch so wahrgenommen zu werden“ (Hitzler 1998: 95).

Analog dazu nimmt auch Anke Bahl in ihrem Buch „Zischen On- und Offline. Identität und Selbstdarstellung im Internet“ (1997) auf Goffman Bezug. Bahl distanziert sich hier jedoch von Goffman und dem Rollenbegriff innerhalb der Soziologie der sechziger/siebziger Jahre. Auch von dem Begriff der „Rolle“ nimmt sie Abstand, da er „auf einem zu statischen Gesellschaftsmodell beruht und in jedem Falle den Gegensatz zwischen ´eigentlichem Individuum` und Rollenträger beinhaltet“ (Bahl 1997: 32). Bahl will den Begriff als „rollenhaftes“ Verhalten verstanden werden, „als die abstrakte Fähigkeit, überhaupt Rollen zu spielen“ (ebd.).

Auch Herbert Willems verweist in seinen Aufführungen auf das Werk von Goffman und betont, wie auch bereits seine Vorredner, dabei, dass das wahre Leben nur bedingt dem Theater ähnlich und ein Vergleich daher problematisch sei:

„Die Prämisse, daß [sic] das Theater *nicht* das ´Leben` sondern nur eine Form und eine Perspektive seiner Beobachtung ist, daß [sic] wir alle – bei aller Theatralität – nicht eigentlich ´Theater spielen`, bedeutet aber weniger, das Theatermodell zu relativieren, das doppelten Nutzen aus ihm ziehen zu können. Es kann nämlich zum einen zur Auffindung von Ähnlichkeiten führen und Metaphern zu deren Beschreibung liefern.“ (Willems 1998: 25)

Einhergehend mit der Fähigkeit, in verschiedene Rollen zu schlüpfen und der Annahme, dass dieses Handeln von den Individuen nicht bewusst bzw. mehr oder weniger willkürlich abläuft, existiert auf der anderen Seite auch jenes Rollenhandeln, das wesentlich und vorsätzlich von den Individuen angewendet wird. Die Nuancen sind hierbei sehr unterschiedlich, sie handeln von der Absicht eines Individuums, einen nur minimal von der Realität abweichenden Eindruck der Person zu vermitteln, bis hin zu einer bewussten Täuschung und Vorspiegelung falscher Tatsachen.

Damit verbunden zu sein scheint eine bestimmte Form von Rollenhandeln, in der sich der Wunsch des Individuums, sich bewusst geheimnisvoll darzustellen und in den Au-

gen einer anderen Person als etwas Besonderes, Unergründliches angesehen zu werden, äußert. Das Individuum strebt hier die Darstellung von Exklusivität an, die vielfach durch gespielte Distanziertheit und Unnahbarkeit erreicht werden soll, doch „wie zahllose Volksmärchen und Initiationsriten zeigen, ist das Geheimnis, das hinter dem Mysterium steht, oft die Tatsache, daß [sic] es in Wirklichkeit kein Mysterium gibt; das wirkliche Problem besteht darin, das Publikum daran zu hindern, dies ebenfalls zu bemerken“ (Goffman 2010: 65).

Ob das Rollenverhalten eines Individuums nun bewusst oder unbewusst verläuft, es läuft immer auf die Tatsache hinaus, dass in gewissen Momenten die gewählte Rolle abgelegt bzw. nicht immer aufrechterhalten wird. Goffman verzeichnet dies in denjenigen Momenten, in denen der Darsteller die öffentliche Bühne verlässt und die Hinterbühne betritt oder, umgekehrt, er von der Hinterbühne ausgehend auf ein Publikum trifft, „denn in diesen Augenblicken kann man entdecken, auf welche geradezu phantastische Weise der Rollencharakter an- oder abgelegt wird“ (ebd.: 112).

4.5.2. **Theatralität vs. Wirklichkeit**

Hitzler geht in seinem Aufsatz „Das Problem, sich verständlich zu machen“ (1998), der Frage nach, was es eigentlich heißt, Schauspieler zu sein. Obwohl ein Schauspieler in der Lage sei, Trugbilder zu schaffen, sich anders darstelle als er tatsächlich sei und „unwirkliche“ Wirklichkeiten konstruiere, würden genau diese Fähigkeiten von anderen bewundert werden und damit einhergehend auch die transzendierte Verkörperung des Schauspielers, der bei seinem Publikum die Illusion freisetzt, eine andere Person zu sein (vgl. Hitzler 1998: 94). An diesem Punkt scheinen die beiden Begrifflichkeiten Theatralität und Wirklichkeit miteinander zu korrelieren und eine eindeutige Grenzziehung nicht mehr möglich zu sein, zumal Hitzler eine diesbezügliche Diskrepanz im Menschen verzeichnet, „da er sich nicht ´natürlich` verhalten kann, sich vielmehr ´künstlich` verhalten muß [sic], diese Künstlichkeit wiederum jedoch Teil seiner Natur ist. Der Mensch ruht nicht ´in` sich, sondern treibt heraus aus seinem Zentrum und findet sich als ´Jemand` erst bzw. nur über die Erfahrung der anderen und des anderen wieder“ (ebd.: 95).

Auch Erika Fischer-Lichte verzeichnet in der gegenwärtigen Kultur und der damit einhergehenden Theatralisierung einen neuen Konflikt in der Bestimmung von Wirklichkeit:

„Es geht um die Frage ihres Konstruiertseins oder ihrer empirischen Vorgängigkeit, um die Frage ihrer Ästhetisierung und damit um die Frage nach der Gültigkeit der für unsere Kultur traditionellen und typischen Entgegensetzung der positiv besetzten Begriffe Sein, Wahrheit, Authentizität mit den negativ besetzten Schein, Simulation, Simulakrum. In dieser Debatte fällt dem Inszenierungsbegriff eine Schlüsselfunktion zu. Denn einerseits lässt sich Inszenierung durchaus als Schein, Simulation, Simulakrum begreifen. Es handelt sich bei ihr jedoch um einen Schein, eine Simulation, ein Simulakrum, die allein fällig sind, Sein, Wahrheit, Authentizität zur Erscheinung zu bringen. Nur in und durch Inszenierung vermögen sie uns gegenwärtig zu werden.“
(Fischer-Lichte 1998: 89)

Ronald Hitzler sieht rund um die Debatte von Theatralität und Wirklichkeit das Faktum, das menschliche Kommunikation immer mit einer gewissen Dramaturgie verbunden sei, sogar „mit der Vermittlung des richtigen Eindrucks mehr als mit der Vermittlung von Wahrheit“ (Hitzler 1998: 102).

4.5.3. Die Theatralität des Internet

Howard Rheingold greift in diesem Zusammenhang die Theorie von Erving Goffman auf. Menschen würden im Internet ihre reale Identität, die ihnen in vielfacher Hinsicht als zu normal erscheint, hinter sich lassen, um in ein anderes Selbst zu schlüpfen. Hier kommt die Theorie von Goffman zu tragen, in der eine Person immer auf der Bühne der Öffentlichkeit steht und immer ein bestimmtes Bild von sich selbst präsentiert. Laut Rheingold lassen sich im Internet immer wieder Menschen antreffen, auf die die Theorie von Goffman angewendet werden könne (vgl. Rheingold 1994: 285).

Auch Mike Sandbothe schreibt dem Internet eine hohe Theatralität zu und nennt drei Aspekte, in denen sich Theatralität bzw. theatrale Formen im Web abzeichnen (vgl. Sandbothe 1998: 588 – 589):

1. Der erste Aspekt bezieht sich auf die Prozesse von Theatralität, die sowohl im Theater als auch im Internet ablaufen können. Diese Prozesse sind im engen und wortwörtlichen Sinn mit Theatralität verbunden. Gemeint sind damit im Speziellen Aufführungen, die auf einer mehr oder weniger öffentlichen Bühne stattfinden und sich durch eine dramatische Inszenierung auszeichnen. Nicht immer sind dabei die Handlungsabläufe fiktional, jedoch scheint die Tendenz dazu stark nach oben zu gehen (vgl. Sandbothe 1998: 588).

2. Auch der zweite Aspekt bezieht sich auf theatrale Prozesse, jedoch haben diese nur noch im weiteren Sinne mit Theatralität zu tun und rekurrieren eher auf Formen von Theatralität, die außerhalb des Theaters liegen (vgl. ebd.). Sandbothe meint damit die zahlreichen Formen der Selbstdarstellung, derer sich Individuen, Firmen und Organisationen bedienen um sich im Internet zu inszenieren. Unter diesem Aspekt lässt sich das Internet „als Ort permanenter Public Relations, als Raum einer auf Dauer gestellten Öffentlichkeitsarbeit begreifen“ (ebd.).

3. Der dritte Aspekt verweist auf die theatralen Strukturen, die außerhalb der Theatralität des Theaters situiert sind. Hat der zweite Aspekt von einer alltäglichen „Oberflächentheatralisierung menschlicher Selbstdarstellung“ gehandelt, so bezieht sich dieser Aspekt auf eine „grundlegende Tiefentheatralisierung der symbolischen Formen menschlicher Kommunikation“ (Sandbothe 1998: 589). Exemplarisch dafür steht das Internet mit seiner hohen Komplexität und Hypertextualität, die es den Usern erlaubt, sich in einem vernetzten Raum darzustellen und sich textuell daran zu beteiligen oder sich kognitiv darin zu bewegen. Dabei würden die Grenzen zwischen dem Autor und dem Leser immer mehr verwischen, denn beide „agieren als semiotische Dramaturgen und ästhetische Designer, die das Spiel der Signifikanten auf dem Schauplatz der digitalen Schrift theatral inszenieren und modellieren“ (ebd.: 589).

Verantwortlich für die hohe theatrale Textualität des Internet sind demnach drei „Transformationstendenzen“, die „Verschriftlichung der Sprache, die Verbildlichung der Schrift und die Verschriftlichung des Bildes“ (ebd.: 590). Gerade der Online-Chat scheint für die Verschriftlichung der Sprache charakteristisch zu sein. Durch die räumliche Distanz der Teilnehmer entfällt zwar die eigentliche face-to-face-Kommunikation, doch durch

die Unmittelbarkeit und Fähigkeit zur direkten Rückmeldung wird der Inhalt der ursprünglichen face-to-face-Kommunikation kurzerhand auf den Bildschirm projiziert. Dieser Tatbestand trägt jedoch nicht alleine zur Theatralität von Online-Kommunikation bei: „Entscheidend ist vielmehr, daß [sic] die aus dem Vis-à-vis-Gespräch bekannten Interaktivitätsmomente im Modus der Schrift auf eine medial entfremdete Weise neu inszeniert werden“ (Sandbothe 1998: 590).

In diesem Zusammenhang geht Willems mit seinen Vorrednern konform und führt eine Reihe vergangener Prozesse an, durch die die gegenwärtigen Medien zu Auffangbecken für Theatralität entstanden sind. Das Internet kann so als Hochburg der Theatralität begriffen werden: „In evolutionärer Kontinuität und funktionaler Überbietung des Theaters und anderer kosmologischer Institutionen (etwa religiöser Art) haben sich die Massenmedien fraglos zum gesellschaftlichen Theatralitäts- und Realitätszentrum entwickelt“ (Willems 1998: 64).

4.5.4. Korporalität im virtuellen theatralen Raum

Das Theater zeichnet sich durch Körperlichkeit aus, durch die unmittelbare physische Präsenz des Darstellers, der auf der Bühne in der Lage ist, eine Rolle zu verkörpern und zu personalisieren. Mit der Theatralität des Internet scheinen nach Willems und Pranz vor allem auf textueller Ebene jene Komponenten verloren, die Fischer-Lichte zuvor unter dem Begriff der Korporalität angeführt hat (vgl. Willems/Pranz 2006: 91):

„Theatralität muss im einkanaligen Medium ohne Körper stattfinden und ist somit in ihrer Grunddimension irritiert: *Verhüllen/Offenbaren* ist ein fundamentaler Modus theatralen Handelns, der sich bereits in der Dramaturgie zeigt, die den Sinn eines Stückes durch Erscheinen- und Verschwinden-Lassen von Körpern auf der Bühne interpunktiert.“
(ebd.)

Reichert dagegen versteht den theatralen Ansatz dahingehend, als dass das „Publikum auf eine körperliche Weise an der Simulation virtueller Welten partizipiert“ (Reichert 2008: 16). Virtualität schließt Körperlichkeit demnach nicht aus, theatrales Handeln muss nur uminterpretiert werden in „eine kognitive Leistung, soziale Wirklichkeit zu generieren“ (ebd.).

Obwohl also in Virtual Communities die Komponente der Körperlichkeit wegzufallen scheint, wird Selbstinszenierung um zahlreiche neue Handlungsspielräume bereichert. Bezogen auf das Internet, bedeutet theatrales Handeln demnach, „seinen Körper an eine gespielte Figur zu delegieren und damit ´jemand anderer` zu werden, in einem ´anderen Umfeld`, und deswegen eine ´andere Realität` zu erleben“ (ebd.).

Die ursprüngliche Korporalität des Theaters nimmt also durch das Internet eine neue Form an und wird somit als virtuelle Korporalität verstanden, durch diese es dem einzelnen Individuum ermöglicht wird, unterschiedlich präsent zu werden und verschiedene Rollen zu verkörpern: „Der integrierte Computer also eröffnet uns in großem Maßstab Zugang zu Situationen, in denen wir nicht sind. Wir sind in Wahrnehmung und Kommunikation nicht länger an die Situation unseres leiblichen Aufenthalts gebunden“ (Seel 1998: 259).

Zudem würde ein Wegfallen der körperlichen Komponenten das Hauptaugenmerk zunehmend auf den Gesprächsbeitrag selbst lenken. So können sich die miteinander interagierenden Subjekte auf die Inhalte ihrer Nachrichten konzentrieren, anstatt eventuell von Äußerlichkeiten abgelenkt zu werden (vgl. Döring 2003: 152).

4.6. Zum Verhältnis von Inszenierung und Performance

Eine Aufführung ist das Resultat und das Produkt der Inszenierung und in diesem Zusammenhang kann man auch das sich selbst inszenierende Subjekt begreifen: durch die vorher durchdachte Inszenierung, durch das Setzen in Szene bringt sich das Subjekt selbst zur Aufführung auf der Bühne medialer Öffentlichkeiten.

Dabei fällt der Begriff der Selbstdarstellung, betrachtet man die Ausführungen von Erika Fischer-Lichte, eigentlich unter dem Terminus der Performance, „die als Vorgang einer Darstellung durch Körper und Stimme vor körperlich anwesenden Zuschauern gefaßt [sic] wird und das ambivalente Zusammenspiel aller beteiligten Faktoren beinhaltet“ (Fischer-Lichte 1998: 86). Dieses Zusammenspiel besteht demnach aus den Faktoren der Inszenierung, der Korporalität und der Wahrnehmung (vgl. ebd.). Erweitert werden kann der Terminus an dieser Stelle durch die Ergänzung, dass Performance im Fall von Virtualität nicht alleine durch Körper und Stimme dargestellt werden muss, sondern vielmehr durch dessen Aussparungen. Es ist nicht mehr nötig, für die Darstellung des Selbst im virtuellen Raum körperlich oder akustisch präsent zu sein. Weiters ist auch nicht mehr die Präsenz von körperlich anwesenden Zuschauern von

Nöten. Für Erving Goffman ist Darstellung gleichbedeutend mit dem Begriff der Performance und diese kann „als die Gesamttätigkeit eines bestimmten Teilnehmers an einer bestimmten Situation definiert werden, die dazu dient, die anderen Teilnehmer in irgendeiner Weise zu beeinflussen“ (Goffman 2010: 18).

Hubert Knoblauch wiederum sieht eine Überschneidung der beiden Begriffe „Performance“ und „Inszenierung“, weil dem Terminus der „Performance“ im Englischen kein adäquater und kongruenter Begriff vorliegt und im deutschsprachigen Raum stets der englische Begriff bei der Rezeption von „Performance“ verwendet wird (vgl. Knoblauch 1998: 307).

Knoblauch verortet den Ursprung des Begriffs Performance in der linguistischen Unterscheidung zwischen Kompetenz und Performance von dem Sprachwissenschaftler Noam Chomsky aus dem Jahr 1965, der Kompetenz als die Gesamtheit grammatischen Wissens angesehen und Performance als die verbale Aufführung dieses Wissens bezeichnet hat (vgl. ebd.). So stellt Chomsky in seinem eher kompliziert zu verstehendem Werk „Aspects of the theory of syntax“ gleich zu Beginn fest: „There seems to be little reason to question the traditional view that investigation of performance will proceed only so far as understanding of underlying competence permits“ (Chomsky 1965: 10). Somit scheint es für ihn nur wenig Grund zu geben, die traditionelle Auffassung in Frage zu stellen, wonach die Performance nur dahingehend untersucht werden kann, insofern es das Verständnis und die Einsicht der zugrunde liegenden Kompetenz erlaubt. Demnach sah Chomsky Performance „als eine abweichende und unvollständige Verwirklichung des idealen Regelwerks der Sprache an, die voller Fehler und Verzerrungen sei, weil sie von grammatikalisch irrelevanten Faktoren beeinflusst [sic] wurde“ (Chomsky 1965, zit. nach Knoblauch 1998: 307).

Ein weiterer Aspekt bezieht sich auf die Fähigkeit von Performance, innerliche Attribute menschlicher kommunikativer Handlungen hervorzuheben und damit sprachliche Rahmungen herzustellen. Zusätzlich verweist sie auf die Vielschichtigkeit und die Reichweite von zwischenmenschlicher Verständigung und damit liegt das Interesse der Performance auf dem Feld der Kommunikation (vgl. Knoblauch 1998: 307f.):

„Weil im Vollzug der Performance durch Rahmungsmerkmale auf einen Kontext verwiesen wird, leistet sie das, was als *Inszenierung* bezeichnet wird: Sie bezieht sich auf ein im weiteren Sinne kommunikatives Handeln, sie betont den prozessualen Vollzugscharakter von Interaktionen, sie schließt die Möglichkeit der Rahmung dieser Handlungen ein und schließlich hebt sie die Kontextgebundenheit und Mehrdimensionalität der kommunikativen Handlungen hervor.“ (Knoblauch 1998: 308)

Obwohl hier von Knoblauch ein eindeutiger Zusammenhang in der Begrifflichkeit von Inszenierung und Performance verortet wird, fällt neben diesen Gemeinsamkeiten auch ein Unterschied zwischen den beiden Termini auf:

„Während Inszenierung durchaus die Kunstfertigkeit alltäglicher Kommunikation mit einschließt, bezieht sich der Performance-Ansatz auf ausdrücklich künstlerische kommunikative Handlungen im engeren Sinne. (...) Die Performance-Untersuchungen haben durchgängig die Darbietung ästhetischer Gattungen zum Gegenstand.“ (ebd.)

Und obgleich diese Inszenierungen ästhetischer oder alltäglicher Natur sind, ihnen gemeinsam ist eine Reflexivität, die die Handelnden nicht einfach nur miteinander kommunizieren lässt, sondern die sie ihre eigenen kommunikativen Handlungen selbst zum Gegenstand machen lässt (vgl. ebd.: 309).

Somit können die Begrifflichkeiten der Performance und der Inszenierung nur schwer auseinandergelassen werden, zumal in beiden Fällen keine einheitliche Definition existiert. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird deshalb im folgenden Kapitel der Begriff der Performance außer Acht gelassen und keine wesentliche Benennung finden.

4.7. Conclusio

Das vierte Kapitel dreht sich im Wesentlichen um das Thema der Selbstdarstellung und der Selbstinszenierung des Menschen.

Die dargestellten Begriffe scheinen fix in den alltäglichen Sprachgebrauch integriert und Selbstdarstellung kein sporadisches und vereinzelt auftretendes Verhalten zu sein, sondern ein dem Menschen konstant innewohnendes Naturell. So wird das Vorurteil endkräftigt, das dem sich selbstdarstellenden Menschen negative Eigenschaften bescheinigt und verdeutlicht, dass Selbstdarstellung automatisch von statten geht und von jedem Menschen zu jedem beliebigen Zeitpunkt und an jedem Ort betrieben wird. Die Fähigkeit zur Selbstdarstellung ist somit ein stetig vorkommendes Attribut eines jeden Menschen, ob wissentlich oder nicht wissentlich. Im Fall des Internet kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die Selbstdarstellung bewusst und reflektiert von statten geht und das Individuum seine Darstellung im virtuellen Raum willkürlich ausgestaltet.

5. DAS SUBJEKT ALS ÖFFENTLICHE INSZENIERUNG

In den vorhergehenden Kapiteln wurden ausführlich die Funktionen des Web 2.0 und damit einhergehend die darin existierenden virtuellen Gemeinschaften, Virtual Communities, behandelt. Auch wurde die Identität des Menschen mit all seinen Ausprägungen näher untersucht und anschließend auf die Termini der Selbstdarstellung und Selbstinszenierung eingegangen. Diese einzelnen Elemente werden nun in dem folgenden Kapitel miteinander vereint und als kohärent angesehen, denn nur durch ein Zusammenspiel dieser Komponenten kann das Subjekt als öffentliche Inszenierung dargestellt werden.

5.1. Techniken der Selbstinszenierung

Das Internet scheint seinen Usern eine schier unbegrenzt anmutende Anzahl an Möglichkeiten zu offerieren, um sich in der virtuellen Öffentlichkeit zur Schau zu stellen. In Virtual Communities (vor allem in den Social Networks und den Weblogs) wird es durch zahlreiche Techniken den Benutzern ermöglicht, ihren öffentlichen Internet-Auftritt zu personalisieren und sich so immer wieder selbst beliebig darzustellen. Hinzu kommt, dass sich die User meistens nicht nur einer bestimmten Vorgehensweise bedienen, sondern verschiedene Techniken zeitgleich miteinander anwenden. Die Übergänge zwischen den einzelnen Methoden scheinen manchmal miteinander zu verschwimmen und in ihren Ausprägungen recht ähnlich zu sein. Das liegt daran, dass sich das Web 2.0 einem bestimmten Muster bedient und sich das herausragende Merkmal der Interaktivität durch den gesamten virtuellen Raum fortzusetzen scheint.

5.1.1. Rankingtools und Feedbacksysteme

Im Bereich der Rankings und des Feedback kann sich das Individuum nicht nur sich selbst und seiner sozialen Existenz vergewissern, es kann sich auch in zunehmendem Maße mit anderen vergleichen und dadurch seinen Marktwert bzw. seine Beliebtheit überprüfen. Durch das Feedback anderer User gewinnt es den Eindruck, sein eigener Status sei es wert, von anderen Individuen bewertet, kommentiert, etc. zu werden: „Es ist also der mediale Rahmen der permanenten Möglichkeit des Feedback, der zur Be-

obachtungsparadoxie sich permanent vervielfältigender Selbstbezüge führt“ (Reichert 2008: 16).

Pauschal lässt sich feststellen, dass ein negatives Feedback besser als kein Feedback zu sein scheint, da mit der Reaktion durch andere immer auch Wahrnehmung verbunden ist und diese in der heutigen Gesellschaft mit ihrem Hang zur Massenkultur zu einem beliebten Gut avanciert zu sein scheint. So wird durch „Feedback-Schleifen und über Rankingverfahren soziale In- oder Exklusion“ (Bublitz 2010: 174) hergestellt.

Das sich selbst inszenierende Subjekt ist also auf das Feedback der anderen angewiesen, es entsteht eine wechselseitige Beziehung: „Statistische Kontrollen und kontinuierliche Feedbacks fungieren dabei als dynamische Faktoren, die durch Rückkopplungsschleifen flexible Prozess- und Selbststeuerung ermöglichen und die Schnittstelle zwischen Sozial- und Selbsttechnologien bilden“ (ebd.: 98).

Auch Schachinger verzeichnet in dem System des Feedback Funktionen, um sein Selbstwertgefühl zu erhöhen:

„Indem wir eigene Merkmale und Fähigkeiten mit den Merkmalen und Fähigkeiten von anderen Personen oder relevanten Bezugsgruppen vergleichen, erfahren wir etwas darüber, wo wir in Relation zu anderen stehen. Vergleichsprozesse stehen in besonders engem Zusammenhang mit Selbstwert, da je nach dem, ob man sich mit besser oder schlechter gestellten Personen vergleicht, das Ergebnis für den Selbstwert sehr unterschiedlich ausfällt.“ (Schachinger 2005: 105)

Eine besondere Form des Feedback stellt demnach das Gästebuch eines Users dar: „Netzwerkseiten sind Versuchsanordnungen einer lebenslangen Lernsituation. Das Gästebuch der sozialen Netzwerkseiten fungiert als Feedback-Kontrolle und sorgt dafür, dass die Selbst-Evaluation unabgeschlossen bleiben soll“ (Reichert 2008: 103). Doch nicht nur durch das Gästebuch erfahren Mitglieder von Virtual Communities Feedback. Es sind vor allem die Eintragungen auf ihr direktes Profil, anhand derer sie sich der Aufmerksamkeit der anderen bewusst sein können. Im Falle der Social Networking Site Facebook gibt es auch die Möglichkeit, einzelne Beiträge, persönliche Fotos, etc. besonders hervorzuheben, indem man den sogenannten „gefällt-mir-Button“ anklickt und damit zu verstehen gibt, dass man diesen Beitrag gut findet. Gerade diese

Form des Feedback wird immer beliebter und in der Zwischenzeit hat sich dieser „like-„ oder „gefällt mir-Button“ bereits weit über Facebook hinaus etabliert und zahlreiche Firmen, Organisationen oder sonstige Webseiten nutzen ihn, um einen direkten Link mit ihrer Homepage herzustellen, sich zu vernetzen und damit größere Bekanntheit und Beliebtheit herzustellen. So findet dieser „like“-Button auch immer öfter offline seine Verwendung, z.B. auf Schildern oder auch im sprachlichen Gebrauch.

Das Anklicken dieses Buttons wird bei Facebook zu einer beliebten Währung und je mehr einzelne Beiträge mit „gefällt mir“ kommentiert werden, desto beliebter scheint das Subjekt zu sein.

Weitere Formen des unmittelbaren Feedback finden sich auch in anderen Virtual Communities, in denen ein Individuum z.B. sehen kann, wer sich sein Profil angesehen hat, egal ob es sich dabei um Personen aus der persönlichen Freundesliste oder um andere Mitglieder handelt. Weiters besteht auch die Möglichkeit, herausfinden, wie viele Leute sich insgesamt sein Profil angesehen haben und diese Anzahl mit der Zahl auf den Profiseiten von anderen zu vergleichen, um wiederum Feedback darüber zu bekommen, welches Ranking sein eigenes Profil im allgemeinen Kampf um Aufmerksamkeit erreicht.

Besonders kurios scheint hierbei auch eine Alternative zu sein, für den Fall, dass man nicht genügend Feedback durch andere erreicht. Im Falle dessen besteht im Internet hier die Möglichkeit, sich Online-Freunde zu kaufen, die regelmäßig auf die eigene Profiseite schreiben und diese somit mit ihren Einträgen aktuell und „am Leben“ halten. Das Subjekt erfährt hier somit ständig Feedback und seine Beliebtheit wird, so scheint zumindest die gängige Meinung der Netznutzer zu sein, gepusht, obgleich es sich jederzeit darüber bewusst ist, dass dieses Feedback nicht auf aufrichtiger Basis begründet liegt.

5.1.1.1. 360°-Feedback

Eine besondere Form des Feedback ist das sogenannte 360°-Feedback, das von Ulrich Bröckling in seinem Buch „Das unternehmerische Selbst“ (2007) näher betrachtet wird. Dabei handelt es sich um ein Werkzeug zur Beurteilung, das eigentlich im Personalmanagement eingesetzt wird, aber auch auf alle anderen Bereiche, in denen Evalu-

ation und Beurteilung durchgeführt werden, ausgeweitet und angewendet werden kann (vgl. Bröckling 2007: 236).

Bröckling spricht in diesem Zusammenhang von einem „demokratisierten Panoptismus“, in dem jeder gleichzeitig Beobachter und Beobachteter ist (vgl. ebd.: 238f.). So wird jedes einzelne Individuum von mehreren Seiten gleichzeitig beobachtet und befindet sich somit in multiperspektivischer Kontrollaufsicht. Das Individuum kann in diesem Fall gar nicht anders, als sich den Blicken der anderen anzupassen und dementsprechend zu agieren. Gleichzeitig hat es jedoch auch den Auftrag, sich so wie die anderen zu verhalten und auch die Position des Kontrolleurs einzunehmen: „Dem verallgemeinerten Voyeurismus entspricht deshalb ein ebenso verallgemeinerter Exhibitionismus: `Weil man stets und von allen gesehen wird, muß [sic] man sich günstig präsentieren; die Folgen: *impression management*, Ästhetisierung, Identitätsarbeit“ (ebd.: 238f.). In diesem Fall kann das 360°-Feedback nicht mehr nur als ein Instrument begriffen werden, das innerhalb einer Organisation stattfindet, sondern auch als eines, das auf die gegenwärtige Gesellschaft umgemünzt werden kann. Es beschreibt denjenigen Vorgang und die dahinter stehenden Mechanismen, die zur Selbstoptimierung einer Person und zur ständigen Modifikation führen. Die damit einhergehenden Vergleichsprozesse sind diejenigen, denen zahlreiche Individuen heutzutage ausgesetzt sind und die zu kontinuierlicher Selbstbefragung und zu einem möglichen Gefühl von Unzulänglichkeit führen.

5.1.2. **Biografiearbeit**

In den meisten Virtual Communities, und gerade in Business Communities, ist es zur Alltäglichkeit geworden, dass die User in tabellarischer Form ihr Leben in chronologischer Reihenfolge auflisten, um so einen Überblick über das Gesamtbild ihrer Person abzuliefern. Dieser Überblick hat bei manchen Mitgliedern die Form eines gesamten Lebenslaufs angenommen, den man auch ohne weiteres zur Bewerbung mitnehmen könnte. Ein Grund dafür ist das gegenwärtige Bestreben der Subjekte, sich möglichst vorteilhaft im Internet zu präsentieren, in all seinen Facetten, um den Betrachtern ein optimales Bildnis seiner selbst zu vermitteln: „Der Zwang zur Imagebildung in sozialen Netzwerken führt zur *Stilisierung der Lebensführung* und zur *Ästhetisierung des Alltagslebens*. In Social Network Sites steht der persönliche Lebenslauf ständig unter sozialer Beobachtung“ (Reichert 2008: 76).

In erster Linie ist Biografiearbeit für ein Individuum dazu da, so folgert Lothar Krappmann, um sich von den anderen abzuheben und auf seine Individualität zu verweisen: „Die ihm von den anderen zuerkannte Einzigartigkeit isoliert es von seinen Partnern, weil die angemessene Biographie jedes Individuum zu einem besonderen macht, das sich von allen anderen unterscheidet“ (Krappmann 2010: 76f.). In diesem Fall ist die Biografie eines jeden einzelnen Menschen nahezu mit einem Fingerabdruck zu vergleichen, da keine Lebensgeschichte mit einer jeweils anderen identisch ist.

Laut Krappmann haben gerade die Interaktionspartner des Individuums ein großes Bedürfnis danach entwickelt, dass ihr Gegenüber sich durch Biografiearbeit ausdrückt, denn sie „dient folglich ebenfalls der Sicherung des Interaktionsprozesses, weil eine offengelegte [sic] Biographie Motive antizipierbar macht und damit Handlungskontrolle erlaubt“ (ebd.: 76). So kann durch die vielleicht unreflektierte und ausführliche Biografiearbeit wie in einem offenen Buch in dem Individuum gelesen werden. Denn sobald sich mehrere Individuen daran beteiligen, ist die „Gefahr“ von Anonymität und Undurchsichtigkeit gebannt, man weiß somit, mit wem man es zu tun hat und wer sein Gegenüber ist. Folglich entsteht innerhalb der Mitglieder einer Virtual Community ein Gefühl von Kontrolle untereinander. Mit der offen dargelegten und chronologisch aufgelisteten Lebensgeschichte einer Person geht ein Gefühl von Autorität einher, durch das man glaubt, seine Interaktionspartner zu kennen und infolgedessen auch über deren Motive Bescheid zu wissen.

Zu beachten dabei ist, dass die Biografie eines einzelnen Individuum zwar ein erfolgreiches Mittel sein kann, um sich als einzigartiges Subjekt auszuweisen und um seine Vorzüge öffentlich anzupreisen, doch mit diesem Vorgang treten natürlich wieder Vergleichsprozesse in Gang, die diejenigen Individuen, die mit ihrer bisherigen Biografie eine anschauliche und beachtliche Leistung hervorgebracht haben, von denjenigen trennt, deren Lebensgeschichte nicht immer in gewünschten Bahnen verlaufen ist. So wird die Biografiearbeit nicht nur als Kennzeichnung individueller Einzigartigkeit angesehen, sie kann durchaus auch in Überbietung und in Konkurrenz mit den Biografien anderer Individuen münden. Folglich scheint es nicht verwunderlich zu sein, wenn Individuen, die besonders erfolgreich im Leben stehen und dieses in den Augen der Öffentlichkeit mit Bravour meistern, ihre Biografie in Virtual Communities besonders ausführlich und für alle Mitglieder zugänglich gestalten. Damit verbunden könnten Angeberei oder der Wunsch nach Anerkennung bisheriger Leistungen stehen.

Im Gegensatz dazu gibt es auch diejenigen Individuen, die durch spärliche Angaben, ihre Biografie betreffend, den Großteil ihrer Lebensgeschichte vor anderen lieber verbergen möchten und gerade dadurch, und insbesondere durch Auslassungen, in den Augen der anderen „verdächtig“ werden. Zu guter Letzt gibt es auch noch diejenigen, die keinen unmittelbaren Nutzen in der Biografiearbeit sehen, bzw. welche, die befürchten, dass persönliche Daten in die falschen Hände oder an zukünftige Arbeitgeber etc. fallen könnten. Diesen Individuen könnte unterstellt werden, dass sie durch bewusste Auslassungen etwas zu verbergen hätten oder ihre Lebensgeschichte es nicht wert sei, öffentlich gemacht zu werden. Auf jeden Fall wird den anderen Individuen dadurch die Handlungskontrolle entzogen und die jeweilige Person für ihre Interaktionspartner, was die Wahl ihrer Motive betrifft, undurchsichtig.

Wesentliches Merkmal einer Biografiearbeit ist auch, dass sie niemals unabgeschlossen ist bzw. in den Augen der anderen nicht so erscheinen soll. Im Zeitalter des lebenslangen Lernens und dem ständigen Drang zur Weiterentwicklung bzw. Fortbildung, sind Individuen bemüht, den Eindruck zu hinterlassen, ständig aktiv und in Bewegung zu sein, d.h. für ihr Lebenswerk etwas zu tun und damit selbst für Erfolg verantwortlich zu sein. Gergen sieht hier einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen dem Lebenslauf eines Individuums und dessen Persönlichkeit, indem er in Schulen und Universitäten eine Zunahme der außertürlichen Aktivitäten seitens der Lernenden verzeichnet: „Schüler und Studenten rufen nach Tätigkeiten außerhalb des Lehrplans, Stellen als Forschungsassistenten, Ferienarbeit und dergleichen, aber nicht aus intrinsischem Interesse (...), sondern um Rohmaterial zu bekommen, aus dem Bewerbungen und Lebensläufe konstruiert werden können“ (Gergen 1996: 298).

Alois Hahn und Herbert Willems führen zudem einen wesentlichen Unterschied zwischen einem Lebenslauf und der Biografie einer Person an. Der Lebenslauf bildet demzufolge die Gesamtheit einer Person ab, mit allen bisher gemachten Erfahrungen und Erkenntnissen. Er besteht also aus einer unendlichen Zahl von Elementen und Fragmenten, die eine Person im Laufe ihres Lebens angesammelt hat (vgl. Hahn/Willems 1998: 210). Die Biografie wiederum hat nicht alle einzelnen Aspekte einer Person zum Gegenstand, sondern beschäftigt sich unmittelbar mit dessen Lebenslauf:

„Diese Thematisierung darf allerdings nicht als Spiegelung miß-
verstanden [sic] werden. Die Spiegelmetapher suggeriert ja, daß [sic]
die Gesamtheit des Gegebenen wiedergegeben würde. (...) Schon
die Unendlichkeit der den Lebenslauf konstituierenden Elemente
schließt dies aus. Biographien [sic] stellen folglich stets selektive Ver-
gegenwärtigungen und potentielle Inszenierungen dar.“
(Hahn/Willems 1998: 210)

Das legt nahe, dass Biografien somit immer nur als Ausschnitte einer Person begriffen werden können, die willentlich von dieser ausgewählt wurden: „Aus dem Erzählprogramm ´mein Leben` wird das Programm ´(m)ein Lebensabschnitt`“ (Kraus 2006: 243).

Das Individuum ist anhand der virtuellen Biografiearbeit also in der Lage, sich vorteilhafter zu präsentieren, als es tatsächlich ist. Durch gezielte Weglassungen oder großzügige und positive Auslegungen kann so die eigene Biografie nochmals modifiziert und folglich in Virtual Communities eine Person präsentiert werden, die in den Augen der anderen als besonders erfolgreich, angesehen und beliebt erscheint. Auch Reichert sieht eine „neue Praxis der autobiografischen Selbstthematization auf den Aufmerksamkeitsmärkten des Internet“ (Reichert 2008: 7). Er geht mit Hahn und Willems konform und behauptet: „Biografien entstehen nicht aus den Zufällen ´biologischer` Lebensläufe, die sich in einer ´individuellen Erfahrung` oder einer ´natürlich` verlaufenden Lebenszeit ansiedeln, sondern verweisen auf fiktionale und narrative Aspekte der Selbstdarstellung“ (ebd.: 54).

5.1.3. Das Profil

Allgemein kann festgehalten werden, dass das Profil als das Aushängeschild eines Subjekts angesehen werden kann. In Virtual Communities ist dessen Besitz Gang und Gäbe geworden, jeder User scheint mittlerweile dieses Abbild seiner eigenen Persönlichkeit als persönliche Referenz zu seiner Person zu besitzen. Dabei genügt meist ein kurzer Blick auf ein Profil und der Betrachter hat im Idealfall Kenntnis über sämtliche soziodemografische Daten, über die soziale Rolle des Subjekts sowie dessen Vorlieben, Aversionen, etc.

Das Subjekt ist sich dabei stets über den Status seines Profils bewusst und weiß um dessen Wichtigkeit im medialen Raum. Das Profil gewährt Einblick in das Subjekt, es

garantiert ihm gleichermaßen Sichtbarkeit und Präsenz in der medialen Öffentlichkeit. Im Idealfall unterliegt das Profil stetigen Überwachungs- und Kontrollprozeduren seitens des Subjekts. Es vergewissert sich somit automatisch seiner Selbst und seiner Existenz und bestimmt zudem diejenigen anderen Subjekte, die auf das persönliche Profil Zugriff haben dürfen.

Zahlreiche Wissenschaftler haben sich mit den persönlichen Profilen der User im Internet auseinandergesetzt, gewährt es doch mehr Einblicke in eine Person, als dieses vielleicht vermutet. Das zeigt sich am „experimentellen Subjekt, das sich immer wieder neu ´erfindet`, modelliert und modifiziert und bei seiner Selbstpräsentation immer ´auf dem Schirm hat`, was ästhetisch und technisch-medial möglich und vor allem ´angesagt` oder anschlussfähig ist und sich daher auszahlt“ (Bublitz 2010: 25).

Doch bevor das Individuum Teil einer virtuellen Gemeinschaft werden kann, muss es sich vorher zu dieser anmelden und bereit sein, ein Formular über seine Person auszufüllen. Reichert verortet bei diesem ersten Schritt schon Prozesse der Beobachtung, denen ein Individuum zukünftig unterworfen ist: „So besteht bereits die Eröffnung eines Benutzerkontos aus Kontrollprozeduren, Selbstfragebögen und Qualitätsleitfaden und fordert von den Subjekten die Bereitschaft, sich auf Selbst- und Fremdsteuerungen einzulassen“ (Reichert 2008: 85). Es werden dabei nicht nur die soziodemografischen Daten als Pflichtangaben eingefordert, sondern es besteht für das Individuum auch die Möglichkeit zu freiwilligen Angaben. Dabei hat das Subjekt in der Regel großen Freiraum, was die einzelnen Ausformungen betrifft. So findet es zahlreiche Datenfelder vor, die es je nach eigenem Belieben mit Inhalt füllen kann oder nicht.

Die Aufmachung eines Profils besitzt demnach einen großen Aktionsradius, der die Zurschaustellung und Selbstthematization einer Person erst so richtig heraufbeschwört:

„Die Formulare der Wissenserfassung zielen zwar darauf ab, den Zufluss an Daten schon im Vorfeld zu standardisieren und zu kategorisieren, doch je weiter sich das Raster in die Grafik der Formalität zurückzieht, d.h. *nicht explizit* wird, desto erfolgreicher scheint es bei der Hervorbringung *intimer Bekenntnisse* zu sein. Es sind die scheinbar 'zwanglosen' Datenfelder, die informellen Spielraum zur persönlichen Gestaltung aufweisen und zur Führung individueller Listen und Tabellen einladen und Gelegenheit zu persönlichen Bekenntnissen und intimen Enthüllungen bieten.“ (Reichert 2008: 100)

So scheinen dem einzelnen Subjekt immer weniger Grenzen in der kreativen Gestaltung seines persönlichen Profils auferlegt zu werden. MySpace, beispielsweise, ermöglicht es den Mitgliedern anhand einfacher HTML-Codierung, sich ein gewünschtes Layout aus zahlreichen Vorlagen auszuwählen und durch paste- und copy-Verfahren in das eigene Profil einzufügen. Dabei kann der User in der Regel zwischen Farbe, Hintergrundbild, Schriftart, etc. wählen und das eigene Profil kommt somit nahezu einer Homepage gleich, indem es dadurch einzigartig wird und sich von anderen Profilen stark unterscheidet. Immer mehr Virtual Communities nutzen inzwischen diese Formen der Personalisierung und User können durch eigene oder verlinkte Videos, Songs, Bilder oder sonstige Applikationen ihr eigenes Profil zunehmend individualisieren und nach individuellen Vorlieben ausgestalten.

5.1.3.1. **Status**

Der Status oder die Statusmeldung einer im virtuellen Raum befindlichen Person gibt in kurzer und prägnanter Form Aufschluss über deren aktueller Befindlichkeit oder ihr gegenwärtiges Tun bzw. Vorhaben. Viele Communities haben vorgefertigte Statusmeldungen für ihre User zur Verfügung gestellt, die diese nur mehr auswählen und anklicken müssen, und, falls gewünscht, auch noch mit verschiedenen Smileys, die unterschiedliche Emotionen ausdrücken, versehen können.

Dabei hat der Status vor allem die wichtige Funktion, in den Augen der anderen Mitglieder sichtbar zu werden, denn nur wenn dieser auch von den anderen wahrgenommen wird, erfährt das Subjekt dadurch auch die gewünschte Aufmerksamkeit: „Der ‚Unsichtbarkeitsfalle‘, dem sozialen Abseits, entgeht man dadurch, dass man sich (...) im medialen Feld der Sichtbarkeit aufstellt“ (Bublitz 2010: 196). Anhand des Status eines sich medial inszenierenden Subjekts verschiebt sich somit der panoptische Kontrollblick nach innen – das Subjekt ist sich somit sicher, unter der Beobachtung der anderen Mitglieder zu stehen und „sichert sich im Darstellungshandeln wenigstens temporär den eigenen Platz in der sozialen Hierarchie“ (ebd.). Es befindet sich aber nur solange im Blickfeld der anderen, solange sein Status aktuell und sichtbar ist, d.h. in der Hierarchie der Statusmeldungen einen der oberen Plätze einnimmt. Ein Subjekt sieht sich also dazu gezwungen, sofern es nicht riskieren will, von den anderen nicht wahrgenommen zu werden, seinen Status ständig zu aktualisieren, denn nur durch aktive und permanente Selbstnarration ist Wahrnehmung durch andere gewährleistet.

Bezeichnend hierfür ist die folgende Abbildung eines Schildes, das von einem User der Social News-Plattform reddit.com in der Bleecker Street in New York aufgenommen und im Internet veröffentlicht wurde. Reddit ermöglicht es den Mitgliedern, Verlinkungen zu Inhalten auf anderen Websites oder selbständig verfasste Textbeiträge auf die Plattform zu posten. Die User können dann bewerten, ob ihnen dieser Beitrag gefällt und diesem somit zu Popularität verhelfen. Das hier gepostete Bild wurde massenhaft im Internet verbreitet und fand weltweit große Beachtung. Somit wird deutlich, welchen Stellenwert der Online-Status einer Person mittlerweile in der Gesellschaft eingenommen hat. Es ist nicht mehr nötig, diesen vor dem Computerbildschirm abzurufen oder zu aktualisieren. Durch die zunehmende Mobilität und mittels Smartphones erfährt der virtuelle Status nahezu in jeder Alltagssituation und an jedem denkbaren Ort ein Update. So wird die ehemalige Bildschirmsituation abgelöst und die Dynamik der ständigen Erreichbarkeit, und, damit einhergehend, Mechanismen des Abrufs und der Kontrolle, mehr und mehr in den (Offline-)Alltag der Menschen verlagert.



Abb. 3: „Pay attention while walking“.

Quelle: Reddit.com. (URL: <http://www.reddit.com/user/AncientMurrelet>).

Der Inhalt einer Statusmeldung scheint dabei nicht von allzu großer Bedeutung zu sein - so können die trivialsten Vorkommnisse im Leben eines Individuums ausschlaggebend dafür sein, diese durch seinen Status mitzuteilen. Dem Individuum geht es nicht primär darum, durch Kreativität und originell formulierten Text aufzufallen, sondern als aktiv wahrgenommen zu werden und damit auch anschlussfähig zu sein.

5.1.3.2. Freundeskreis

Der virtuelle Freundeskreis innerhalb einer Community kann als weiteres Aushängeschild einer Person begriffen werden, denn durch eine große Anzahl virtueller Freunde, so scheint zumindest die Annahme zu herrschen, zeigt sich die Beliebtheit eines Mitgliedes. Der Trend geht demnach dahin, sich wahllos Mitglieder aus der Community auszusuchen und diese als Freund hinzuzufügen, diese sozusagen zu „sammeln“. Das Individuum verspricht sich somit Popularität und Ansehen innerhalb der virtuellen Gemeinschaft. Dabei will es anhand einer großen Freundesliste den Anschein erwecken, besonders sympathisch und umgänglich zu sein, also ein Teil der Gemeinschaft zu sein, mit dem jeder gerne befreundet sein möchte.

Es ist jedoch auch darauf hinzuweisen, dass dieses Anhäufen von virtuellen Freunden nicht immer gegeben sein muss. So gibt es durchaus auch Individuen, die ihre Online-

Freunde bewusst und selektiv auswählen. Bublitz spricht von einem „‘friend-of-a-friend-Prinzip’, das den ‘Freundeskreis’ im Netz zur Marke macht, mit dem man sich zeigt und abgleicht“ (Bublitz 2010: 206). Durch einen besonders exklusiven oder angesehenen Freundeskreis scheint der Wert eines Subjekts innerhalb der Community zu steigen. Der Grund für einen ausgewählten Freundeskreis hat also vielfach mit Prestige zu tun.

Ein weiteres Phänomen, das sich durch den Freundeskreis eines Individuums zeigt, ist der Gegentrend zur Individualität. So scheint ein Individuum, das sich auf der Konsumebene absichtlich von der Masse abgrenzt und ein individualistisches Bestreben zeigt, im Gegenzug dazu das Bedürfnis zu haben, Teil einer Gruppe zu sein (vgl. Schenk 1995: 4). In diesem Fall wird es seinen virtuellen Freundeskreis nach Gesichtspunkten der Vertrautheit und der Sicherheit auswählen. Es kann sich somit zwar höchst individuell für andere darstellen, bei Bedarf aber auf eine ihm bekannte und intime Umgebung zurückgreifen.

Doch nicht nur der eigene virtuelle Freundeskreis wird für das Subjekt wichtig, in zunehmendem Maße werden auch die Kontakte und Beziehungen der eigenen Freunde zu anderen von Bedeutung. Durch die hohe Interaktivität erfährt das Subjekt hier ein Mehr an Beziehungen und damit verbunden auch mehrere Möglichkeiten zum gegenseitigen Austausch. Dazu, und das ist vor allem in Business Communities entscheidend, kann das Subjekt wichtige Verbindungen herstellen und, gegebenenfalls, auch auf diese zurückgreifen und Kooperation und Unterstützung erfahren. Es wird somit deutlich, dass „Akteure über ihre Freunde und Freundesfreunde Zugang zu Ressourcen bekommen, die anderen Personen ohne diese Beziehungen nicht offenstehen. Die Akteure gewinnen durch ihre Kontakte zu Freunden und deren Verknüpfungen soziales Kapital³“ (Gräf 1997: 108).

³ Soziales Kapital: Eine Festlegung des Begriffs stammt von Pierre Bourdieu, der das soziale Kapital als „die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind“ begreift (Bourdieu 1983: 191). Der Mensch muss also Teil einer Gruppe sein, um an diese Ressourcen gelangen zu können. Wichtig dabei sind der gegenseitige Austausch und ständige Beziehungsarbeit, denn nur dadurch ergibt sich ein etwaiger Nutzen für das Individuum (vgl. ebd.: 191 – 195).

5.2. Technologien/Motive der Selbstinszenierung

Selbstdarstellung und –inszenierung in Virtual Communities scheinen, einhergehend mit der Entwicklung zum Web 2.0, gegenwärtig massenhaft in Erscheinung zu treten. Neben der Feststellung von Goffman et al., dass Individuen jederzeit und überall eine Rolle und folglich auch Theater spielen, gibt es eine Reihe weiterer Motive, die zur virtuellen Selbstdarstellung eines Individuums führen. Auch hier scheinen die einzelnen Gründe ineinander überzugehen und die einzelnen Bestimmungen teilweise auch auf andere Anreize und Ursachen zuzutreffen.

Es kann festgehalten werden, dass sich die jeweiligen Motive, die Beweggründe eines einzelnen Subjekts, sich öffentlich zu inszenieren und narrativ auszustellen bzw. sich an den Prozessen der Selbstdarstellung überhaupt zu beteiligen, zwar voneinander unterscheiden, sich in ihrer Gesamtheit aber in miteinander ähnlichen Handlungsvorgängen äußern.

5.2.1. Domestikation des Selbst

Diese besondere Form der Selbstinszenierung stellt eine Ausnahme zu den Motiven der Selbstoptimierung bspw. dar. Entgegen der allgemeinen Tendenz, sich der schnelllebigen und rasant fortentwickelnden Gesellschaft anpassen zu wollen und sich somit als dynamisches, stets in Bewegung befindliches Subjekt zu präsentieren, üben sich die sich selbst domestizierenden Subjekte in der Gegensätzlichkeit der bewussten Entschleunigung. Dem Subjekt geht es hierbei nicht primär darum, um jeden Preis aufzufallen oder permanent von sich selbst zu berichten, um bei seinem Gegenüber den Eindruck von Vitalität und Lebendigkeit zu erzeugen, sondern um Beständigkeit zu repräsentieren: „Das Außergewöhnliche beruht also auf den Prinzipien einer methodischen Pflichterfüllung, die sich im Detail bewährt. Individualität im Sinne individueller Besonderheit und Einzigartigkeit scheint dabei eher ein ‚Störfaktor‘ zu sein (...)“ (Bublitz 2010: 59).

Das sich domestizierende Selbst nimmt vielleicht nicht einmal den Platz des Beobachters ein. Anfänglich, durch verschiedene Dynamiken angetrieben oder durch eine ehemalige und jetzt veränderte Sichtweise, zwar kurzfristig aktives Mitglied einer Virtual Community, jetzt aber nur mehr passiv Teil der virtuellen Gemeinschaft. Die Gründe dafür sind mannigfach. Es mag sein, dass das zutiefst passive Subjekt nicht mit der

schnellen und wandelbaren Inszenierungsweise der anderen mithalten konnte und sich deshalb aus Trotzreaktion als der unbekümmerte und teilnahmslose User gibt, der bei diesem inszenierten Spiel um Anerkennung und Aufmerksamkeit nicht mitspielen will. Oder aber, er will sich tatsächlich nicht an der Selbstdarstellung der anderen beteiligen und sieht keinen unmittelbaren Nutzen darin, sich öffentlich narrativ auszustellen. Es kann auch sein, dass er sich bereits in der realen Welt mit verschiedenen Rollen, die er zu spielen beabsichtigt, konfrontiert sieht und deshalb diese nicht auch noch in eine virtuelle Welt übertragen möchte. So gibt es neben den angeführten noch viele weitere Gründe, sich nicht aktiv an der virtuell stattfindenden Inszenierung zu beteiligen.

Über kurz oder lang werden diese Menschen, sofern sie nicht des Öfteren die Position des beobachtenden Subjekts einnehmen und sich dadurch, vielleicht sogar heimlich, einen Blick auf das Leben seiner Online-Bekanntschäften erhoffen, der Community den Rücken kehren. Abhilfe schafft in diesem Fall die Website www.ausgestiegen.com, die den Usern einen reibungslosen Ausstieg aus einer Virtual Community ermöglicht. Hier können sich die Ausgestiegenen Tipps und Anleitungen holen, um sich von der jeweiligen Community abzumelden, sich über die Beweggründe des Ausstiegs austauschen und, falls gewünscht, auch einen Weg finden, um zurück in die Community zu gelangen und sein ursprüngliches Profil und die archivierte Freundesliste wieder vollständig herzustellen. Wenngleich die Austritte aus unterschiedlichen Communities kürzlich einen Boom erfahren haben, so bilden sie doch die Ausnahme. Außerdem kommt hinzu, dass sich viele User deswegen abmelden, da der Großteil ihrer Online-Bekanntschäften Mitglieder einer anderen Community sind oder eine bestimmte virtuelle Gemeinschaft in den Augen ihrer Mitglieder lediglich „out“ geworden ist. Ein Schwinden der User kann also damit begründet werden, dass eine User-Wanderung hin zu einer anderen Gemeinschaft stattgefunden hat, die mehr zusätzliche Features und innovative Anwendungen zu bieten hat und daher in ihrer Beliebtheit gestiegen ist.

Und obgleich dieser Trend festzustellen ist, erfreuen sich Virtual Communities allgemein nach wie vor größter Beliebtheit und ein Ende derselben ist nicht abzusehen, vielmehr werden durch die immer noch fortwährende rasante Entwicklung des Web 2.0, mit seinen zahlreichen neuen Technologien, den Usern immer weitere Plattformen und damit neue Möglichkeiten zur Selbstinszenierung geliefert und angeboten.

5.2.2. Anonymität

Der hier behandelte Begriff der Anonymität bezieht sich im Wesentlichen auf die Weblogs, da hier, im Gegensatz zu Social Network Sites, die User für gewöhnlich nicht namentlich auftreten.

Die Gründe für ein anonymes Auftreten im virtuellen Raum können unterschiedlicher Natur sein. So möchte der Autor eines Weblogs z.B. seine Person nicht mit dem darin behandelten Thema in Verbindung bringen oder er möchte generell nicht, dass Personen aus seinem näheren Umfeld und privat existierende Kontakte den Inhalt seines Blogs lesen. Es gibt eine Reihe weiterer Ursachen für einen Individuum, lieber inkognito im Web zu bleiben, doch scheint ein vielfaches Anliegen, die Anonymität seiner Person zu wahren, darin begründet, um sich in den Augen der anderen interessant zu machen: „Erfolgreiche Darsteller stützen sich auf eine gewisse *Mystifikation* ihrer Person. Dazu ist eine ausreichende Trennung vom Publikum erforderlich“ (Münch 1995: 90).

Ein sich selbst inszenierendes Subjekt kann in den meisten Fällen für sich selbst entscheiden, wie viel es von seiner eigenen Persönlichkeit im Internet preisgeben will. Dabei kann es wählen zwischen völliger Anonymität oder partieller Anonymität, indem es in seinem Auftreten bestimmte Identitätsmarker weglässt. Eine weitere Möglichkeit, um in Internet die eigene Identität zu verschleiern, ist die Wahl eines Pseudonyms. Dieses dient in erster Linie dazu, um im Web nicht aufgefunden und somit nicht von anderen betrachtet zu werden.

Ein weiterer Faktor, unter dem der Begriff der Anonymität untersucht werden muss, liegt in der Eigenschaft des Internet an sich begründet. Durch die private Schreibsituation hinter dem Bildschirm wird dem Subjekt ein vertrauter und ungezwungener Ort suggeriert, an dem es sich in Sicherheit wiegen und frei entfalten kann: „Die Bedingungen computergestützter Kommunikation werden (...) als befreiend charakterisiert. Daß [sic] einen die Gesprächspartner nicht sehen oder hören können und zudem weit weg ist [sic], vermittelt ein Gefühl der Sicherheit und Kontrolle, welches wiederum größere Offenheit und Intimität ermöglichen kann“ (Bahl 1997: 31). Die Intimsphäre der eigenen vier Wände kann demnach die eigene Bereitschaft erhöhen, sich im medialen Raum zu enthüllen und sich freizügig erkennen zu geben: „Identitäten, die im Offline-Alltag maskiert bleiben, werden teilweise im Online-Kontext offenbart“ (Döring 2003: 397). So eröffnet das Internet vor allem denjenigen Individuen, die eventuell zu schüchtern oder

gehandicapt sind, neue Möglichkeiten der Darstellung und Inszenierung. Zugleich sei an dieser Stelle jedoch betont, dass gerade diese Eigenschaft des Internet, der vermeintlichen Offenheit, vielfach zu Cyberkriminalität oder anderen unerwünschten Begleiterscheinungen führen kann.

5.2.3. Voyeurismus vs. Das beobachtende Subjekt

Ein Sichtbarmachen des Subjekts wird gemeinhin oft als schlichter Exhibitionismus abgetan und gerade in der gegenwärtigen Debatte um Selbstinszenierung und öffentlicher Bekenntnis im medialen Raum, kommt man nicht umhin, um eine klare Abgrenzung zu schaffen bzw. dieser ablehnenden Haltung auf den Grund zu gehen.

Mit den Begriffen Voyeurismus und Exhibitionismus schwingt immer ein negativer Unterton mit, beide werden in der Gesellschaft negativ assoziiert und automatisch abgewertet. Dabei bedeutet der Begriff „Voyeur“ im Französischen lediglich „Zuschauer“ und im Grunde genommen kann damit, im Bezug auf das Internet, dem User eine Beobachterposition zugeschrieben werden. In diesem Fall kann das Zuschauen oder Beobachten nicht mehr als verwerflich oder gar als etwas Sittenwidriges angesehen werden, da das beobachtende Subjekt lediglich dasjenige partizipiert, das durch andere bewusst öffentlich gemacht wurde. So sieht man im virtuellen Raum immer nur das, was von anderen freigegeben wurde und das zu Sehen von anderen Subjekten vielfach sogar gewünscht wird.

Die Position der Zuschauerrolle kann also nicht primär als purer Voyeurismus im eigentlichen Sinne verstanden werden. Wobei an diesem Punkt zwischen Formen des Beobachtens unterschieden werden muss, denn während eine Vielzahl von Usern das Internet als reine Informationsquelle ansieht und die Selbstinszenierung anderen überlässt bzw. gelegentlich einen Blick auf diese wirft, können mit ebenso vielen Internetnutzern sehr wohl negativ besetzte voyeuristische Tendenzen in Verbindung gebracht werden. Diese Tendenzen äußern sich in unablässiger und ungeahnter Schaulust an anderen Subjekten, und die Neugier dahinter lässt sich nur durch voyeuristische Blicke auf andere befriedigen. Das voyeuristische Subjekt ist also eines, das die verschiedenen Benutzerformate in Virtual Communities dazu benützt, um sein gesteigertes Interesse an anderen zu befriedigen.

Hannelore Bublitz verzeichnet in diesem Zusammenhang in der Schaulust die steigende Tendenz, sich zunehmend von Tabus zu befreien und allgemein im Internet den Trend, die intimsten Sachen im Netz öffentlich und damit anderen zugänglich zu machen. Zudem würden Formen der Selbstpräsentation auch in höchstem Maße kommerzialisiert werden (vgl. Bublitz 2010: 17). Anschaulich gemacht wird dies nicht nur in diversen TV-Shows, sondern auch in Webformaten, wie z.B. in den so genannten Webisodes, also Serien, die eigens für das Web produziert werden. Zuschauer haben hier nicht nur die Möglichkeit, am virtuellen Leben der Darsteller teilzuhaben, sondern auch eine entscheidende Rolle in der Entwicklung der Geschichte zu spielen. Als weiteres Beispiel kann in diesem Zusammenhang die Plattform YouTube genannt werden, die ihren Mitgliedern nahezu unbegrenzte Möglichkeiten, sich exhibitionistisch zur Schau zu stellen, und, im Umkehrschluss, auch seine voyeuristischen Begehrlichkeiten auszuleben, anbietet.

So scheinen die beiden Termini des Exhibitionismus und des Voyeurismus in engem Zusammenhang zu stehen: „Vielleicht entspringt dem Begehren, sich in der Öffentlichkeit über Persönliches sprechend zu exponieren, aber auch einem tiefer liegenden ‚exhibitionistischen‘ Wunsch, der medial freigesetzt wird und dem ein voyeuristisches Verlangen entspricht“ (ebd.: 9). Auch scheint es, dass, solange Exhibitionismus und Voyeurismus im Internet gleichzeitig existieren, sich diese beiden gegenseitig bedingen und sich das Eine ohne das jeweilige Andere nicht hervorbringen kann bzw. nur in geringerem Maße existieren kann. In folgedessen treten der Exhibitionist und der Voyeur in eine wechselseitige Beziehung zueinander, in der jeder Akteur dazu imstande ist, das Verlangen des anderen zu stillen. „Voyeuristische Schaulust gestaltet sich so als Markt eines exhibitionistischen Begehrens“ (ebd. 17), der den Wünschen seiner Akteure in gleichen Maßen nachkommt.

Bublitz sieht den Hang zum Exhibitionismus sogar mit der Subjektivierung eines Individuums verbunden: „Im Feld der Sichtbarkeit zu sein, immer unter Beobachtung stehen zu wollen und sich zu präsentieren wird zur Bedingung von Subjektwerdung. Eine Steigerung erfährt das Ganze im medialen Feld des Blicks und der Sichtbarkeit. Medien sind (...) Schauplatz eines Begehrens, sich öffentlich zu zeigen“ (ebd.: 69). Subjektivierung vollzieht sich also in zunehmendem Maße öffentlich und medial und ein Individuum muss sich als Voraussetzung, um von anderen als Subjekt wahrgenommen zu

werden, immer gewissen exhibitionistischen Methoden bedienen, wenn auch nur in abgeschwächter Form.

Das beobachtende Subjekt nützt die unterschiedlichen Benutzerformate in Virtual Communities nicht nur um mit anderen in Kontakt zu treten bzw. um bestehende Kontakte aufrechtzuerhalten, sondern auch um passiv am Leben seiner Freunde und Online-Bekanntschäften teilzuhaben. So hat das Subjekt ein Bedürfnis, „jederzeit und überall mit Informationen ´aufgeladen`, ´auf dem Laufenden zu sein`, mitzubekommen, was sich ereignet, was ansteht, was andere so machen“ (Bublitz 2010: 9). Das Subjekt fungiert hier als stiller Beobachter, der, obwohl er sich nicht direkt an den online stattfindenden Interaktionen der anderen User beteiligt, dank dem Mitteilungsbedürfnis und der permanenten öffentlichen Selbstdarstellung der anderen, bestens über deren Erlebnisse und unmittelbaren Umwelt Bescheid weiß. So ist das Subjekt stets im Bilde über das Wohl- oder Missbefinden der anderen Community-Mitglieder und immer auf dem Laufenden.

5.2.3.1. **Einzigartigkeit**

Als eine Untergattung des Exhibitionismus kann das Bestreben eines Subjekts verstanden werden, in den Augen der anderen als einzigartig und individuell zu gelten: „Die massenhafte Sehnsucht, sich als einzigartiges Individuum ´zu verwirklichen`, wird zu einer Art Ersatzreligion der Gegenwart“ (Eberlein 2006: 130). Dabei ist das Subjekt darauf bedacht, als möglichst innovativ und von der breiten Masse abgegrenzt angesehen zu werden.

Dem Subjekt scheinen in seinem Vorhaben, sich im Internet als etwas Besonders zu inszenieren, keine Grenzen gesetzt zu sein. Viele Tools und Anwendungen erlauben es demnach, sich individuell zu präsentieren und von anderen zu unterscheiden. Das Subjekt kann seine Kreativität entweder auf textlicher Ebene einfließen lassen oder durch die sorgfältige Wahl seiner Fotos in angelegten Alben. Auch besteht die Möglichkeit, durch bestimmte Angaben, z.B. der Hobbies oder der Interessen zu Musik, Film, Literatur, etc., sich interessant zu machen. Wird jedoch der Wunsch nach Einzigartigkeit von vielen Subjekten verfolgt, dann kann dieses Bestreben schnell in Konformität und Gleichartigkeit umschlagen: „Sie wollen sich von der Masse unterscheiden und ganz nach eigenen Vorstellungen ihr Leben gestalten – und werden doch einander

sehr ähnlich“ (Eberlein 2006: 136). So wird das Subjekt, entgegen seinem Streben nach Einzigartigkeit, zum Teil der Masse, zum Objekt, das in der Menge zu verschwinden droht.

Sich als einzigartig und individuell zu inszenieren ist somit gegenwärtig einer gewissen Schwierigkeit unterworfen, denn das Subjekt wird in seiner Darstellung nichts Neues mehr hervorbringen können. Es wird unweigerlich feststellen, dass alle Rollen schon einmal eingenommen worden sind und innovative Darstellung somit nicht möglich ist. Das Subjekt ist in seiner Inszenierung somit darauf angewiesen, sich vorgefertigter Muster zu bedienen, „so dass die Selbstgestaltung meist auf eine Rekombination und Variation vorgefundener Formen und Inhalte hinausläuft“ (ebd.: 137). So werden sich die einzelnen Individuen in ihrer Selbstdarstellung immer ähnlicher und es wird davon ausgegangen, dass sich daran in absehbarer Zeit nichts ändern wird, denn „gleich sind die Menschen nur im Zwang, sich voneinander zu unterscheiden“ (Bröckling 2007: 68).

5.2.4. Bekenntniszwang oder der Drang zur Beichte

Ein weiteres Motiv, sich unermüdlich narrativ darzustellen und sich virtuell zu inszenieren liegt in dem Zwang zur Bekenntnis, dem ein Selbst im virtuellen Raum unweigerlich unterworfen zu sein scheint: „In der Welt der totalen Kommunikation wird Kommunikation zum totalen Zwang“ (Münch 1995: 83). Es werden Dynamiken in Gang gesetzt, die dem Selbst vermitteln, lieber Teil einer inszenierten virtuellen Welt zu sein, als davon ausgeschlossen und somit im wahrsten Sinne des Wortes „out“ zu sein: „Es ist eine Generation, die das Spiel mitmacht, weil sie einfach ‚dazugehören‘ will“ (Opaschowski 1999: 137).

Auch Hannelore Bublitz sieht die gegenwärtige Kultur einem Zwang zur Selbstnarration ausgesetzt: „Es ist der Bekenntniszwang, der den unablässigen Drang zum Bekenntnis produziert, nicht umgekehrt“ (Bublitz 2010: 61). Reichert spricht in diesem Zusammenhang von der Diskrepanz, sich entweder freiwillig in den Virtual Communities mit anderen zu vernetzen und sich folglich auch anderen zu offenbaren, oder im Gegenteil dazu „durch eine ungleich verteilte Handlungsfähigkeit die soziale Inexistenz“ (Reichert 2008: 13) zu riskieren.

In ihrem Buch „Im Beichtstuhl der Medien“ (2010) betrachtet Hannelore Bublitz in diesem Zusammenhang den Beichtstuhl als mediales Dispositiv, das auch „mediale For-

men der Entäußerung, in denen qua Geständnispraktiken und Bekenntnisrituale sozial sanktionierte, reflexive Formen der Subjektivität hervorgebracht werden“ (Bublitz 2010: 67). Diese Geständnispraktiken und Bekenntnisrituale sind als Elemente anzusehen, die zusammen das mediale Dispositiv bilden (vgl. ebd.). Der Beichtstuhl wird hier als ein großes Archiv von Bekenntnissen verstanden, als ein übergeordnetes System der Diskursivität, das Geständnisse hervorbringt und die Therapeutik des Allsagens ermöglicht, wobei die unmittelbare Wahrheit der Subjekte nicht im Vordergrund steht, sondern vielmehr deren Wille zum Bekenntnis selbst (vgl. ebd.).

Der Drang zum Bekenntnis und die damit verbundenen unablässigen Tendenzen des alles sagen, sind nicht nur normale Bekenntnisrituale, wie sie im standardisierten Beichtstuhl normalerweise vorkommen, sie sind vielmehr auch in Prozesse der Begehrllichkeit eingebunden: „Im Beichtstuhl unweigerlich auf die Präsenz (der Stimme) und die Absenz (des Körpers, des Blicks, der konkreten Person) verwiesen, sind sowohl das Begehren als auch die Bekenntnis- und Geständnisrituale verstärkt in ein zirkuläres Spiel halluzinatorischen ‚Mehr‘-Begehrens – in der Phantasie – einbezogen“ (ebd.: 69). Im medialen Beichtstuhl dringen die geheimsten Dinge der einzelnen Subjekte ans öffentliche Tageslicht, es entsteht eine Zirkulation, die permanentes Sprechen und narrative Selbstinszenierung fördert und zum neuen Begehren aufruft. Dabei entsteht der „unendlich begehrende Mensch, dessen Begehren nun vor allem nicht im Begehren selbst, sondern darin besteht, von sich selbst zu sprechen, anderen alles zu sagen (...)“ (ebd.: 68). Dieser unendlich begehrende Mensch befindet sich in der paradoxen Situation, die durch die Beichtsituation in sich abgeschlossene und durch die Aussparung des Körpers und der Stimme anonyme Sicherheit zu verlassen, sich aber obgleich des neuen öffentlichen Schauplatzes im virtuellen Raum trotzdem in Sicherheit zu wähnen. Die eigentliche Intention der Beichte verkehrt sich hier paradoxerweise ins Gegenteil, sie bewirkt „anstelle der Entsagung und des Verzichts ein ‚exhibitionistisches‘ Begehren, das ‚voyeuristische‘ Schaulust erzeugt“ (ebd.: 69).

So kann sich ein Subjekt die Verweigerung an einer medial inszenierten Welt nicht leisten, sofern es nicht sozial ausgeschlossen werden will: „Ein nicht-kommuniziertes Selbst ist in der Kommunikationsgesellschaft ein Nichts. In Abwandlung von Descartes' >Cogito, ergo sum< gilt hier der Satz: >Ich kommuniziere, also bin ich.<“ (Münch 1995: 154). Dieselbe Auffassung vertritt Gergen und auch er wandelt den ursprünglichen und

allseits bekannten Wortlaut auf die Gegenwart um: „Wir können den kartesischen Ausspruch *cogito ergo sum* durch *communicamus ergo sum* ersetzen“ (Gergen 1996: 381).

5.2.5. Aufmerksamkeitssuche

Eines der sicherlich am häufigsten vorkommenden Motive für Selbstdarstellung ist das Motiv der Aufmerksamkeitssuche, mit dem dahinter liegenden Wunsch eines Subjekts, von anderen wahrgenommen zu werden. Die Gründe hierfür sind unterschiedlicher und vielfältiger Natur. Ein Subjekt mag sich vielleicht im realen Leben über zuwenig Anteilnahme an seiner Person durch seine Mitmenschen beklagen und sucht deshalb im Netz nach virtueller Anerkennung. Ein weiterer Grund kann auch im nicht oder nur unzureichend existierenden Selbstbewusstsein eines Subjekts liegen, das sich anhand von Selbstinszenierung positive Bestätigung erhofft. Auch können einfach die Freude am sich Mitteilen oder Prozesse der Zugehörigkeit, denen ein Individuum immer ausgesetzt ist, wenn es dazugehören und mitreden will, Gründe für das narrative Selbst sein, sich öffentlich zur Schau zu stellen. Die Umstände mögen hier mannigfach sein, allen Motiven gemein ist aber die Tatsache, dass es den virtuellen Darstellern um eines geht: Aufmerksamkeit. Nur durch die Aufmerksamkeit der anderen erfährt es Wahrnehmung und die nötige Anerkennung.

Auch Bublitz sieht eines von vielen Motiven der Selbstdarstellung in dem Wunsch nach Aufmerksamkeit begründet: „Sicher besteht einer der massenmedial erzeugten und transportierten Anreize, sich unablässig als öffentlich dargestelltes Kommunikationsobjekt zu entwerfen, darin, die Beachtung anderer und die Wahrnehmung durch andere auf sich zu ziehen“ (Bublitz 2010: 22). Dem Subjekt geht es in diesem Fall nicht mehr darum, „ein ´moralisch hochwertiges` Leben zu präsentieren, noch (...), sich selbst als Virtuosen narzisstischer Bestrebungen vorzuführen, sondern sich im – medialen – Spiegel der anderen (rück)zu versichern, ´wo es lang geht`“ (ebd.: 190). Zweifellos ist hier mit der Suche nach Online-Kontakten das Gefühl verbunden, sich über die Grenzen von Zeit und Raum hinweg anderen mitteilen zu können und sich daher nie alleine fühlen zu müssen bzw. zu jedem beliebigen Zeitpunkt immer ein offenes Ohr für die eigenen Anliegen zu finden (vgl. ebd.: 9). Der Wunsch nach Aufmerksamkeit wird durch Interaktivität erfüllt und im virtuellen Raum scheint kein Subjekt mehr ausgeschlossen zu sein.

Helga E. Schachinger sieht auch, neben anderen Motiven, in der öffentlichen Selbstin-szenierung einer Person „die zutiefst menschlichen Bedürfnisse nach sozialer Akzep-tanz und Wärme“ (Schachinger 2005: 65) begründet. Dieser Wunsch nach Anerken-nung führe vielfach dazu, sich für andere in einem optimalen Licht darzustellen, wel-ches nicht unbedingt den realen Tatsachen entsprechend sein muss. Dahinter begrün-det liege die Annahme, dass dieses Individuum nur eine unzureichende Selbstsicher-heit besitze und daher das Gefühl habe, ohne eine besonders vorteilhafte Inszenierung oder Verstellung nicht akzeptiert zu werden (vgl. ebd.).

5.2.6. **Selbsterzeugung/Selbstentfaltung**

Ein Subjekt nützt die verschiedenen Techniken zur Selbstdarstellung nicht nur primär um Aufmerksamkeit zu erlangen oder seine voyeuristischen oder exhibitionistischen Bedürfnisse auszuleben, es ist auch anzunehmen, dass es sich durch öffentliche Selbstnarration „im Spiegel gesellschaftlicher Normalität und Exzentrik konstituiert und sich, angeschlossen an mediale Öffentlichkeiten, beständig seiner Existenz vergewis-sert“ (Bublitz 2010: 11).

Der Begriff der Selbsterzeugung versteht dahinter also ein Subjekt, das sich durch Öff-entlichkeit erst hervorbringt bzw. sich immer wieder neu konstituiert: „Die Medien bil-den den Ort, an dem sich das Subjekt nicht nur immer wieder sprachlich und visuell seiner selbst vergewissert, sondern sich virtuell und real immer wieder neu hervor-bringt, präsentiert und optimiert“ (ebd.: 14). Durch die Präsenz im virtuellen Raum und die dementsprechende Wahrnehmung der anderen tritt das Subjekt erst in Erschei-nung und erfährt dadurch ein Gefühl von sozialer Existenz und Zugehörigkeit zu einer Gesellschaft (vgl. ebd.: 10). Durch die Entfaltung im virtuellen Raum kann sich das Subjekt also seiner Existenz bewusst werden, vielmehr aber kann es auch zu einem Gefühl der Einzigartigkeit gelangen.

Hannelore Bublitz sieht den virtuellen Raum als eine Art Selbsterfahrungsgruppe an, die, selbst wenn sie schweigt, die Therapeutik des Allsagens fördert und neben ihrer Funktion des Entlastens auch eine Steigerung von Individualität ermöglicht (vgl. ebd.: 124). Die mediale Öffentlichkeit kann so als Plattform zur Subjektkonstitution begriffen werden, indem das Individuum sein Innerstes nach außen bringen und sich durch be-

liebige Selbstinszenierung immer wieder aufs Neue seiner Existenz vergewissern kann:

„Indem sprechende Subjekte sich und ihr Begehren der Öffentlichkeit aussetzen, setzen sie sich auf zweifache Weise in eine Beziehung zu sich selbst: Das anscheinend zwanglose Geplauder am Telefon ist eine experimentell-kontrollierte Anordnung, in der sich das sprechende Subjekt ‚erfindet‘. In der quasi (selbst-)therapeutischen Gesprächssituation befreit vom Zwang seines Begehrens und von Ballast seiner Bedrängnisse und Bedrückungen, ist es bemüht, heraus zu finden, was oder wer es selbst ist.“ (Bublitz 2010: 167)

Bublitz bezeichnet diesen Vorgang der Selbstnarration als „kathartischen Effekt“ (ebd.: 133), indem sich das Subjekt durch die öffentliche Darstellung nicht nur seiner selbst vergewissert, sondern sich zusätzlich auch die Anteilnahme am eigenen Leben, das Mitgefühl und die Empathie durch andere sicher sein kann. Diese zutiefst heilsamen Effekte werden durch Prozesse der inneren Reinigung in das neu konstituierte Subjekt integriert (vgl. ebd.).

5.2.6.1. **Exkurs: Blickanordnung**

Bublitz bezieht sich in ihrem Buch immer wieder auf das ursprünglich von Jeremy Bentham entworfene und von Michael Foucault ausgeführte Modell des Gefangenen und des Wärters und der damit einhergehenden panoptischen Blickmacht. Sie vertritt die Meinung, dass durch die neuen Formen medialer Öffentlichkeit und durch die daraus resultierenden Prozesse der Selbstinszenierung, auch eine neue verschobene Blickmacht entstanden sei, die mit der Blickanordnung von Bentham und Foucault nicht immer gleichgesetzt werden könne (vgl. ebd.: 21):

„Das Verhältnis zu sich und der Prozess der Selbstwerdung sind fundamental an die Fähigkeit gebunden, sich mit den Augen der anderen, der Umgebung zu sehen – und ihren Blickwinkel antizipierend darzustellen. Darin ist eingeschlossen, dass der Bezug auf sich selbst durch ein Vermittelndes, Anderes erfolgt, indem das Subjekt in Distanz zu sich tritt und eine ‚kontrollierende‘ Instanz zwischen sich und seine Selbsterkenntnis oder –enthüllung einschaltet.“ (Bublitz 2010: 57f.)

So sind Selbst- und Fremdwahrnehmung unweigerlich miteinander verbunden und „als Instrumente sozialer Kontrolle ineinander verschränkt“ (ebd.: 73). Doch nur die Selbstbeobachtung führt zu Geständnis- und Bekenntnispraktiken und äußert sich durch unablässiges Begehren zur medialen Beichte (vgl. ebd.).

Die Blickanordnung der anderen wiederum setzt Prozesse in Gang, die dazu führen, sich mit dem eigenen Selbst auseinander zu setzen und sich im Verhältnis der anderen zu sehen. Das beobachtete Subjekt ist den voyeuristischen Blicken der anderen ausgesetzt und befindet sich auch im permanenten Wissen darüber. Es ist sich also stets seinem Status als Objekt der Beobachtung bewusst und muss sich auch dementsprechend verhalten. Die Selbstinszenierung und die öffentlich gewählte Rolle muss im Blick der anderen stets aufrecht erhalten und angepasst werden um der zuschauenden Masse das richtige Bild zu vermitteln, das selbst ausgewählt wurde. Für eine gelungene Selbstinszenierung ist deshalb der Blick der anderen entscheidend und unabdingbar, er wird „zum Garant der miss- oder gelingenden (Selbst-)Darstellung (...)“ (ebd.: 200).

Die ursprüngliche Blickanordnung verkehrt sich dadurch ins Gegenteil. Der Blick des anderen erscheint in diesem Fall weder als unangenehm, noch als störend. Das Subjekt ist sich stets den Kontrollblicken der anderen bewusst und genießt diese sogar, weil es auf sie angewiesen ist und weil sie es sind, unter denen eine gelungene öffentliche Selbstdarstellung erst zur Geltung kommt:

„Dabei verändert sich die panoptische Anordnung, indem sich das – exhibitionistische – Begehren, angeblickt und gesehen zu werden mit voyeuristischen Perspektiven des Erblickens und Beobachtens zu einem Dispositiv des Kontrollbegehrens verschränken. Hier geht es nicht darum, sich bedingungslos dem Blick des anderen zu unterwerfen. Der Blick des Anderen erlangt vielmehr dadurch Bedeutung, dass er als – exhibitionistisch-voyeuristische Attraktion vom Beobachteten begehrt wird.“ (Bublitz 2010: 187)

Nicht nur Hannelore Bublitz, sondern auch andere zahlreiche Wissenschaftler beziehen sich in ihren Ausführungen auf Jermeý Bentham, Michel Foucault und dessen Theorien von Macht und Gesellschaft⁴.

5.2.7. **Ökonomie der Aufmerksamkeit**

Georg Franck, ein Wiener Architekturprofessor und Zeitkritiker, hat mit seiner „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ das Schlagwort einer gesamten Generation erschaffen. Franck vertritt in seinem Buch die These, dass sich die Aufmerksamkeit eines Menschen zu einer neuen Ökonomie entwickelt hat, in der jeder einzelne danach strebt, möglichst viel Beachtung und, damit einhergehend, Wertschätzung durch andere zu erfahren. Bisher war es das Ziel, die Aufmerksamkeit derjenigen Personen zu erlangen, die von einem geschätzt werden. Durch die neue Ökonomie ist zunehmend auch das Phänomen zu beobachten, dass sich Individuen gegenwärtig in zunehmenden Maße auch um die Aufmerksamkeit von ihnen fremden Personen bemühen (vgl. Franck 1998: 133): „Die direkte Arbeit am Tauschwert der eigenen Arbeit schließt alle Arten und Weisen ein, sich mit fremden Federn zu schmücken. Ein geschicktes Händchen im Einspannen geliehener Aufmerksamkeit kann Handicaps in Herkunft und Aussehen durchaus kompensieren“ (ebd.).

Franck postuliert, dass wir heutzutage in einem Informationszeitalter leben, in der sich die Menschen vor Informationen kaum mehr retten können und Aufmerksamkeit daher zu einem knappen Gut wird. Da die Kapazität der Aufmerksamkeit nicht unbeschränkt ist, wird die Anerkennung jedes einzelnen Menschen gegenwärtig als neue Währung gehandelt (vgl. ebd.: 49). In der gegenwärtigen Gesellschaft wird es für ein Individuum

⁴ Vgl. Rheingold 1994: 341; Hahn/Willems 1998: 188; Turkle 1998: 402; Burkart 2006: 15.

immer schwieriger, in der Masse der Vielen aufzufallen, geschweige denn sich Gehör zu verschaffen. Aufmerksamkeit wird in diesem Sinne als Ware begriffen, die unter den Teilnehmern einer virtuell stattfindenden Öffentlichkeit als wertvolles Gut gehandelt wird: „Von Aufmerksamkeit sind alle User/-innen jedoch gleichermaßen abhängig (...). Aus dieser wechselseitigen Abhängigkeit entsteht eine medien-spezifische Ökonomie sozialer Aufmerksamkeit, in der es zu massiven Akkumulationen der Aufmerksamkeit als Ressource und als Tauschobjekt kommt“ (Reichert 2008: 64).

5.2.8. Exkurs: Flexibilität

Um im Folgenden die beiden Aspekte, „Selbstoptimierung“ und „Das Selbst als Marke“, als Motive einer Selbstinszenierung zu verstehen, ist vorhergehend mit dem Begriff der Flexibilität die Bedingung dazu genauer zu untersuchen. In diesem Zusammenhang spricht Richard Sennett in seinem Buch „Der flexible Mensch“ (2006) vom flexiblen Kapitalismus und meint damit die Beanspruchung der Menschen, „die kurzfristige Arbeitsverhältnisse eingehen, statt der geraden Linie einer Laufbahn im alten Sinne zu folgen, mehr Freiheit zu geben, ihr Leben zu gestalten“ (Sennett 2006: 11).

Das gegenwärtige Individuum ist durch die schnelllebige Gesellschaft fortwährenden Veränderungen unterworfen. Was heute in ist, scheint morgen schon wieder out zu sein. Es gilt, sich diesen Veränderungen so gut wie möglich anzupassen, sofern man nicht seine Anschlussfähigkeit verlieren will: „Nicht einem Flickenteppich, der, einmal genäht, sein Muster nicht mehr ändert, gleicht das sich als ‚Projekt Ich‘ konstituierende Selbst, sondern einem Kaleidoskop, das bei jedem Schütteln ein neues Muster zeigt“ (Bröckling 2007: 279).

So scheinen zum gegenwärtigen Zeitpunkt dem Individuum so viele mögliche Handlungsoptionen wie nie zur Verfügung zu stehen, es scheint alles in greifbarer Nähe und im Bereich des Möglichen zu liegen, solange sich das Individuum nur dazu entscheidet. Die Tendenz geht daher immer mehr in die Richtung, als dass der Mensch „zum Autor seines Lebens“ (Sennett 2006: 17) wird und selbst bestimmend für seinen Erfolg oder Misserfolg verantwortlich zu sein scheint.

Um mit dieser Beschleunigung mithalten zu können, müssen die Individuen verstärkt flexibel und scheinbar undogmatisch sein. Was in der heutigen Zeit gefordert wird, war auch schon im 15. Jahrhundert im englischen Wortschatz bekannt, wenn auch mit ei-

nem völlig divergenten Sinngehalt: „Seine Bedeutung war ursprünglich aus der einfachen Beobachtung abgeleitet, daß [sic] ein Baum sich zwar im Wind biegen kann, dann aber zu seiner ursprünglichen Gestalt zurückkehrt“ (Sennett 2006: 57). So werden heutzutage von einem Individuum dieselben Eigenschaften gefordert, die auch früher bei einem Baum beobachtet wurden: „Im Idealfall sollte menschliches Verhalten dieselbe Dehnfestigkeit haben, sich wechselnden Umständen anpassen, ohne von ihnen gebrochen zu werden“ (ebd.).

Flexibilität, so scheint es, ist die in unmittelbar vergangener Zeit von der Gesellschaft am meisten geforderte Eigenschaft geworden: „Veränderungsbereitschaft und Flexibilität sind (...) zu gesellschaftlichen Forderungen geworden, denen gleichsam entsprochen werden muss“ (Schachinger 2005: 87). Auch Bublitz sieht die Eigenschaft der Flexibilität als eine der wesentlichsten an, um in der heutigen Gesellschaft bestehen zu können: „Gewinner einer ‚gegenwärtigen Zukunft‘ sind also diejenigen, die sich in ihren Beziehungen zu anderen flexibel verhalten und sowohl ihre Beziehung(en) als auch sich selbst ohne zu zögern den Bewertungen und Einschätzungen der anderen entsprechend modifizieren“ (Bublitz 2010: 202). Dabei ist an dieser Stelle festzuhalten: Sollte ein Individuum tatsächlich ohne Bedenken sich zu jeder Zeit unreflektiert den Meinungen und Ansichten der medialen Öffentlichkeit anpassen, sollte dies zu denken geben. Wenn Bublitz in diesem Zusammenhang von „ohne zu zögern“ spricht, könnte man dem Individuum fehlendes Rückgrad und Uneigenständigkeit vorwerfen. In der Regel bezieht sich aber hier der Begriff der Flexibilität auf einen vom Individuum gewollten Zustand der Modifikation.

Auch Lothar Krappmann sieht mit der Eigenschaft der Flexibilität die Fähigkeit verbunden, sich zu mehreren Zeitpunkten oder auch gleichzeitig an nebeneinander oder nacheinander ablaufenden Interaktionen zu beteiligen und behauptet daher, dass „die Menschen grundsätzlich in gewissem Maße zu Persönlichkeitsspaltungen verurteilt sind“ (Krappmann 2010: 49). Er sieht weiters eine Diskrepanz zwischen den Erwartungen und der tatsächlichen Sachlage eines Individuums, das sich zwar durch Selbstdarstellung äußerst flexibel an seine Umwelt anpassen, diese Bedingungen aber nur unzureichend erfüllen kann: „Was erwartet wird, ist also ein Balanceakt: eine Identität aufbauen, die scheinbar den sozialen Erwartungen voll entspricht, aber in dem Bewußtsein [sic], in Wahrheit die Erwartungen doch nicht erfüllen zu können“ (ebd.: 72).

Dabei führt er innerhalb der Flexibilität noch einmal zwei verschiedene Handlungsweisen an, die wiederum ein gewisses Maß an Anpassungsfähigkeit und Beweglichkeit erfordern:

„Im Falle der `social identity` wird verlangt, sich den allgemeinen Erwartungen unterzuordnen, im Fall der `personal identity` dagegen, sich von allen anderen zu unterscheiden. Es wird also zugleich gefordert, so zu sein wie alle und so zu sein wie niemand. Auf beiden muß [sic] das Individuum balancieren, weil es, um Interaktion nicht zu gefährden, weder der einen noch der anderen Anordnung noch beiden voll nachgeben, noch sie gänzlich verweigern kann.“ (Krappmann 2010: 78)

Sherry Turkle erwähnt das Buch „Flexible Bodies“ von der Anthropologin Emily Martin und den von ihr definierten Begriff der „Flexibilitätspraktika“ (zit. nach Turkle 1998: 416). Ihrer Meinung nach könne man diesen Begriff auf die virtuellen Gemeinschaften im Cyberspace ummünzen, weil sich gerade in ihnen „hervorragende Beispiele für Flexibilitätsübungen“ finden lassen würden, denn „in diesen Umgebungen spielen die User entweder ausdrückliche Rollen (...), oder sie gestalten ihr Online-Selbst auf subtilere Weise. Erwachsene, und genauso Kinder, lernen, multipel und wandelbar zu sein“ (ebd.).

5.2.9. **Selbstopтимierung**

Unter diesem Aspekt kann Selbstinszenierung als lebenslanges Projekt verstanden werden, dem ein Individuum unterworfen ist. Es steht unter einem fortwährenden Optimierungszwang und ist permanenten Vergleichen mit anderen ausgesetzt. Das führt dazu, dass ein Prozess in Gang gesetzt wird, in dem sich das Individuum kontinuierlich selbst mit kritischem Blick beobachtet: „Das Selbst erscheint als reflexives Projekt, das sich allein oder mithilfe professioneller Berater, Therapeuten, Coaches oder anderer Autoritäten einem permanenten Selbstmonitoring unterzieht, um die `Flugbahn` seines Lebens immer neu zu adjustieren“ (Bröckling 2007: 26). Dabei übernimmt es automatisch die Verantwortung für sein Selbstprojekt und muss sich deshalb im Klaren sein, dass „mit den Chancen der Selbstverwirklichung stets die Risiken des Absturz einhergehen“ (ebd.). Sollte das Individuum in diesem Fall mit den anderen oder mit der beschleunigten Lebensweise nicht mithalten können, so muss es sich diese Unzuläng-

lichkeit selbst zuschreiben, denn nur es alleine ist für eine gelungene oder misslungene Lebensführung verantwortlich.

Auch Bublitz hat sich mit dem Phänomen der Selbstoptimierung näher beschäftigt und verzeichnet hier eine ständige Kontrolle, die sich das Individuum selbst auferlegt hat: „Selbstpräsentation unterläge damit dem Programm einer permanenten Selbstprüfung und Selbstüberbietung. So betrachtet, konstituiert sich ein Selbst, das permanent an sich und an seinem Eindruck auf andere arbeitet, um soziale Existenz, seinen Subjektstatus zu sichern“ (Bublitz 2010: 24).

Laut Sennett äußert sich die Selbstoptimierung in pausenloser Beweglichkeit des Subjekts: „Stabilität erscheint fast als Lähmung. Das Ziel ist weniger wichtig als der Akt des Aufbruchs“ (Sennett 2006: 115). So muss das Subjekt immer auf der Hut sein, um ja nichts Relevantes zu verpassen. Es treten Vergleichsprozesse in Kraft, denen das Subjekt automatisch ausgesetzt ist. So befindet es sich in ständigem Wettkampf mit anderen Subjekten und muss durch diese Rivalität ständig, getrieben von der Angst, von den anderen überholt zu werden, auf Achse sein. Sennett verortet hier die Furcht eines Individuums nichts zu tun: „In einer dynamischen Gesellschaft ist der Stillstand wie der Tod“ (ebd.: 116) und „Wer sich nicht bewegt, ist draußen“ (ebd.: 115). Dieselbe Ansicht teilt auch Hannelore Bublitz: „Stillstand wäre tödlich“ (Bublitz 2010: 100).

Dieses Risiko will niemand eingehen und es scheint sich in zunehmendem Maße auch niemand leisten zu können. Das Individuum steht hier unter dem Druck, sich einerseits anzupassen und mit anderen mitzuhalten, auf der anderen Seite aber auch ein mögliches Scheitern abzuwehren, denn „das Scheitern ist das große moderne Tabu“ (Sennett 2006: 159). Das Individuum kann also gar nicht anders, als sich immer wieder aufs Neue als leistungsfähig, dynamisch und flexibel in der Öffentlichkeit zu inszenieren und zu präsentieren, sofern es nicht als Versager und als unfähig dastehen will.

Wenn sich das Subjekt mit den anderen vergleicht und in einen Konkurrenzkampf mit ihnen tritt, so werden seine Mitstreiter bzw. Gegner gar nicht als solche vom Subjekt wahrgenommen. Es scheint nicht gegen einzelne individualistische Persönlichkeiten anzukämpfen, sondern gegen beliebig ausgewählte Wesen, die es zu überholen und zu überbieten gilt: „Dabei sind ´die anderen`, wie Objekte (des Konsums), austauschbar; sie zählen nicht als authentische Individuen im Sinne der Einzigartigkeit, Echtheit

und Vertrautheit, sondern als Standard, an dem man sich, auch und besonders in der Überbietung, orientiert“ (Bublitz 2010: 51).

Der Drang zur unermüdlichen Selbstinszenierung und die damit verbundenen Anforderungen, die an das Individuum gestellt werden, führen unweigerlich zu einem erschöpften Selbst (vgl. Bröckling, Gergen, Bublitz, et. al.), das durch die Möglichkeit, sein Leben selbst in die Hand zu nehmen und durch die vielen Gestaltungsoptionen dahinter, zwangsläufig überfordert ist. Bublitz bezeichnet dieses erschöpfte Selbst charakteristisch für die heutige Gesellschaft und führt an, dass dieses Selbst vielleicht „ebenso wie das sozial isolierte und depressive Subjekt die – pathologische – Signatur einer Ökonomie“ darstellt, die „den ganzen Menschen, vor allem aber auch das sich authentisch präsentierende, immer auf kommunikativen Anschluss bedachte Selbst zur Produktivkraft macht“ (Bublitz 2010: 123). Drastischer sieht Bröckling die Situation des erschöpften Selbst: „Weil die Anforderungen unabschließbar sind, bleibt der Einzelne stets hinter ihnen zurück, weil der kategorische Komparativ des Marktes einen permanenten Ausscheidungswettkampf in Gang setzt, läuft er fortwährend Gefahr, ausgesondert zu werden“ (Bröckling 2007: 289). Diese Gefahr sollte aber nach Möglichkeit abgewendet werden, denn „Anerkennung ist gebunden an Erfolg, und jedes Scheitern weckt die Angst vor dem sozialen Tod“ (ebd.).

Das Gegenteil von einem optimierten Selbst, wie es von Bröckling bezeichnet wird, ist daher ein Selbst, das mit der ständig selbst auferlegten und auch, so scheint es, von der Gesellschaft geforderten Selbstoptimierung nicht mithalten kann: „Das Regime des unternehmerischen Selbst produziert deshalb mit dem Typus des smarten Selbstoptimierers zugleich sein Gegenüber: das unzulängliche Individuum“ (ebd.). Dieses daraus resultierende erschöpfte Selbst steht stellvertretend für eine ganze Generation von Individuen, die den Anforderungen der heutigen Gesellschaft nicht gewachsen und dadurch überfordert und abgeschlagen sind. Paradoxe Weise scheinen diese Individuen in den Augen der anderen als schwach und kraftlos und es hat den Anschein, als ob sich heutzutage jeder selbst der nächste zu sein scheint und diejenigen, die auf der Strecke bleiben, nur noch als Konkurrenten, die wegfallen, angesehen werden.

An dieser Stelle muss außerdem festgehalten werden, dass das reale Leben eines sich selbst optimierenden Subjekts keinesfalls immer mit einem virtuell geführten Leben mithalten muss. Es kann durchaus möglich sein, dass ein Individuum nur im Schleier der Virtualität ein Optimum erreichen kann und sich daher nur im Internet als stets an-

schlussfähig inszeniert: „Das faktische Leben erscheint aus dieser Perspektive in gewisser Weise als bloß hypothetische Existenz, da es immer auch anders sein könnte und als verbesserungs-, ja, optimierungsfähig erscheint. Wie das Leben auch anders sein könnte, wird medial vorgeführt“ (Bublitz 2010: 208). So ist das sich selbst inszenierende Subjekt im virtuellen Raum nicht denselben Selektionsprozessen wie im realen Leben ausgesetzt und folglich fällt es ihm dadurch auch viel leichter, sich im Internet optimal in Szene zu setzen.

Dabei scheinen Formen der Selbstoptimierung in höherem Maße in der „westlich orientierten“ Welt zu existieren, da in diesen Ländern die Eigenschaft der Flexibilität erhöht vorhanden sein muss und diese auch immer zunehmender von ihren Bürgern abverlangt wird. Was Erikson schon vor längerer Zeit erkannt hat, hatte damals schon Bestand und es liegt daher die Vermutung nahe, dass sich durch die zunehmende Beschleunigung der Gegenwart die damaligen Verhältnisse im Gegensatz zu heute noch um ein Vielfaches verstärkt haben: „Die Demokratie in einem Lande wie Amerika, stellt gerade dadurch besondere Probleme, daß [sic] sie eine *selbstgemachte Identität* verlangt, eine Identität, die bereit und fähig unvorhergesehene Chancen zu ergreifen und sich dem Wechsel von Boom und Baisse, Frieden und Krieg, Mobilität und Selbsthaftigkeit [sic] anzupassen“ (Erikson 1994: 112).

5.2.10. Das Selbst als Marke

Sich selbst als Marke zu inszenieren wurde in früherer Vergangenheit en vogue. Dabei geht es dem Individuum nicht primär um die Erlangung von Aufmerksamkeit als reinem Selbstzweck und um damit sein Selbstbewusstsein aufzubessern, sondern um Aufmerksamkeit, die damit zum eigenen Status einer Person beiträgt. Laut Sennett scheinen die Massen dem einzelnen Individuum keine Beachtung mehr zu schenken. Ein einzelner Mensch scheint gegen die Masse der Vielen nicht mehr anzukommen, in ihr unterzugehen und, ökonomisch gesehen, auch nichts mehr wert zu sein. Deshalb scheint es heutzutage wichtiger den je zu sein, sich aus der Masse hervorzuheben, aufzufallen und sich im richtigen Licht zu präsentieren (vgl. Sennett 2006: 82).

Um sich selbst als Marke zu inszenieren sind heutzutage unternehmerische Fähigkeiten gefordert, „es geht vor allem darum, sich als sich selbst führendes Individuum zu präsentieren, das in Eigeninitiative für sein Leben sorgt und sich in der Gesellschaft

immer wieder in Relation zu anderen sozial positioniert“ (Bublitz 2010: 30). So sieht sich das Selbst als Teil eines Marktes an, zu dem permanente Anschlussfähigkeit von großer Bedeutung wird: „Es geht darum, den gesamten Lebenszusammenhang einem betriebswirtschaftlichen Kalkül zu unterwerfen und in diesem Sinne das Beste aus seinem Leben herauszuholen“ (ebd.: 98). Das Subjekt fungiert hier also als Betriebswirt seines eigenen Lebens und verwaltet damit so gut wie möglich seinen öffentlichen Internetauftritt. Die Gründe für diese Art von Selbstinszenierung sind „nicht nur Ausdruck der Individualisierung, sondern auch Ausdruck neuer Formen der Vergemeinschaftung, die permanent soziale Anschlussfähigkeit einfordern“ (ebd.: 117).

In diesem Zusammenhang vereinen sich im Subjekt, das sich als Marke präsentiert und ausstaffiert, mehrere, bereits angeführte, Komponenten, wie z.B. die Kontroll- und Feedbackmechanismen, der unmittelbare Zwang zum Bekenntnis, die Selbstoptimierung oder Formen der Beobachtung, etc.:

„An den Markt angeschlossen wird das ´unternehmerische Selbst` durch eine ständige ´demokratische` Kontrolle seiner Performance und die damit verbundene Bewertung und Selektion: Quantitative Mess- und Skalierungsverfahren verschränken sich mit Feedback-Verfahren und Formen der Selbsteinschätzung, die an Verfahren der (...) Selbsterfahrung anschließen. Der ´heiße Stuhl` entspricht hier dem Beichtstuhl, mit dem Unterschied, dass der Beichtvater sichtbar ist und der Bekenntniszwang sich sowohl auf die eigene Person als auch auf die anwesenden Anderen bezieht.“ (Bublitz 2010: 99)

So kann das Subjekt nur dann erfolgreich am virtuellen Markt der Aufmerksamkeit teilhaben, wenn es Managementqualitäten besitzt und folglich Selbstmarketing betreibt: „Kreativer ´flow` avanciert zur Zauberformel eines Arbeits- und Konsumobjekts, das sich beständig seiner ökonomisch-unternehmerischen und ästhetisch-semiotischen Beweglichkeit vergewissern muss“ (ebd.: 109). Wichtig zu beachten ist hierbei, sich zwar in origineller Weise von anderen abzuheben und durch möglichst viel konstruktive Kreativität aufzufallen, sich aber nicht zu sehr in den Mittelpunkt zu drängen und dadurch vielleicht als aufdringlich und penetrant angesehen zu werden. Weiters besteht die Gefahr, durch zuviel ingeniöses Verhalten als in höchstem Maße theatralisch und exzentrisch aufzutreten und in letzter Konsequenz „auf der übertriebenen Exzentrik

sitzen zu bleiben“ (Bublitz 2010: 110). Sich selbst als Marke zu inszenieren bedarf also viel Fingerspitzengefühl und permanenter Arbeit an sich selbst:

„In dem Maße, in dem der Einzelne sich als unverwechselbare *Marke Ich* kreiert, hebt er sich von der Masse ab und vermag die Konkurrenten auszustechen – freilich nur, wenn das persönliche Label zugleich Qualität verbürgt und den Anforderungen der externen Kunden genügt, gleichgültig ob es sich dabei um potenzielle Arbeitgeber oder um Beziehungspartner handelt. Das totgesagte Subjekt der abendländischen Philosophie, es lebt fort – als Trademark.“ (Bröckling 2007: 68)

Eine Abkehr von diesem Handeln ist demnach nicht abzusehen, da die gegenwärtige Gesellschaft in zunehmendem Maße marktorientierte Dynamiken freisetzen wird, mit denen es mitzuhalten gilt. Das Subjekt kann dadurch gar nicht anders als mit diesen Verhaltensweisen konform zu gehen und sich dementsprechend an vorherrschende Gesetzmäßigkeiten anzupassen.

5.3. **Conclusio**

Das fünfte Kapitel eint die vorangegangenen Kapitel und die daraus gewonnenen Erkenntnisse. Durch die neuen Einsichten lässt sich das Phänomen der medialen Selbstdarstellung in Virtual Communities näher durchleuchten und klar und übersichtlich darlegen.

So wird deutlich, dass das Subjekt, eingehend mit dem Web 2.0 und seinen technischen Entwicklungen, in den Virtual Communities eine scheinbar unbegrenzte Anzahl an Möglichkeiten vorfindet, um sich im virtuellen Raum zu inszenieren. Verschiedenste Techniken und Anwendungen erlauben es einem Individuum, die individuellen Motive zur Selbstinszenierung in die Tat umzusetzen. Dabei wurde deutlich, dass ein Individuum mit seiner Darstellung unterschiedliche Ziele verfolgt und die Gründe dafür von vielfältiger Natur sein können. Wesentliche Motive dahinter sind Aufmerksamkeit zu erlangen und Beachtung durch andere zu finden. Die Mitglieder einer Virtual Community inszenieren sich zumeist aus eigener Motivation heraus, zum Teil passen sie sich aber auch an die anderen Community-Mitglieder an. Es entsteht eine Dynamik, die den Einzelnen dazu verpflichtet, sich entweder aktiv an der virtuell erfahrbaren Welt zu beteiligen, oder von ihr ausgeschlossen und damit „out“ zu sein und ins soziale Abseits

zu geraten. Was in der realen Welt gilt, scheint somit auch im Internet immer mehr Beachtung zu finden. Das Subjekt präsentiert sich zwar freiwillig in der Öffentlichkeit, steht aber fortan unter permanenter Beobachtung und unter dem Druck, ein optimales Bildnis seiner eigenen Person nach außen hin zu präsentieren.

6. SCHLUSSBEMERKUNG UND AUSBLICK

Anhand der vorangegangenen Kapitel lässt sich feststellen, dass sich in den letzten Jahren im Internet eine Kultur etabliert zu haben scheint, die es deren Mitgliedern in zunehmendem Maße ermöglicht, sich selbst öffentlich zur Schau zu stellen. Die User nehmen dieses ihnen offerierte Angebot auch gerne an, denn „als Effekt einer Konstruktion von menschlicher Sinneswahrnehmung, technischem Apparat und kulturellem Blick ist die Medienwirklichkeit ein ontologischer Zwitter, ein fragiles Gebilde jenseits von Sein und Schein, mit dem sich wunderbar spielen lässt“ (Hartmann 2003: 34). Auf den Plattformen unterschiedlicher Virtual Communities wird es somit den Individuen ermöglicht, verschiedene Identitäten anzunehmen, in Rollen zu schlüpfen und diese nach persönlichem Belieben zu präsentieren. Dabei ist das Individuum in seiner Kreativität nahezu uneingeschränkt und somit in der Lage, sich Selbst oder auch nur einen bestimmten Aspekt seiner Persönlichkeit wahllos zur medialen Aufführung zu bringen: „Mal inszenieren wir uns selbst, mal werden wir inszeniert. Das Informationszeitalter beschert uns immer mehr ein Leben aus zweiter Hand“ (Opaschowski 1999: 137).

Ein Ende der Selbstthematizierungs- und Bekenntniskultur ist nicht vorherzusehen, eher das Gegenteil davon. Gerade im Bereich der Virtual Communities versuchen unterschiedliche Betreiber immer wieder, sich auf dem beliebten virtuellen Marktplatz zu etablieren. Zu beobachten ist dies anhand der neuen Social Networking Site „Google+“, die mit dem Slogan „Teilen wie im richtigen Leben, neu erfunden für das Web“ wirbt und nach eigenen Angaben „die Interaktion mit Personen im Web ähnlich wie im richtigen Leben“ gestaltet (Quelle: <https://plus.google.com/>).

Auch viele Unternehmen und Anbieter wollen auf diesen Zug aufspringen und verlagern ihre Aktivitäten zunehmend ins Web, indem sie sich an Virtual Communities beteiligen und so den Usern auch online ihre Angebote anpreisen können.

Durch die fortwährende Entwicklung neuer Web-Technologien und innovative Anwendungen wird es dem User auch in Zukunft weiterhin möglich sein, zusammen mit anderen Menschen virtuelle Gemeinschaften aufzubauen und sich in ihnen zu beteiligen: „Es bleibt alles anders. Dies ist das Netz-Paradoxon, die Widersprüchlichkeit des Netzes in einen Satz gegossen“ (Neverla 2002: 147).

So werden immer mehr Menschen ihr real existierendes Leben ins Web übertragen und das Internet muss sich schon gegenwärtig an diese zukünftigen Entwicklungen anpassen. Wird der Gedankengang fortgesetzt, dass sich die Mitgliedschaft in Virtual Communities weiterhin großer Beliebtheit erfreuen wird, so steigert sich nicht nur die Anzahl der Mitglieder, sondern auch deren Alter. Viele Communities haben schon auf die Tatsache reagiert, dass sie es nun nicht mehr, wie anfänglich, mit einer jungen Nutzergeneration zu tun haben, sondern mit Usern, die, sowohl im realen als auch im virtuellen Leben, immer älter werden.

Diese Gegebenheit haben sich verschiedene Unternehmen zunutze gemacht, indem sie, im Falle eines Ablebens, den Usern anbieten, nach ihrem Tod das Profil weiterhin zu verwalten. So kann der User schon zu Lebzeiten festlegen, wie nach seinem Tod mit dem Profil oder mit seinen Konten verfahren wird. Als Beispiel ist hier die Plattform LegacyLocker (URL: <http://legacylocker.com/>) zu nennen, die im Auftrag und gegen Bezahlung Konten und Passwörter eines Internetnutzers verwaltet und diese dann nach dessen Ableben als, sozusagen, digitales Testament an die Hinterbliebenen weitergibt. Falls gewünscht, verfasst LegacyLocker auch digitale Nachlässe und verständigt im Todesfall alle Angehörigen und Bekannten über das Ableben. Was auf den ersten Blick makaber anmutet, hat sich jedoch durchgesetzt und so ist im deutschsprachigen Raum auch die Website Idivus auf diesen Zug aufgesprungen, die mit dem Slogan „For your family and friends“ wirbt (URL: <http://www.idivus.com/>).

Auch die meisten Virtual Communities bieten inzwischen die Funktion an, das Ableben eines Users bekannt zu geben. So gibt es bei Facebook ein extra Formular (http://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=deceased), anhand dessen man eine verstorbene Person melden kann. Das Profil des Verstorbenen kann daraufhin auf einen sogenannten „Gedenkstatus“ oder „Memorial State“ gesetzt werden. Die Hinterbliebenen haben dadurch die Möglichkeit, digital ihre Trauer zu bekunden und sich an das ehemalige Mitglied zu erinnern.

Dieses Phänomen wirkt gegenwärtig zwar etwas befremdlich, doch es scheint lediglich die logische Konsequenz vergangener Entwicklungen zu sein. So können die Auslegungen in vorliegender Arbeit nur als eine Art Momentaufnahme begriffen werden, da durch die vielen Veränderungen und ständigen Neuerungen im Internet auch das Leben im virtuellen Raum in permanentem Wandel begriffen ist. Daraus resultierend lässt sich nur schwer eine Prognose für zukünftige Entwicklungen im Internet geben, doch

eines scheint gewiss: Internetnutzer werden auch weiterhin „ein pausenloses Bereitstellen von Modellen der Inszenierung des Lebens“ (Münch 2002: 190) vorfinden. Diese anzunehmen sei jedem Subjekt selbst überlassen - doch es würde nicht schaden, wenn wir „hin und wieder durch einen kritischen Gedanken jener Art gestört würden, für die Adorno einstand wie wenige“ (Liessmann 2003: 178).

Die gewonnenen Erkenntnisse lassen darauf schließen, dass sich die ständigen Entwicklungen im Internet lediglich an den Wandel der Gesellschaft anpassen und diesen nicht erst hervorrufen oder an diesem beteiligt sind. Virtual Communities erfüllen somit nur die real vorhandenen Bedürfnisse ihrer User und ermöglichen durch Virtualität einen vielfältigeren und spielerischen Umgang mit Identität und Selbstdarstellung als im wirklichen Leben.

So sind die gegenwärtigen Entwicklungen als ein zweischneidiges Schwert anzusehen. Einerseits werden durch Virtual Communities den Usern viele neue Möglichkeiten eröffnet und Kommunikation und gegenseitiger Austausch erleichtert. Andererseits gehen User eine Zwangsbeziehung mit dem Internet ein. Die vernetzte Welt ermöglicht nicht nur Online-Partizipation, sie fordert diese sogar. Der User sieht sich somit vor die Herausforderung gestellt, in einer real existierenden und einer immer komplexer werdenden Gesellschaft zu funktionieren und zunehmend auch an einer virtuellen und multidimensionalen Gemeinschaft teilzuhaben. Der postmoderne Mensch wird so zu einem Bewohner zweier Welten, denen er beiden gerecht werden muss.

QUELLENVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Unterschiede zwischen dem Web 1.0 und dem Web 2.0.

Entnommen aus: O'Reilly, Tim (2005). What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.

URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. [15. September 2011].

Abb. 2: "Timeline of the launch dates of many major SNSs and dates when community sites re-launched with SNS features". Die chronologische Entstehung der Social Network Sites.

Entnommen aus: Boyd, Danah M./Ellison Nicole B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. S. 215.

URL: <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>. [20. September 2011].

Abb. 3: „Pay attention while walking“. Schild auf der Bleeker Street in New York City.

Entnommen aus: Reddit.com.

URL: <http://www.reddit.com/user/AncientMurrelet>. [30 Oktober 2011].

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Merkmale des Kollektivismus und Individualismus

In: Schachinger, Helga E. (2005). Das Selbst, die Selbsterkenntnis und das Gefühl für den eigenen Wert. Einführung und Überblick. 2., überarbeitete und ergänzte Auflage.

Bern: Verlag Hans Huber.

Zu finden auf Seite 38.

Tab. 2: Stabiles Kernselbst und Variables Rollenselbst

In: Schachinger, Helga E. (2005). Das Selbst, die Selbsterkenntnis und das Gefühl für den eigenen Wert. Einführung und Überblick. 2., überarbeitete und ergänzte Auflage.

Bern: Verlag Hans Huber.

Zu finden auf Seite S. 30.

Internetquellen

- Bourdieu, Pierre (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. Originalbeitrag, übersetzt von Reinhard Kreckel. In: Kreckel, Reinhard (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten (*Soziale Welt* Sonderband 2). Göttingen: Schwartz. S. 183 – 198.
URL: <http://unirot.blogspot.de/images/bourdieuKapital.pdf>.
[20. September 2011].
- Boyd, Danah M., Ellison, Nicole. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.
URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
[10. Oktober 2011].
- Chomsky, Noam (1965). Aspects of the Theory of Syntax.
URL: <http://www.dtic.mil/cgibin/GetTRDoc?AD=AD0616323&Location=U2&doc=GetTRDoc.pdf>.
[10. Oktober 2011].
- interactive tools GmbH. Agentur für digitale Medien (2006). Web 2.0. Ein Überblick.
URL: http://www.medianet-bb.de/uploadDir/File/Web_2_0.pdf.
[20. August 2011].
- O'Reilly, Tim (2005). What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.
URL: <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>.
[30. Oktober 2011].

Internetquellen ohne Autor

[Anm. d. Verf.: Alle folgenden Internetquellen wurden jeweils am 10. November 2011 nochmals aufgerufen und gecheckt.]

- [ausgestiegen.com](http://www.ausgestiegen.com/). Freunde treffen statt Freunde adden!
URL: <http://www.ausgestiegen.com/>.

- BlackPlanet; URL: <http://www.blackplanet.com/>.
- Ciao; URL: <http://www.ciao.de/>.
- Classmates; URL: <http://www.classmates.com/>.
- Epinions. Unbiased Reviews by Real People; URL: <http://www.epinions.com/>.
- Facebook;
Startseite: URL: <http://www.facebook.com/>.
Formular zur Meldung einer verstorbenen Person:
URL: http://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=deceased.
- Finanz-lexikon.de. Finanzen verstehen. Dresden: Dynamicdrive GmbH & Co. KG
URL: http://www.finanz-lexikon.de/dotcom-blase_1449.html.
- Flickr; URL: <http://www.flickr.com/>.
- Friendster; URL: <http://www.friendster.com/>.
- Gameduell; URL: <http://www.gameduell.de/>.
- Google+; URL: <https://plus.google.com/>.
- Idivus. For your familiy and Friends. URL: <http://www.idivus.com/>.
- LegacyLocker. The safe and secure way to pass your online accounts to your friends and loved ones. URL: <http://legacylocker.com/>.
- LinkedIn; URL (Österreich): <http://at.linkedin.com/>.
- Myspace; URL: <http://www.myspace.com/>.
- MyVideo; URL: <http://www.myvideo.at/>.
- SixDegrees; URL: <http://www.sixdegrees.com/>.
- StudiVZ (bzw. MeinVZ, SchülerVZ); URL: <http://www.studivz.net/Default>.
- Wikipedia. Die freie Enzyklopädie; URL: <http://www.wikipedia.org/>.
- XING; URL: <http://www.xing.com/>.

Literaturverzeichnis

- Alby, Tom (2007). Web 2.0. Konzepte, Anwendungen, Technologien. München: Hanser Verlag.
- Augustinus (1955). Bekenntnisse. München: Kösel-Verlag.
- Bahl, Anke (1997). Zwischen On- und Offline. Identität und Selbstdarstellung im Internet. München: KoPäd Verlag.
- Berge, Stefan/Buesching, Arne (2008). Strategien von Communities im Web 2.0. In: Hass, Berthold/Walsh, Gianfranco/Kilian, Thomas (Hrsg.). Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin, Heidelberg: Springer. S. 23 – 37.
- Bertelsmann Lexikothek, die große (1996 B). Band 1 von 15. Gütersloh: Bertelsmann Lexikothek Verlag. S. 91.
- Blickenbach, Matthias/Maye, Harun (1997). Zwischen fest und flüchtig. Das Medium Internet und die Entdeckung seiner Metaphern. In: Gräf, Lorenz/Krajewski, Markus. Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt/Main, New York: Campus Verlag. S. 80 – 98.
- Blumler, Jay G. (2002). Wandel des Mediensystems und sozialer Wandel: Auf dem Weg zu einem Forschungsprogramm. In: Haas, Hannes/Jarren, Otfried (Hrsg.). Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien: Wilhelm Braumüller. S. 170 – 188.
- Bröckling, Ulrich (2007). Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Erste Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Bublitz, Hannelore (2006). 'Magic Mirrors'. Zur extensiven Ausleuchtung des Subjekts. In: Burkart, Günter (Hrsg.). Die Ausweitung der Bekenntniskultur – neue Formen der Selbstthematization? 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 127 – 143.
- Bublitz, Hannelore (2010). Im Beichtstuhl der Medien. Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis. Bielefeld: transcript.
- Bühl, Achim (1997). Die virtuelle Gesellschaft. Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. In: Gräf, Lorenz/Krajewski, Markus. Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt/Main, New York: Campus Verlag. S. 39 – 59.
- Burkart, Günter (2006). Einleitung. Selbstreflexion und Bekenntniskultur. In: Burkart, Günter (Hrsg.). Die Ausweitung der Bekenntniskultur – neue Formen der Selbstthematization? 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 7 – 40.
- Burkart, Günter/Fröhlich, Melanie/Heidel, Marlene/Watkins, Vanessa (2006). Gibt es Virtuosen der Selbstthematization? In: Burkart, Günter (Hrsg.). Die Ausweitung der Bekenntniskultur – neue Formen der Selbstthematization? 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 313 – 337.
- Döring, Nicola (2003). Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe Verlag.
- Eberlein, Undine (2006). Serielle Einzigartigkeit und Eigensinn. In: Burkart, Günter (Hrsg.). Die Ausweitung der Bekenntniskultur – neue Formen der Selbstthematization? 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 127 – 143.
- Erikson, Erik H. (1994). Identität und Lebenszyklus: drei Aufsätze. 14. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Esposito, Elena (1998). Fiktion und Virtualität. In: Krämer, Sybille (Hrsg.). Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Erste Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 269 – 296.
- Fabler, Manfred (1997). Interaktion und Virtualität. In: Krapp, Holger/Wägenbaur, Thomas (Hrsg.). Künstliche Paradiese. Virtuelle Realitäten. Künstliche Räume in Literatur-, Sozial- und Naturwissenschaften. München: Wilhelm Fink Verlag. S. 183 – 201.
- Fischer-Lichte, Erika (1998). Inszenierung und Theatralität. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.). Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 81 – 90.
- Franck, Georg (1998). Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München, Wien: Carl Hanser Verlag.
- Gergen, Kenneth J. (1996). Das übersättigte Selbst. Identitätsprobleme im heutigen Leben. 1. Aufl. Carl-Auer-Systeme: Heidelberg.
- Gibson, William (1986). Neuromancer (Remembering Tomorrow). Auflage: Reprint. New York: Ace Books.
- Goffman, Erving (2010). Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. 8. Aufl. München: Piper.
- Gräf, Lorenz (1997). Locker verknüpft im Cyberspace. Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet. In: Gräf, Lorenz/Krajewski, Markus. Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk. Frankfurt/Main, New York: Campus Verlag. S. 99 – 124.
- Habermas, Jürgen (1990). Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuauflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Hahn, Alois/Willems, Herbert (1998). Zivilisation, Modernität, Theatralität: Identitäten und Identitätsdarstellungen. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.). Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 193 – 213.
- Hartmann, Frank (2003). Mediologie. Ansätze einer Medientheorie der Kulturwissenschaften. WUV: Wien.
- Hass, Berthold/Walsh, Gianfranco/Kilian, Thomas (2008). Grundlagen des Web 2.0. In: Hass, Berthold/Walsh, Gianfranco/Kilian, Thomas (Hrsg.). Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin Heidelberg: Springer. S. 3 – 21.
- Heidegger, Martin (1979). Sein und Zeit. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Hitzler, Ronald (1998). Das Problem, sich verständlich zu machen. Anthropologische Aspekte einer Dramatologie. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.). Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 93 – 105.
- Höflich, Joachim R. (1998). Computerrahmen und Kommunikation. In: Prommer, Elizabeth/Vowe, Gerhard. Computervermittelte Kommunikation. Öffentlichkeit im Wandel. Konstanz: UVK Medien. S. 141 – 174.
- Höflich, Joachim R. (2002). DER COMPUTER ALS „INTERAKTIVES MASENMEDIUM“. Zum Beitrag des Uses and Gratifications Approach bei der Untersuchung computer-vermittelter Kommunikation. In: Haas, Hannes/Jarren, Otfried (Hrsg.): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien: Wilhelm Braumüller. S. 129 – 146.
- Huber, Melanie (2010). Kommunikation im Web 2.0. Twitter, Facebook & Co. 2., überarbeitete Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

- Kirchoff-Hund, Bärbel (1978). Rollenbegriff und Interaktionsanalyse. Soziale Grundlagen und ideologischer Gehalt der Rollentheorie. Köln: Pahl-Rugenstein Verlag.
- Knoblauch, Hubert (1998). Pragmatische Ästhetik. Inszenierung, Performance und die Kunstfertigkeit alltäglichen kommunikativen Handelns. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.). Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 305 – 324.
- Krappmann, Lothar (2010). Soziologische Dimensionen der Identität. Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen. 11. Aufl. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Kraus, Wolfgang (2006). Die Veralltäglichung der Patchwork-Identität. Veränderungen normativer Konstruktionen in Ratgebern für autobiografisches Schreiben. In: Burkart, Günter (Hrsg.). Die Ausweitung der Bekenntniskultur – neue Formen der Selbstthematizierung? 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 235 – 259.
- Liessmann, Konrad Paul (2003). Die großen Philosophen und ihre Probleme. Vorlesungen zur Einführung in die Philosophie. 4., unveränderte Auflage. Wien: WUV-Universitätsverlag.
- Lyons, John O. (1978). The Invention of the Self: The Hinge of Consciousness in the Eighteenth Century. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Mara, Martina (2009). Narziss im Cyberspace. Zur Konstruktion digitaler Selbstbilder auf der Social Network Site studiVZ. Boizenburg: Werner Hülsbusch.
- Misoch, Sabina (2004). Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz: UKV Verlagsgesellschaft.
- Münch, Richard (1995). Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Münch, Richard (2002). Mediale Kommunikationsdynamik. In: Haas, Hannes/Jarren, Otfried (Hrsg.). Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien: Wilhelm Braumüller. S. 189 – 200.
- Neverla, Irene (2002). Das Netz – Eine Herausforderung für die Kommunikationswissenschaft. In: Haas, Hannes/Jarren, Otfried (Hrsg.). Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. Wien: Wilhelm Braumüller. S. 147 – 159.
- Opaschowski, Horst W. (1999). Generation @ - Die Medienrevolution entläßt ihre Kinder. Leben im Informationszeitalter. 1. Auflage. Hamburg: British-American Tobacco GmbH.
- Reichert, Ramón (2008). Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld: transcript.
- Rheingold, Howard (1992). Virtuelle Welten. Reisen im Cyberspace. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Rheingold, Howard (1994). Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Bonn u.a.: Adisson-Wesley.
- Rößler, Andreas (1997). Virtual Realities, Virtual Reality – sinnvolle Technik für den Ingenieur oder Suchtmittel? In: Krapp, Holger/Wägenbaur, Thomas (Hrsg.). Künstliche Paradiese. Virtuelle Realitäten. Künstliche Räume in Literatur-, Sozial- und Naturwissenschaften. München: Wilhelm Fink Verlag. S. 293 – 305.
- Sandbothe, Mike (1998). Theatrale Aspekte des Internet: Prolegomena zu einer zeichentheoretischen Analyse theatraler Textualität. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.). Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 583 – 595.
- Sassenberg, Kai (2008). Soziale Bindungen von Usern an Web 2.0-Angebote. In: Hass, Berthold/Walsh, Gianfranco/Kilian, Thomas (Hrsg.). Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin Heidelberg: Springer. S. 57 – 72.

- Schachinger, Helga E. (2005). Das Selbst, die Selbsterkenntnis und das Gefühl für den eigenen Wert. Einführung und Überblick. 2., überarbeitete und ergänzte Auflage. Bern: Verlag Hans Huber.
- Schenk, Michael (1995). Soziale Netzwerke und Massenmedien: Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation. Tübingen: Mohr.
- Schmidt, Jan (2008). Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen. In: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hrsg.). Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 18 – 40.
- Schmidt, Jan (2008). Weblogs in Unternehmen. In: Hass, Berthold/Walsh, Gianfranco/Kilian, Thomas (Hrsg.). Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin Heidelberg: Springer. S. 121 – 135.
- Schroer, Markus (2006). Selbstthematization. Von der (Er-)Findung des Selbst und der Suche nach Aufmerksamkeit. In: Burkart, Günter (Hrsg.). Die Ausweitung der Bekenntniskultur – neue Formen der Selbstthematization? 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 41 – 72.
- Seel, Martin (1998). Medien der Realität und Realität der Medien. In: Krämer, Sybille (Hrsg.). Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 244 – 268.
- Sennett, Richard (2006). Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: BvT Berliner Taschenbuch.
- Soeffner, Hans-Georg (1998). Erzwungene Ästhetik: Repräsentation, Zeremoniell und Ritual in der Politik. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.). Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 215 – 234.

- Stepina, Clemens K. (2003). Sichtungen. Historismus versus Kreativität. Deutsche Erstausgabe. Wien: Passagen Verlag.
- Thiedeke, Udo (2008). Die Gemeinschaft der Eigensinnigen. Interaktionsmediale Kommunikationsbedingungen und virtuelle Gemeinschaft. In: Gross, Friederike von (Hrsg.)/Marotzki, Winfried/Sander, Uwe. Internet – Bildung - Gemeinschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 45 – 73.
- Thomae, Hans (1996). Das Individuum und seine Welt. Eine Persönlichkeits-theorie. 3., erweiterte und verbesserte Auflage. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe.
- Turkle, Sherry (1998). Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet. 1. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag.
- Vaihinger, Dirk (1997). Virtualität und Realität – Die Fiktionalisierung der Wirklichkeit und die unendliche Information. In: Krapp, Holger/Wägenbaur, Thomas (Hrsg.). Künstliche Paradiese. Virtuelle Realitäten. Künstliche Räume in Literatur-, Sozial- und Naturwissenschaften. München: Wilhelm Fink Verlag. S. 19 – 43.
- Waldenfels, Bernhard (1998). Experimente mit der Wirklichkeit. In: Krämer, Sybille (Hrsg.). Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Erste Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 213 – 243.
- Welsch, Wolfgang (1998). „Wirklich“. Bedeutungsvarianten – Modelle – Wirklichkeit und Virtualität. In: Krämer, Sybille (Hrsg.). Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Erste Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 169 – 212.
- Willems, Herbert (1998). Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Modell, zur Theatralität von Praxis. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hrsg.). Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 23 – 79.

- Willems, Herbert/Pranz, Sebastian (2006). Vom Beichtstuhl zum Chatroom. Strukturwandlungen institutioneller Selbstthematization. In: Burkart, Günter (Hrsg.). Die Ausweitung der Bekenntniskultur – neue Formen der Selbstthematization? 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 73 – 103.

Zusammenfassung (DE)

Seit einigen Jahren lässt sich im Internet das Phänomen beobachten, dass immer mehr Menschen ihr Leben ins Netz verlagern. Einhergehend mit den neuen Entwicklungen, die maßgeblich durch das sogenannte Web 2.0 ermöglicht wurden, schließen sich die Menschen zu virtuellen Gemeinschaften zusammen. Auf diesen Plattformen finden sie zahlreiche Optionen vor, um ihre Identität im virtuellen Raum zu präsentieren und sich medial zu inszenieren.

Um diese Gegebenheit zu untersuchen, mussten vorher die Bedingungen dazu erläutert werden. So wurde der Begriff des Web 2.0 näher erklärt und definiert. Auch auf die Virtual Communities wurde eingegangen, dabei wurden die Gründe angeführt, die Menschen dazu bewegen, sich an ihnen zu beteiligen und verschiedene Arten von Communities unterschieden.

Des Weiteren wurde der Begriff der Identität behandelt. Es wurde dargestellt, wodurch die Identität eines Menschen überhaupt gekennzeichnet ist und was unter diesem komplexen Begriff zu verstehen ist. Davon ausgehend wurden verschiedene Ansichten des Identitätsbegriffs näher erläutert und anhand dieser der Mensch und seine Entwicklung zu einer eigenständigen Persönlichkeit dargelegt.

Wichtig ist hierbei die Virtualität, in derer sich die mediale Selbstdarstellung vollzieht und in dieser die Identität eines Menschen präsentiert wird.

Um die virtuelle Selbstdarstellung eines Menschen verstehen zu können, musste vorher der Begriff an sich untersucht werden. Er wird anhand verschiedener wissenschaftlicher Ansichten erläutert und dann mit verwandten Begrifflichkeiten in Verbindung gebracht.

Anhand der untersuchten Termini wird nun der Mensch als ein Subjekt begriffen, das sich öffentlich im virtuellen Raum inszeniert. Dabei wird besonders auf die ihm zur Verfügung gestellten Mittel eingegangen sowie auf seine Beweggründe.

Ziel der vorliegenden Diplomarbeit war es also einerseits, die verschiedenen Techniken zu untersuchen, anhand derer die virtuelle Selbstdarstellung möglich gemacht wird, und andererseits, die unterschiedlichen Motive dafür zu nennen und näher auszu-leuchten.

Abstract (EN)

For the last few years, in the Internet the phenomenon can be observed, that more and more people move their lives into the net. Along with the new developments that have been made possible mainly by the so-called Web 2.0, the people team up in virtual communities. On these platforms, they will find numerous options to present their identity in cyberspace and to stage themselves to the media.

To investigate this fact, the previously conditions had to be explained. Thus the concept of Web 2.0 has been further explained and defined. Too to this, the virtual communities have been received and the reasons cited why human beings participate in them. In addition different types of communities have been distinguished.

Furthermore, the notion of identity has been treated. It has been shown, whereby the identity of a person is marked and what is meant with this complex concept at all.

Assuming to this, different views of identity were explained in detail and due to this explanation the development of a human being into an independent personality was shown.

Important here is the concept of virtuality, in which the self-representation in media takes places an in which the identity of a person is presented.

To understand the virtual self-presentation of a person, the term of self-portraiting in itself hat to be studied before. Firstly, it is explained on the basis of various scientific views and then applied to different related terms.

Based on the explained and investigated notions, the human being is now seen as a subject that is publicly staged in virtual space. Therefore attention is paid to the funds the subject receives to make self-presentation possible and what are its motives.

Therefore, the aim of this diploma thesis was, on the one hand, to examine the various techniques by which the virtual self-presentation is made possible, and on the other hand, to name and investigate the different motives.

LEBENS LAUF

Nicole Dunzinger

Haizing 12
4081 Hartkirchen
0664/4244307, nicole.dunzinger@gmx.at

PERSÖNLICHE ANGABEN

Geboren am 01.12.1985 in Linz

- o Mutter: Sabine Dunzinger
- o Vater: Ludwig Dunzinger

Familienstand: ledig

Staatsbürgerschaft: Österreich

Religionsbekenntnis: röm.-kath.

AUSBILDUNG

- seit 2004 Studium an der Hauptuniversität Wien
- o Hauptstudiengang „Theater-, Film- und Medienwissenschaft“
 - o Zweitstudiengang „Publizistik und Kommunikationswissenschaft“

2000 – 2004 Adalbert Stifter Gymnasium in Linz, Schwerpunkt „Bildnerische Erziehung“

1996 – 2000 Hauptschule Hartkirchen

1992 – 1996 Volksschule Hartkirchen

BERUFLICHER WERDEGANG

- 2010 Praktikum beim LASK Linz (Bereich: Marketing, Presse und PR)
- 2009 Praktikum beim ORF, Landesstudio OÖ. (Ressort: Kultur)
- 2008 Praktikum in der Redaktion der OÖ. Nachrichten (Ressort: Lokal)
- 2008 Praktikum am Theater in der Josefstadt (Bereich: Event, Marketing und PR)
- 2008 Absolventin der OÖ. Journalistenakademie
- 2007 Regie-Hospitanz am Landestheater Linz
- 2007 Praktikum bei der OÖ. Rundschau (Ressort: Regional)