



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Identitätsdiskurse in Social Media“

Verfasserin

Claudia Atteneder

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater- Film und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.- Prof. Mag. Dr. habil. Ramón Reichert

## **EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG**

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 08. März 2015

*Claudia Atteneder*

## **DANKSAGUNG**

Ganz besonders bedanken möchte ich mich an dieser Stelle bei meiner Familie, insbesondere meinen Eltern Anna und Hermann, die mir stets unterstützend zur Seite steht und für mich da ist.

Ebenso möchte ich meinen FreundInnen danken, dass sie in stressigen Zeiten meinen Problemen zugehört haben und souverän mit Kaffee und guter Laune gegengesteuert haben - ihr seid die Besten.

Auch die starken Frauen meiner Peergruppe möchte ich nicht unerwähnt lassen, ohne deren Motivation diese Arbeit wohl nie zu Ende geschrieben worden wäre.

Zu guter Letzt möchte ich noch meinem Diplomarbeitsbetreuer Univ.-Prof. Mag. Dr. habil. Ramón Reichert für seine hilfreichen Anregungen, Ratschläge und Feedback danken.

### **ANMERKUNG**

Ich habe mich bemüht, sämtliche InhaberInnen der Bildrechte ausfindig zu machen und habe ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

# INHALTSVERZEICHNIS

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

DANKSAGUNG

<b>1. EINLEITUNG .....</b>	<b>7</b>
1.1. VORWORT .....	7
1.2. AUFBAU DER ARBEIT.....	9
<b>2. VERORTUNG DER THEMATIK IN IHREM THEORETISCHEN RAHMEN .....</b>	<b>12</b>
2.1. GESELLSCHAFT - ÜBERWACHUNG - KONTROLLE .....	12
2.1.1. MICHEL FOUCAULTS MACHTDISKURS UND DIE (SELBST-)DISZIPLINIERUNG DER GESELLSCHAFT .....	12
2.1.2. GILLES DELEUZES MACHTDISKURS - KONTROLLGESELLSCHAFT .....	21
2.2. MEDIATISIERUNG DES SELBST - IDENTITÄT IM WANDEL.....	24
2.2.1. DAS HYBRIDE SUBJEKT DER POSTMODERNE .....	26
2.2.2. VIRTUELLE IDENTITÄT .....	32
<b>3. SELBSTTHEMATISIERUNG .....</b>	<b>39</b>
3.1 MODELLE UND TRENDWENDEN DER SELBSTTHEMATISIERUNG - DEMOKRATISIERUNG DER SELBSTTHEMATISIERUNG ? .....	39
3.2. AUFMERKSAMKEITSKÄMPFE .....	44
3.2.1. PRIVATE FILMAUFNAHMEN - DIE KAMERA ALS AUFMERKSAMKEITSGENERATOR .....	45
3.2.2. PRIVATE HOMEPAGES.....	47
3.2.3. AUFMERKSAMKEIT ALS ZIEL DER SELBSTTHEMATISIERUNG .....	49
<b>4. IDENTITÄTSKRISE - IDENTITÄT IM UMBRUCH .....</b>	<b>52</b>
4.1. ZUM BEGRIFF DER INDIVIDUALISIERUNG .....	52
4.2. FLEXIBILISIERUNG DES SELBST .....	55
4.2.1. ZUM BEGRIFF DER INSZENIERUNG ALS FORM DER SELBST-ERFINDUNG .....	57
4.2.2. SELBSTINSZENIERUNG IN VIRTUELLEN NETZWERKEN.....	59
<b>5. IDENTITÄT IN VIRTUELLEN NETZWERKEN - AUTHENTIZITÄT .....</b>	<b>63</b>
5.1. ZUM BEGRIFF DES AUTHENTISCHEN.....	63
5.1.1. AUTHENTISIERUNGSSTRATEGIEN NACH MANFRED HATTENDORF.....	64
5.1.2. AUTHENTISIERUNGSSTRATEGIEN IM DOKUMENTARFILM - EINE ANNÄHERUNG NACH BILL NICHOLS.....	66

5.1.3. EXKURS: ZUM BEGRIFF DES FAKE - DER GEFAKTE KÜNSTLICHE MENSCH UND SEINE MASKIERUNG .....	71
5.1.4. (KONSTRUIERTE) AUTHENTIZITÄT UND STRATEGIEN DER ONLINE-PLATTFORM YOUTUBE .....	76
5.1.4.1. OH MY GOD, ZILLA - FAKECATION 2.0.....	77
<b><u>6. SELBSTERMÄCHTIGUNG.....</u></b>	<b>86</b>
<b>6.1. MARGEBENDE MEDIENTHEORIEN VON BRECHT BIS BAUDRILLARD .....</b>	<b>86</b>
6.1.1. DIE BRECHT'SCHE RADIOTHEORIE (1932) .....	86
6.1.2. ENZENSBERGERS BAUKASTEN ZU EINER THEORIE DER MEDIEN (1970).....	88
6.1.3. BAUDRILLARDS REQUIEM FÜR DIE MEDIEN (1972).....	93
<b>6.2. DIE REVOLUTION DER DIY-BEWEGUNG UND DEREN AUSWIRKUNGEN .....</b>	<b>99</b>
6.2.1. MEDIENAMATEURINNEN UND PROSUMENTINNEN.....	108
<b>6.3. ZUM BEGRIFF DER SELBSTKONTROLLE.....</b>	<b>113</b>
<b>6.4. EMANZIPATORISCHER MEDIENGEBRAUCH VS. ZWANG ZUR (NORMIERTEN) SELBSTINSZENIERUNG- SOFTWARE-CODES ALS REGULIERUNGSMECHANISMEN .....</b>	<b>116</b>
<b><u>7. KONKLUSION.....</u></b>	<b>122</b>
<b><u>8. LITERATURVERZEICHNIS.....</u></b>	<b>126</b>
<b>8.1. PRIMÄRQUELLEN .....</b>	<b>126</b>
<b>8.2. SEKUNDÄRQUELLEN .....</b>	<b>131</b>
<b>8.3. ZEITUNGEN/ ZEITSCHRIFTEN .....</b>	<b>136</b>
<b>8.4. ONLINEQUELLEN .....</b>	<b>137</b>
<b>8.5. FILM/ YT-VIDEOS .....</b>	<b>141</b>
<b>8.6. ABBILDUNGEN.....</b>	<b>141</b>
<b><u>9. ANHANG .....</u></b>	<b>144</b>
<b>9.1. ABSTRACT [D].....</b>	<b>144</b>
<b>9.2. ABSTRACT [E] .....</b>	<b>145</b>
<b>9.3. L E B E N S L A U F.....</b>	<b>146</b>

# 1. EINLEITUNG

## 1.1. Vorwort

Die Frage nach der eigenen Identität<sup>1</sup> im Sinne von „Wer bin ich?“ oder „Wo gehöre ich hin?“ gehört seit jeher zu den zentralen Fragen der Menschheit und kann keinesfalls als eine Neuerscheinung gegenwärtiger Diskurse verstanden werden. Grundlegend ist hier vor allem auch die Frage nach der Sinnhaftigkeit, die sich jedes Individuum bzw. Gemeinschaft bezüglich ihrer Handlungen stellt. Eben jene Sinnfrage hat in den vergangenen Epochen einen entscheidenden Wandel durchlaufen und sich immer stärker zu einer komplexen, individuellen Aufgabe entwickelt, die den Individuen für die Identitätsfindung mehr und mehr Eigenverantwortung zuspricht und damit zeigt, dass der Begriff der Identität keinesfalls als ein starres und unwandelbares Konstrukt zu verstehen ist.<sup>2</sup> Wurden etwa Individuen des Mittelalters noch in eine gottgewollte und schicksalshafte Gesellschaftsordnung hineingeboren und somit einer festen vorbestimmten Identität zugewiesen, so müssen Individuen heutzutage eigenständig herausfinden, wie sie sich in der permanent verändernden, globalisierten Gesellschaft positionieren können und welche Rolle sie in dieser beziehen. Daraus resultierten völlig neue Möglichkeiten und gewisse Handlungsfreiheiten, die persönliche Lebensführung und Gestaltung betreffend. Die Arbeit an der persönlichen Identität gewinnt demnach immer mehr an Bedeutung. Social-Media-Plattformen des

---

<sup>1</sup> Der Begriff der Identität stammt vom lateinischen Wort „idem“ ab und meint so viel wie „der-, die-, dasselbe“. Vgl.: <http://www.kulturglossar.de/html/i-begriffe.html#identitaetspolitik>. Zugriff: 10.12.2014. Eine einheitliche Definition des Identitätsbegriffes erscheint allerdings schwierig, da es unterschiedliche interdisziplinäre Identitätstheorien gibt, die den Begriff verschieden akzentuieren. „Einigkeit scheint jedoch bezüglich des Umstandes zu herrschen, dass I. [Identität], anders als Begriffe wie ‚Selbst, Persönlichkeit oder Charakter, als relationaler Begriff (etwas kann nur identisch mit etwas sein) bereits impliziert, dass sich das Bezeichnete innerhalb eines Beziehungsgeflechts situiert, wobei die hierfür konstitutiven Relationen je unterschiedliche Facetten von I. aufscheinen lassen: als überzeitliche Kontinuität, als übersituative Konsistenz, wie auch als Abgleich von Innen- und Außenperspektive“. Vgl.: Glomb, Stefan: Identität, persönliche. In: Nünning, Ansgar (Hrsg): Grundbegriffe der Kulturtheorie und Kulturwissenschaften. Stuttgart- Weimar: Metzler, 2005. S. 72

<sup>2</sup> vgl.: Bernhard Schröder: Identität im historischen Wandel aus machttheoretischer Perspektive. Diplomica, 2010. S. 1. In: <http://www.diplom.de/e-book/227553/identitaet-im-historischen-wandel-aus-machttheoretischer-perspektive>. Zugriff: 10.12. 2014.

Web 2.0. stellen dabei in den letzten Jahren für viele Individuen nahezu jeden Alters einen neuen, attraktiven Ort der Subjektivierung dar. Ermöglicht dieses Medium dem Einzelnen doch, auf einfachste und vermeintlich anonyme Weise sich selbst zu erforschen, zu beobachten und darüber zu reflektieren. Individuen präsentieren sich gegenüber anderen fortwährend selbst und sind dabei bemüht, sich möglichst perfekt darzustellen oder einem gewissen Image gerecht zu werden, da Identität keineswegs als ein autonomes Ergebnis von Selbstäußerungen der Einzelnen gedeutet werden kann, sondern vielmehr als ein Produkt sozialer Interaktionen zu verstehen ist. In sozialen Netzwerken kann diese Selbstpräsentation bzw. die Kommunikation über das eigene Selbst jedoch, weitgehend losgelöst von Vorurteilen des Real Life, gezielt von den Individuen kontrolliert und gesteuert werden, um ein Bild ihrer selbst aufzubauen, so wie sie gern gesehen werden möchten. Medien bieten demnach den Individuen eine Reihe an Möglichkeiten bzw. tragen geradezu dazu bei, Identitäten zu konstruieren, zu festigen aber durchaus auch nach eigenem Belieben zu modulieren.

Diese Theorie bildet auch die Grundlage der vorliegenden Diplomarbeit und dient in weiterer Folge als Ausgangspunkt der Forschungsfragen rund um die Identitäten in Social-Media-Netzwerken. Im Zentrum dieser Fragestellungen stehen dabei die Machtmechanismen der Sozialen Medien, Strategien der möglichst authentischen Identitätskonstruktionen der UserInnen sowie den Auswirkungen und Möglichkeiten der daraus resultierenden Wechselwirkungen.

Das Hauptaugenmerk liegt in dieser Arbeit demnach darin, welche Selbstdarstellungsstrategien die UserInnen in sozialen Netzwerken anwenden, um ein möglichst authentisches Idealbild von sich selbst zu konstruieren. Was motiviert die Individuen dazu, ihr Leben im virtuellen Raum geradezu „bloßzustellen“ und ihre privatesten Dinge preiszugeben? Warum ist die Meinung und Aufmerksamkeit von Individuen, die man offline vielleicht noch nie getroffen hat oder kaum kennt, für den Einzelnen auf einmal so wichtig? Welchen Normen müssen sich Individuen dafür einschreiben und unterwerfen? Und gibt es Strategien, dem gleichzeitig entgegenarbeiten zu können und benannte Normen vielmehr für sich selbst arbeiten zu lassen, womit ein emanzipierter Mediengebrauch ermöglicht werden könnte?

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es dabei, unter Zuhilfenahme der Theorien verschiedener MedienwissenschaftlerInnen, SoziologInnen und PhilosophInnen anhand ausgewählter Social-Media-Plattformen, keineswegs allgemeingültige Antworten auf diese Fragestellungen zu finden, vielmehr sollen signifikante Tendenzen aufgezeigt und beschrieben werden.

## **1.2. Aufbau der Arbeit**

Nach einer kurzen Einführung in den Forschungsgegenstand wird im zweiten Kapitel versucht, ein theoretisches Hintergrundwissen über die für die vorliegende Arbeit relevanten, grundlegenden Theorien und Begrifflichkeiten zu schaffen. Für das Verständnis von Überwachungs- und Kontrollgesellschaften werden dabei die Theorien der französischen Philosophen Michel Foucault und Gilles Deleuze herangezogen, während sich die Untersuchungen zum Wandel der Identität und Medialisierung des Subjekts größtenteils auf die Analysen von Hannelore Bublitz, Stuart Hall und Andreas Reckwitz stützen. Hier werden die Eigenschaften des hybriden Subjekts der Postmoderne herausgearbeitet, wobei gleichzeitig auch aufgezeigt wird, wie sich Identität konstruiert. In weiterer Folge wird, aufbauend auf den Studien von Jörg Dünne und Christian Moser, die Notwendigkeit der Koppelung zwischen Individuen und Medien zur Selbstpräsentation untersucht. Anschließend wird in diesem Kapitel auch unter Zuhilfenahme der Studien von Nicola Döring der Begriff der „virtuellen Identität“ gegenüber der „realen Identität“ vorgestellt und erörtert.

Im dritten Kapitel dieser Diplomarbeit liegt der Schwerpunkt auf dem Begriff der Selbstthematization. Im Fokus stehen dabei die Trendwenden, welche der Prozess der Selbstthematization vollzogen hat, und die daraus resultierenden Auswirkungen und Möglichkeiten für die Individuen. Die Analyse stützt sich hier überwiegend auf die Studien des amerikanischen Soziologen Erving Goffman sowie der Medienwissenschaftlerin Barbara Becker. Zur Thesenfindung werden Private Filmaufnahmen und Homepages als Beispiele herangezogen und analysiert, um

aufzuzeigen, welche Rolle der Kampf um Aufmerksamkeit bei der Selbstthematization spielt.

Im darauffolgenden Kapitel steht der Begriff der Individualisierung und der Wandel, den dieser Begriff durch die neuen Möglichkeiten bzw. den damit einhergehenden Problematiken der medialen Interaktion vollzogen hat, im Mittelpunkt. Dabei werden die Begrifflichkeiten der Flexibilisierung und Inszenierung bei der Thematisierung der übergeordneten These, dass Inszenierung in virtuellen Netzwerken als eine Form der Selbsterfindung zu verstehen sei, einen wesentlichen Stellenwert einnehmen.

Im anschließenden Kapitel wird anhand der von Manfred Hattendorf und Bill Nichols durchgeführten Studien zum Dokumentarfilm und den daraus resultierenden Erkenntnissen zu Authentisierungsstrategien und dem Begriff des Wahrnehmungsvertrags untersucht, inwieweit die UserInnen in Sozialen Netzwerken diese imitieren, um sich in medialen Umgebungen authentisch inszenieren zu können. In einem kurzen Exkurs wird hier auch der Begriff des Fake näher beleuchtet, der in der darauffolgenden Analyse, welche einschlägigen Zeitungsinterviews und Screenshots von Videoaufnahmen [u.a.] zugrunde liegt, zur *Fakecation* der niederländischen Studentin Zilla van den Born eine entscheidende Rolle spielen wird. Hier wird vor allem auch der Frage nachgegangen, wie viel Wahrheit sich hinter der medialen Selbstinszenierung befindet und wie groß der Einfluss der Erwartungshaltungshaltungen und Normen des potenziellen Gegenübers dabei einnimmt.

Das letzte Kapitel beschäftigt sich mit der Thematik der Selbstermächtigung. Wichtige Bezugspunkte werden hier die Brecht'sche „Radiotheorie“, Hans Magnus Enzensbergers „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ sowie Baudrillards „Requiem für die Medien“ einnehmen. Es wird hier, nach einem kurzen Überblick über die derzeitige Medienlandschaft, überprüft, ob die virtuellen Netzwerke, so wie sie derzeit funktionieren und verfasst sind, tatsächlich einen Beitrag zur politischen Emanzipation der Menschen von den Machtstrukturen der bürgerlich-kapitalistischen Gesellschaft leisten können. Dabei soll aufgezeigt werden, ob eine den sogenannten

„MedienamateurlInnen“ in den virtuellen Netzwerken zugesprochene Handlungsfähigkeit tatsächlich einen emanzipatorischen Mediengebrauch und Autonomie gewährleistet, oder ob diese trotz allem dem Zwang der medialen Codes verhaften bleiben. Auch der Begriff der ProsumentIn wird in diesem Kontext eine entscheidende Rolle einnehmen und anhand ausgewählter Beispiele näher untersucht.

In einer abschließenden Konklusion werden jene Erkenntnisse, die sich im Zuge dieser Analyse als grundlegend herauskristallisiert haben, erneut aufgegriffen und schlüssig zusammengefasst.

## **2. VERORTUNG DER THEMATIK IN IHREM THEORETISCHEN RAHMEN**

Das folgende Kapitel versucht ein theoretisches Hintergrundwissen über die für die vorliegende Diplomarbeit relevanten, grundlegenden Theorien und Begrifflichkeiten zu schaffen, auf welche in weiterer Folge Bezug genommen werden. Im Laufe dieser Arbeit wird versucht, diese im Kontext ausgesuchter Social-Media-Plattformen anzuwenden und zu analysieren.

### **2.1. Gesellschaft - Überwachung - Kontrolle**

Für das grundlegende Verständnis von Überwachungs- und Kontrollgesellschaften wird in dieser Arbeit auf die (Macht-)Theorien der französischen Philosophen Michel Foucault und Gilles Deleuze zurückgegriffen. Das Gerüst bilden dabei Foucaults Werk „Überwachen und Strafen“, seine Vorlesungsreihen „Technologien des Selbst“, „Gouvernementalität“ sowie Deleuzes Schrift „Postskriptum über die Kontrollgesellschaften“<sup>3</sup>, auf welches sich anschließende Analysen stützen werden.

#### ***2.1.1. Michel Foucaults Machtdiskurs und die (Selbst-)Disziplinierung der Gesellschaft***

Michel Foucault thematisiert in „Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses“<sup>4</sup> die Revolte der Körper gegen den Körper des Gefängnisses. Es geht ihm dabei vor allem um die wechselseitigen Beziehungen zwischen Ökonomie, Politik und Wissenschaft, aus denen sich die jeweiligen Strafsysteme gebildet haben. Als historischen Fokus seiner Arbeit wählt er dabei die Veränderungen im französischen Strafsystem, die im 18. und 19. Jahrhundert nach der Ablöse der klassischen Körperstrafe (Marterrituale) des Ancien Régime durch die moderne Strafjustiz der Disziplinargesellschaften stattgefunden haben. Im Mittelpunkt steht der Vergleich der

---

<sup>3</sup> Gilles Deleuze: Postskriptum über die Kontrollgesellschaften. In: L'autre Journal1, 1990. S. 254-262.

<sup>4</sup> Michel Foucault : Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses: Aus dem Französischem von Walter Seitter. In: ders.: Die Hauptwerke: Mit einem Nachwort von Axel Honneth und Martin Saar. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008. S. 701- 1019.

Rolle der Körper im neuen Machtsystem mit den Straftechniken des klassischen Zeitalters. Anstelle der Zerstörung des Körpers setzt die Disziplinarmacht auf dessen Dressur. Man entdeckt den ökonomischen und nützlichen Körper, der in zahlreichen Institutionen (Armee, Schule, Krankenhaus, Gefängnis) den Mitteln der milden Abrichtung unterliegt. Diese Mittel bezeichnet Foucault allgemein als „Disziplinen“ bzw. als Technologien, welche den Körper einer Kontrolle unterwerfen, um so Normen und standardisierte Verhaltensweisen zu formen. Die Macht löst sich in viele kleine Handlungen und Beziehungen auf, die Foucault als „Mikrophysik der Macht“ bezeichnet.<sup>5</sup>

Hier wird ein wesentliches Charakteristikum des Foucaultschen Machtbegriffs deutlich. Im Gegensatz zur klassischen Macht, die sich selbst darstellt und ihre Macht insbesondere im Bestrafen ausübt, weist der für die moderne Gesellschaft maßgebliche Machttypus der Disziplinen einen dezentralen und entindividualisierten Charakter auf der nach Unsichtbarkeit strebt und seine Herrschaft in der Disziplinierung durchführt.<sup>6</sup>

„Ganz anders die Disziplinarmacht: sie setzt sich durch, indem sie sich unsichtbar macht, während sie denen von ihr Unterworfenen die Sichtbarkeit aufzwingt. In der Disziplin sind es die Untertanen, die gesehen werden müssen, die im Scheinwerferlicht stehen, damit der Zugriff der Macht gesichert bleibt. Es ist gerade das ununterbrochene Gesehenwerdenkönnen, [...] was das Disziplinarindividuum in seiner Unterwerfung festhält.“<sup>7</sup>

Die Macht befindet sich laut Foucault nicht mehr im Besitz einer bestimmten Klasse, sondern durchsetzt vielmehr netzartig alle Kräfteverhältnisse in einer Gesellschaft.<sup>8</sup>

„Die Macht ist nicht so sehr etwas, was jemand besitzt, sondern vielmehr etwas, was sich entfaltet [...]“<sup>9</sup> Durch die Umkehrung des Sichtbarkeits- beziehungsweise Unsichtbarkeitsverhältnisses findet sich die Macht als Bestandteil eines sozialen Systems wieder, in dem die einzelnen AkteurlInnen eine gegenseitige Kontrolle ausüben können.

---

<sup>5</sup> Vgl.: Michael Ruoff (2007): a.a.O. S. 40f.

<sup>6</sup> Vgl.: Foucault (1976): a.a.O. S. 246.

<sup>7</sup> Ebd. S.241.

<sup>8</sup> Vgl.: Foucault (2008): S. 915.

<sup>9</sup> Michel Foucault: Überwachen und Strafen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1992. S.38.

„Die Machtausübung setzt sich somit nicht von außen, als strenger Zwang oder drückendes Gewicht, [...] durch, vielmehr ist die Macht in den Funktionen so sublim gegenwärtig, daß [!] sie deren Wirksamkeit steigert, indem sie ihren eigenen Zugriff verstärkt.“<sup>10</sup>

Es finden sich hier Parallelen zu Social-Media-Netzwerken wie etwa Facebook oder Youtube. Als UserIn wird man für die gesamte „Community“ sichtbar, während diejenigen, die hinter den Netzwerken stehen und Informationen sammeln, unsichtbar bleiben. Wie viel Macht die UserInnen hier tatsächlich ausüben können, wird an einem späteren Punkt der Arbeit noch einmal ausführlich thematisiert. „Die Sichtbarkeit ist [laut Foucault] eine Falle.“<sup>11</sup> Aus der Gegenwart des Anderen in der Gestalt einer potentiell gegenwärtigen Kontrollfunktion resultiert eine maximierte Selbstkontrolle. Da die UserInnen nicht sehen, ob sie beobachtet werden, müssen sie immer damit rechnen, beobachtet zu werden. Die „Bedrohung“, eventuell „gemeldet“ zu werden, was durchaus im Löschen des Accounts resultieren kann, zwingt die UserInnen in eine disziplinierte, normierte Verhaltensweise.

„Je zahlreicher diese anonymen und wechselnden Beobachter sind, um so größer wird [...] das Risiko des Überraschtwerdens und um so unruhiger [...] [das] Bewußtsein [!] des Beobachtetseins. [...] Eine wirkliche Unterwerfung geht [...] aus einer fiktiven Beziehung hervor, so daß [!] man auf Gewaltmittel verzichten kann. [...] Die Wirksamkeit der Macht und ihre Zwingkraft gehen sozusagen auf ihre Zielscheibe über. Derjenige, welcher der Sichtbarkeit unterworfen ist **und dies weiß**, übernimmt die Zwangsmittel der Macht und spielt sie gegen sich selber aus; er internalisiert das Machtverhältnis, in welchem er gleichzeitig beide Rollen spielt; er wird zum Prinzip seiner eigenen Unterwerfung.“<sup>12</sup>

Die daraus resultierenden Machtverhältnisse brauchen laut Foucault auch nicht mehr zwingend Gewalt, „[...] es gibt keine Gittertore mehr, keine schweren Schlösser“<sup>13</sup>, sondern an erster Stelle die Anerkennung des Anderen als Subjekt mit einer normierten Individualität, die Gesellschaft selbst ist somit zum Gefängnis geworden. „Es gibt dem Geist Macht über den Geist“<sup>14</sup>. Für Foucault stehen hier vor allem die

---

<sup>10</sup> Foucault (2008): a.a.O. S. 912.

<sup>11</sup> Ebda: S. 905.

<sup>12</sup> Ebda: S. 908.

<sup>13</sup> Ebda: S. 908.

<sup>14</sup> Ebda: S. 912.

technologisch forcierten Techniken des Zwangs im Mittelpunkt. Der Zwang normal zu sein und dazuzugehören.

„Das psychiatrische Asyl, die Strafanstalt, das Besserungshaus, das Erziehungsheim und zum Teil auch die Spitäler - alle diese der Kontrolle des Individuums dienenden Instanzen funktionieren gleichermaßen als Zweiteilung und Stigmatisierung [...] sowie als zwangshafte Einstufung und disziplinierende Aufteilung.<sup>15</sup> [...] Die Existenz zahlreicher Techniken und Institutionen, die der Messung, Kontrolle und Besserung der Anormalen dienen, hält die Disziplinierungsverfahren am Leben [...].“<sup>16</sup>

Eine weitere für diese Arbeit wichtige Komponente ist das Aufkommen der Dokumentationstechnik in der modernen Strafjustiz. Das Subjekt wird durch das Eingeschlossen- und Registriertwerden beziehungsweise durch diese Dokumentation zum Objekt und somit Gegenstand der Wissenschaft und „produzierten Wahrheiten“. „Aus dem Individuum wird ein ‚Fall‘“. <sup>17</sup>

Um die Disziplinen herum entwickelt sich nach Foucault eine eigene ausgeklügelte und zeitliche Überwachungsarchitektur (als Paradebeispiel dient für ihn das Panoptikum nach den Plänen des Gefängnisarchitekten Jeremy Bentham, vgl. Abb. 1<sup>18</sup>, in einer Gegenüberstellung zum von UserInnen der sozialen Netzwerke selbst erschaffenen Panoptikums am Beispiel „Facebook“, vgl. Abb. 2<sup>19</sup>), anhand dessen er grundlegende Mechanismen zur Selbstdisziplinierung des Körpers anschaulich macht.<sup>20</sup> Dieses Sinnbild der Disziplinierung des Individuums ist laut Foucault die idealisierte Form der Überwachung, da sie durch ihre technische Machbarkeit Grenzen festlegen kann, und zwar Grenzen des Ortes, der Raumordnung und des menschlichen Automaten.<sup>21</sup> Sie hat gleichzeitig überwachende als auch beobachtende Funktion, ist sowohl Individualisierung als auch Totalisierung, Isolierung und Transparenz. Eben durch diese stete Überwachung ist das Individuum zur Selbstdisziplinierung gezwungen.

---

<sup>15</sup> Ebda: S. 904.

<sup>16</sup> Ebda: S. 905.

<sup>17</sup> Foucault (1976):a.a.O. S. 246.

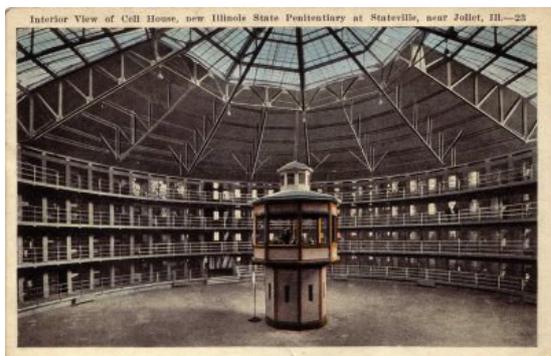
<sup>18</sup> [https://gedankenfrei.files.wordpress.com/2010/11/panopticon\\_bentham.jpg?w=595](https://gedankenfrei.files.wordpress.com/2010/11/panopticon_bentham.jpg?w=595). Zugriff: 18.12.2014.

<sup>19</sup> <https://de-de.facebook.com/>. Zugriff: 18.12.2014.

<sup>20</sup> Vgl.: Hans Herbert Kögler : Michel Foucault. Stuttgart: Sammlung Metzler, 1994. S. 90-93.

<sup>21</sup> Vgl.: Foucault (1976):a.a.O. S. 319.

Es kann demnach gesagt werden, dass der Zwang, einem standardisierten Verhalten zu genügen, um nicht gemeldet zu werden, die neuen Instrumente der Überwachung sowie der Bestrafung einnimmt. All diese Elemente finden sich, wie im Laufe der Arbeit thematisiert wird, auch auf Social-Media-Netzwerken wieder. Idealbilder sowie Beobachtungsmöglichkeiten werden vom Medium selbst gestellt und ermöglichen Vergleichsmöglichkeiten, etwa durch die Anzahl der Likes/Views. Die UserInnen können allerdings auch jederzeit durch ein wider normgerechtes Verhalten mit dem Sperren ihres Accounts vom Medium bestraft werden.



**Abb. 1** Darstellung des Benthamschen Panopticons



**Abb. 2** Registrierungsmaske für die Social Networking-Plattform „Facebook“

Im Gegensatz zur wertenden (präskriptiven) Norm des Disziplinarsystems stehen die Sicherheitstechnologien der im 18. Jhd. aufkommenden liberalen Gouvernamentalität, welche von empirischen Normalen ausgehen. Diese Technologien verstehen, ganz im Gegenteil zum Disziplinarsystem, wo die Realität an einem vordefinierten Soll ausgerichtet wird, die Realität selbst als Norm, „als statistische Verteilung von Häufigkeiten, als Krankheits-, Geburten- und Todesraten [...]“<sup>22</sup>. Von den „Dispositiven der Sicherheit“ werden nach Foucault keine zwingenden Grenzen mehr zwischen Erlaubtem und Verbotenem gezogen. Sie spezifizieren viel mehr innerhalb einer Bandbreite von Möglichkeiten ein optimales Mittel.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Thomas Lemke (2001): Gouvernamentalität. In: [http://www.thomaslemkeweb.de/publikationen/Gouvernamentalit%E4t%20\\_Kleiner-Sammelband\\_.pdf](http://www.thomaslemkeweb.de/publikationen/Gouvernamentalit%E4t%20_Kleiner-Sammelband_.pdf). Zugriff: 19.08.2014. S 6.

<sup>23</sup> Vgl.: Michel Foucault: La population (Transkript der Vorlesung vom 25.1.78, erstellt von Stéphane

Foucault geht von der These aus, dass der moderne westliche Staat als das „Ergebnis einer komplexen Verbindung ‚politischer‘ und ‚pastoraler‘ Machttechniken“<sup>24</sup> zu verstehen ist. Die sukzessive Auflösung feudalständischer Strukturen, der Aufbau großer Territorial- und Kolonialreiche sowie die reformatorischen und gegenreformatorischen Bewegungen sorgten unweigerlich für eine über den kirchlich-religiösen Entstehungskontext hinausgehende Verallgemeinerung der Pastoralmacht.<sup>25</sup> Diesen pastoralen Führungstechniken liegt nach Foucaults Analyse die Entstehung von Subjektivierungsformen zugrunde, aus denen sich in weiterer Folge der moderne Staat sowie die kapitalistische Gesellschaft entwickelten. Die politische Reflexion dieser Regierungsformen zu Beginn der Neuzeit rückte im Gegensatz zu vorhergehenden Systemen vielmehr den Menschen selbst in den Fokus der Regierungskunst. Im Mittelpunkt steht nach Foucault eine

„Art Komplex, gebildet aus den Menschen und den Dingen. Das heißt, daß [!] diese Dinge, für welche die Regierung die Verantwortung übernehmen muß [!], die Menschen sind aber die Menschen in ihren Beziehungen, ihren Verbindungen und ihren Verwicklungen [...].“<sup>26</sup>

Die Rationalität der Regierung zielte auf „das richtige Verfügen über die Dinge, derer man sich annimmt, um sie dem angemessenen Zweck zuzuführen“<sup>27</sup>, sprich auf das Ausüben der Macht nach dem Vorbild der Ökonomie. Demnach ist das Konzept der Rationalität unweigerlich an die Rationalität der unternehmerischen Praktiken der regierten Individuen gebunden, welche nach Foucault die Wahrnehmungs- und Beurteilungsstrategien generieren. Er versucht dabei zu untersuchen, wie sich Rationalitätsformen selbst „in Praktiken oder Systemen von Praktiken einschreiben und welche Rolle sie in ihnen spielen“<sup>28</sup>.

---

Olivesi). In: Mémoire de DEA de philosophie sous la direction de Monsieur P. Macherey. Université de Paris I, Année 1991-1992, Paris 1992a (Archiv Foucault: A 271). Zitiert nach: Lemke (2001): Gouvernamentalität. a.a. O. S. 6.

<sup>24</sup> Lemke (2001): a.a.O. S.3.

<sup>25</sup> vgl.: Ebda.

<sup>26</sup> Ulrich Bröckling; Susanne Krasmann; Thomas Lemke (Hrsg.): Gouvernamentalität der Gegenwart: Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2000. S. 51

<sup>27</sup> Ebda. S. 52.

<sup>28</sup> Bröckling (2000): a.a.O. S. 20.

Foucault prägt daraufhin den Begriff der „Gouvernementalität“, ein Neologismus, der die Begriffe „Regieren“ („gouvernement“) und „Denkweise“ („mentalité“) semantisch verbindet.<sup>29</sup> Dieser wird ihm als wichtiges Analyse-Instrument zur Untersuchung bestimmter, von ihm als „Macht-Wissen-Komplexe“<sup>30</sup> bezeichnete Ereignisse dienlich, um sie als politische Programme zu dekodieren.<sup>31</sup>

Mit dem Begriff der Regierung öffnet sich die „Mikrophysik der Macht“, welche in ihrer ursprünglich konzipierten Form ihren Fokus lediglich auf den individuellen Körper und seiner disziplinären Zurichtung legte, ohne die umfassenden Prozesse der Subjektivierung zu beachten, für die makroökonomische Problematik des Staates.<sup>32</sup> Hier wird der Staat als „bewegliche(r) Effekt eines Regimes vielfältiger Gouvernementalität“<sup>33</sup> verstanden. Der Staat wird somit selbst als Resultante gesellschaftlicher Kräfteverhältnisse zum Gegenstand des Regierens.<sup>34</sup> Hierbei ist zwischen Herrschaftstechniken und Selbsttechnologien zu differenzieren, deren Wechselwirkungen es laut Foucault zu untersuchen gilt, da diese die Machtverhältnisse innerhalb gesellschaftlicher Machtmechanismen bestimmen.

„Man muß [!] die Wechselwirkung zwischen diesen beiden Technikformen – Herrschaftstechniken und Selbsttechniken – untersuchen. Man muß [!] die Punkte analysieren, an denen die Herrschaftstechniken über Individuen sich der Prozesse bedienen, in denen das Individuum auf sich selbst einwirkt. Und umgekehrt muß [!] man jene Punkte betrachten, in denen die Selbsttechnologien in Zwangs- oder Herrschaftsstrukturen integriert werden.“<sup>35</sup>

Herrschaftstechniken sind demnach als die Bestimmung des Verhaltens von Individuen gegenüber ihrer Unterwerfung unter Herrschaftsziele zu verstehen, während sich Selbsttechniken als das definieren, was den Individuen erlaubt, „mit eigenen Mitteln bestimmte Operationen mit ihren Körpern, Seelen, Lebensführung zu vollziehen, so, dass sie sich selber transformieren, modifizieren und einen bestimmten Zustand von

---

<sup>29</sup> Lemke (2001):a.a.O. S.2

<sup>30</sup> Ebda.

<sup>31</sup> Vgl.: Bröckling (2000): a.a.O. S.26.

<sup>32</sup> Vgl.: Lemke (2001): a.a. O. S. 1.

<sup>33</sup> Bröckling (2000): a.a.O. S. 27.

<sup>34</sup> Vgl.: Lemke (2001): a.a.O. S. 1.

<sup>35</sup> Michel Foucault: About the Beginning of the Hermeneutics of the Self. In: Political Theory 21, 1993. S. 198-227. S. 203f. Zitiert nach: Lemke (2001): a.a.O. S. 11.

Vollkommenheit, Glück, Reinheit, übernatürliche Kraft erlangen“<sup>36</sup>. Nach Foucault bezieht sich Regierung nicht zwingenderweise auf die Unterdrückung von Subjektivität, sondern auf ihre Selbst-Modifikation, sprich auf das Schaffen gewisser Selbsttechnologien, welche problemlos an die Regierungsziele gekoppelt werden können.

„In der weiten Bedeutung des Wortes ist Regierung nicht eine Weise, Menschen zu zwingen, das zu tun, was der Regierende will; vielmehr ist sie immer ein bewegliches Gleichgewicht mit Ergänzungen und Konflikten zwischen Techniken, die Zwang sicherstellen und Prozessen, durch die das Selbst durch sich selbst konstruiert oder modifiziert wird.“<sup>37</sup>

Regierungstechnologien zeichnen sich demnach durch das Ziel aus, „Selbstführungstechniken“ mit „Techniken zur Führung der anderen“ verbinden zu wollen.

Im Mittelpunkt der neoliberalen Gouvernamentalität steht die Analyse des menschlichen Handelns, welches sich durch eine ihm eigene ökonomische Rationalität auszeichnet. Nach Foucault sucht das rationale Konzept für die Regulierung des Regierungshandelns im Neoliberalismus „nicht mehr in einer natürlichen Freiheit, die es zu respektieren gilt, sondern findet es in einer künstlich arrangierten Freiheit: dem unternehmerischen Verhalten der ökonomisch-rationalen Individuen“<sup>38</sup>. Die Eigenverantwortung der Individuen wird demnach an Effizienzkriterien und ökonomische Kalküle gekoppelt.

Durch diese neue Selbstverantwortung verändert sich unweigerlich das Verhältnis der Subjekte zu sich selbst wie auch zu den anderen. Diese zum gesellschaftlichen Leitbild werdende Idee der Durchsetzung des autonomen Subjekts spielt auch eine entscheidende Rolle in den Analysen dieser Arbeit.

Eine der zentralen Untersuchungsgegenstände in Foucaults Arbeiten nehmen die Technologien des Selbst ein. Bereits in der griechischen Antike waren die Praktiken der Selbsttechnologien als Forderung nach der „Sorge um sich selbst“ dem Delphischen

---

<sup>36</sup> Bröckling (2000): a.a.O. S. 28f.

<sup>37</sup> Foucault (1993): a.a.O. S.11.

<sup>38</sup> Graham Burchell : Liberal government and techniques of the self. In: Economy and Society 22, 1993. S. 267-282. S. 271. Zitiert nach Lemke (2001): a.a.O. S.7.

Gebot „Erkenne dich selbst“ übergeordnet und galt damals als eine der wesentlichen Regeln der Polis bezüglich dem Verhalten der Individuen.<sup>39</sup> In der Moderne kam es nach Foucault allerdings zu einer Umkehrung dieser Rangordnung, da die Selbsterkenntnis hier zum Kernprinzip wurde.

Unter der Sorge um das Selbst ist allerdings nicht die Sorge um die Seele als Substanz zu verstehen, sondern die Sorge um die Aktivitäten, um die Produktivität und die daraus resultierenden Positivitäten.

Zu den wichtigsten Praktiken gehörte es, Aufzeichnungen über das Selbst zu erstellen, in der Absicht, sie später wieder zu lesen. Dazu zählte das Verfassen von Abhandlungen und Briefen sowie das Führen von Tagebüchern, um die „Wahrheiten, deren man bedurfte, für sich selbst reaktivieren zu können“<sup>40</sup>. Demnach war in diesem Zeitalter die Sorge um sich selbst an eine kontinuierlichen Schreibearbeit gekoppelt, die rückwirkend zu einer Intensivierung der Selbsterfahrung führte. Die Sorge um das Selbst ist demzufolge laut Foucault auch als eine Lebensform zu verstehen.<sup>41</sup>

Nach Foucault gebrauchte man während der christlich dominierten Jahrhunderte andere Wege, um die Wahrheit über das Selbst enthüllen zu können. Dazu gehörten vor allem moralische Forderungen, wie etwa als SünderIn Buße zu tun und damit den eigenen Status publik zu machen, oder auch die spirituelle Sprache zur Verbalisierung von Gedanken,<sup>42</sup> wobei für Foucault Letzteres einen höheren Wert einnahm, da die Praktiken der Verbalisierung für ihn eine historische Wende anzeigen.

„Seit dem achtzehnten Jahrhundert und bis in die Gegenwart sind die Techniken der Verbalisierung von den sogenannten Sozialwissenschaften in einen anderen Kontext transformiert worden, wo sie instrumentell der Herausbildung eines neuen Selbst dienstbar gemacht werden.“<sup>43</sup>

Entscheidend ist dabei, dass die Anwendung dieser Techniken ohne die damit für gewöhnlich einhergehende Einforderung von Verzichtleistungen fungiert.

---

<sup>39</sup> Vgl.: Michel Foucault: Technologien des Selbst. In: Martin Luther (Hsg.); Gutman Huck (1993): Technologien des Selbst. Frankfurt am Main: Fischer, 1993. S.24-62. S. 26-29.

<sup>40</sup> Ebda. S. 37.

<sup>41</sup> Vgl.: Ebda. S. 37-41.

<sup>42</sup> Vgl.: Ebda. S. 53-62.

<sup>43</sup> Foucault (1993): a.a.O. S.62.

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass Subjekte demnach laut Foucault paradoxerweise zugleich als Effekte wie auch als Voraussetzungen von Macht bezeichnet werden können. Daraus erschließt sich, dass Foucault unter den Technologien des Selbst, wie bereits angeführt, nicht das „Erkennen des eigenen Selbst“ versteht, sondern eine Formung des Selbst. Nicht die Frage, was das Subjekt ist und woher es kommt, ist entscheidend, sondern welche Praktiken Subjektivität formieren. Demnach ist Subjektivität weniger Selbsterkenntnis als vielmehr Selbstmodellierung.

Diese Einführung zu Foucaults (Macht-)Theorien ist insofern relevant, da sie als Basis für die theoretische Fundierung von Kontrollgesellschaften entscheidend ist. Wie bereits eingehend erwähnt, sind in Foucaults Darstellungen der neuen Strafformen wesentliche Parallele zu Social Media Sites zu erkennen. Anzuführen wäre hier etwa das Aufkommen der Dokumentation, welche sich im evaluativen Charakter von Fragebögen oder Registrierungsmasken auf Social-Media-Netzwerken wiederfindet. Foucault ist demnach nicht aus dem Überwachungsdiskurs wegzudenken, da seine Theorien nicht nur das Fundament für die Disziplinargesellschaften bilden, sondern auch für die darauf folgenden Kontrollgesellschaften.

### **2.1.2. Gilles Deleuzes Machtdiskurs - Kontrollgesellschaft**

In dem 1990 erschienenen Essay „Postskriptum über die Kontrollgesellschaften“ weist Gilles Deleuze auf die Vergänglichkeit des Konzepts der Disziplinargesellschaften hin, deren Höhepunkt zu Beginn des 20. Jhd. zu finden ist und nach dem Zweiten Weltkrieg in eine Krise geraten ist:

„Wir befinden uns in einer allgemeinen Krise aller Einschließungsmilieus [...]. [J]eder weiß, daß [!] diese Institutionen über kurz oder lang am Ende sind. Es handelt sich nur noch darum, ihre Agonie zu verwalten [...]. Die *Kontrollgesellschaften* sind dabei, die Disziplinargesellschaften abzulösen.“<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Deleuze: Postskriptum über die Kontrollgesellschaften. In: L'autre Journal1, 1990. S. 254-262. S. 255. <http://www.formatlabor.net/nds/Deleuze-Postskriptum.pdf>. Zugriff: 08.09.2014

Parallel dazu entwickelt sich ein post-industrieller, auf immaterielle Güter wie Wissen und Dienstleistungen spezialisierter Kapitalismus<sup>45</sup>, der die Disziplinargesellschaften zu einer Transformation zwingt, welche in weiterer Folge von den Kontrollgesellschaften abgelöst werden. An die Stelle der Disziplinierung der Körper tritt somit die permanente soziale Kontrolle der Individuen. Während die Disziplinierungen laut Deleuze noch innerhalb der Dauer eines geschlossenen Systems ablaufen, arbeitet die Kontrolle auf einer völlig anderen Ebene. Unter Kontrolle ist nach Deleuze weniger eine starre „Gussform“ zu verstehen, sondern sie gleicht vielmehr einer sich ständig selbst neu verformenden Modulation. Er führt hier den Vergleich mit einem Sieb an, „dessen Maschen von einem Punkt zum anderen variieren“<sup>46</sup>.

An die Stelle der Fabrik tritt in der Machtstrategie der Kontrollgesellschaften das Unternehmen, mit dem Ziel, „eine ständige unhintergehbare Rivalität als heilsamen Wettstreit und ausgezeichnete Motivation [zwischen den Individuen zu verbreiten An.d.A.], die die Individuen zueinander in Gegensatz bringt, jedes von ihnen durchläuft und in sich selbst spaltet“<sup>47</sup>.

Während die disziplinierte ArbeiterInnenmasse der Fabriken bei gleich (bestenfalls) niedrigem Lohn für möglichst hohe Produktion zu sorgen hatte, ist bei den Unternehmen der Kontrollgesellschaften der Lohn einer ständigen, von unterschiedlichen Wettkämpfen und Ausleseverfahren bedingten, Modulation unterworfen. Wie bereits angeführt, erzeugen Unternehmen Rivalitäten zwischen den ArbeiterInnen, um die Produktivität innerhalb des Unternehmens zu steigern. Der Kampf findet demnach nicht mehr lediglich zwischen den ArbeiterInnen und Vorgesetzten, sondern auch innerhalb der Gruppe der Arbeitskräfte selbst statt. Dies führt in weiterer Folge zu einer Trennung der Individuen durch Lohn nach Verdienst und erhält gleichzeitig das System.

Während die Disziplinargesellschaften nach Deleuze über zwei Pole verfügen, die Signatur (Individuum) und die Registrierungsnummer (gibt Position in der Masse an), funktionieren die Kontrollgesellschaften durch Chiffren:

---

<sup>45</sup> vgl. Daniel E. Martinez: Beyond disciplinary enclosures: Management control in the society of control. In: Critical Perspectives on Accounting 22, 2011. S. 200-211. S.204.

<sup>46</sup> Deleuze (1990): a.a.O. S. 256.

<sup>47</sup> Ebda. S. 257.

„Die Chiffre ist eine *Losung*, während die Disziplinargesellschaften durch *Parolen* geregelt werden (unter dem Gesichtspunkt der Integration, aber auch des Widerstands. Die numerische Sprache der Kontrolle besteht aus Chiffren die den Zugang zur Information kennzeichnen bzw. die Abweisung.“<sup>48</sup>

Die Individuen sind nach Deleuze „dividuell“, die Massen sind Daten, Märkte oder „Banken“ geworden.<sup>49</sup> Er spricht von einer wirtschaftlichen Entwicklung, die nicht nur eine technologische Weiterentwicklung ist, sondern vielmehr als eine tiefreichende „Mutation des Kapitalismus“<sup>50</sup> zu verstehen ist. Dieser Kapitalismus wandle sich seiner Ansicht nach von den produktionsorientierten Disziplinargesellschaften, zum Kapitalismus der Überproduktion der Kontrollgesellschaften. Er steht nicht mehr für die Produktion, sondern für das Produkt, sprich den Markt. Daher funktionieren die Kontrollgesellschaften durch größtmögliche Streuung, womit das Unternehmen den Platz der Fabrik einnimmt. Die Machtstrategien der Kontrollgesellschaft setzten nicht mehr auf Disziplinierung, sondern auf Kontrollergreifung, welche sich nach Deleuze durch eine kurze, sich schnell transformierende Form auszeichnet.

„Marketing heißt jetzt das Instrument der sozialen Kontrolle und formt die schamlose Rasse unsrer Herren. Die Kontrolle ist kurzfristig und auf schnellen Umsatz gerichtet, aber auch kontinuierlich und unbegrenzt, während die Disziplin von langer Dauer, unendlich und diskontinuierlich war.“<sup>51</sup>

Demzufolge beruht die Kontrollgesellschaft auf unmittelbarer Kontrolle und kontinuierlicher Kommunikation. Ähnliche Tendenzen, die in Richtung „Kontrollgesellschaft“ verweisen, lassen sich auch in verschiedenen Bildungseinrichtungen und im Bereich des Strafvollzugs (elektronische Fußfessel) beobachten.<sup>52</sup>

In einer Gegenüberstellung der beiden Gesellschaftsformen könnte man zusammenfassend sagen, dass die Individuen in der Disziplinargesellschaft von einem Einschließungsmilieu in das nächste gedrängt werden (Familie, Schule, Kaserne, Fabrik),

---

<sup>48</sup> Ebda. S. 258.

<sup>49</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>50</sup> Vgl.: Ebda. S. 259.

<sup>51</sup> Vgl.: Ebda. S. 260.

<sup>52</sup> Vgl.: Ebda. S. 261.

wo sie jedes Mal bei null anfangen müssen und sie demnach nie aufhören, mit etwas anzufangen. Die Kontrollmechanismen der Kontrollgesellschaft wirken hingegen als untrennbare, ineinander übergehende Variationen. Die Individuen werden folglich nie mit etwas fertig. Hat in den Disziplinargesellschaften zu Beginn des 20. Jhd. der polizeiliche Blick das Individuum noch sichtbar gemacht, so wird es in den Kontrollgesellschaften geradezu durchleuchtet. Das gewandelte Auftreten der Macht ist demnach wesentlich. War die Macht in der Disziplinargesellschaft noch enger mit Institutionen verbunden, so ist sie in der Kontrollgesellschaft diffuser und nur schwer fassbar, aber dennoch omnipräsent. Aus geschlossener Kontrolle wird somit eine offene. Gilles Deleuze und Felix Guattari sprechen hier von „Formen permanenter Kontrolle im offenen Milieu“<sup>53</sup>.

Es ist hier noch anzumerken, dass Deleuze den wissenschaftlichen Diskurs über die Kontrollgesellschaften mit seinem Postskriptum über die Kontrollgesellschaften einführt. Dieser ist insofern relevant, da sich auch hier Parallele zu wesentlichen Mechanismen auf Social-Media-Netzwerken ausmachen lassen, wie etwa der modifizierbare Charakter der Kontrolle, die wesentlich für die folgenden Analysen dieser Arbeit sein werden.

## **2.2. Mediatisierung des Selbst - Identität im Wandel**

Im folgenden sollen nun die Begrifflichkeiten „Medialisierung“, „Subjekt“, „Identität“ und „Automedialität“ näher analysiert werden, da diese den entscheidenden Wandel zeigen, der für die Konstruktion von Identitäten in sozialen Netzwerken entscheidend ist. Dabei soll gleichzeitig auch untersucht werden, inwieweit sich die zuvor thematisierten Überlegungen und Theorien hier wiederfinden lassen bzw. weiterentwickelt haben.

---

<sup>53</sup> Gilles Deleuze : Unterhandlungen 1972-1990: Aus dem Französischem von Gustav Roßler. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1993. S. 251. [http://library.mpib-berlin.mpg.de/toc/z2012\\_1134.pdf](http://library.mpib-berlin.mpg.de/toc/z2012_1134.pdf). Zugriff: 08.09.2014.

Wie bereits in der Einleitung kurz angesprochen wurde, ist die persönliche Identität als Vorstellung des Selbst immer als ein soziales Produkt aus der Wechselwirkung des Einzelnen und einem gegenüberstehenden Anderen zu verstehen. So vertritt auch die Soziologin Hannelore Bublitz in ihrem Werk „Im Beichtstuhl der Medien: Die Produktion des Selbst im öffentlichen Raum“<sup>54</sup> die These, dass Individuen erst durch die Möglichkeit der öffentlichen Selbstreflexion zu Subjekten werden und sich so als Objekte der Erkenntnis betrachten können.<sup>55</sup> Wie bereits besprochen, wird nach Bublitz Ansicht, die „öffentlich-mediale Selbstoffenbarung [...] zum Akt, der >mediale Beichtstuhl< zum Ort der Selbsterzeugung“<sup>56</sup>. Sie geht in ihren Analysen sogar davon aus, dass durch diese Prozesse der medialen Selbstpräsentation die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit aufgebrochen wurden. Denn erst durch diese Entgrenzung wird das Individuum sichtbar, welches sich so unter dem öffentlichen Blick als Subjekt produzieren kann.<sup>57</sup> Bublitz bezeichnet dies in Rückgriff auf Foucaults Thesen als „*die produktiven Effekte* der panoptischen Macht: Sie erzeugt ein Subjekt, das sich in der *Differenz* zu anderen hervorbringt und dabei zeigt“<sup>58</sup>. Demnach kann sich das Individuum erst als Subjekt wahrnehmen, wenn es ihm ermöglicht wird, sich aus einer divergierenden Perspektive kritisch und selbstreflexiv betrachten zu können. Durch diesen „Perspektivwechsel entsteht allererst so etwas wie die Objektivität des eigenen Ichs“<sup>59</sup>.

Wie von Bublitz thematisiert, bieten Medien den Subjekten eine große Bandbreite an Möglichkeiten einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Selbst, wie auch der Möglichkeit, sich der eigenen Existenz im physischen sowie virtuellen Raum vergewissern zu können. Als Beispiele für solche identitätsstiftenden Formate können hier Bekenntnis- und Geständnisrituale der Selbstoffenbarung wie etwa Autobiographien, Tagebücher, Fotoalben oder auch die Social-Media-Seiten des Web

---

<sup>54</sup> Hannelore Bublitz: Im Beichtstuhl der Medien: Die Produktion des Selbst im öffentlichen Raum. Bielefeld: Transcript, 2010..

<sup>55</sup> Ebda. S. 13.

<sup>56</sup> Ebda.

<sup>57</sup> Ebda. S. 23.

<sup>58</sup> Ebda.

<sup>59</sup> Vgl.: Bublitz (2010): a.a.O. S.13.

2.0 angeführt werden, welche als performative Produktionen der Subjekts verstanden werden können. Medien werden so, nach Bublitz Ansicht,

„[...] zu Archiven historischer (Selbst-) Verhältnisse und Selbstbezüge sowie eines gesteigerten Begehrens nach Aufmerksamkeit, Zuwendung und Individualität. In der medialen Anordnung (re-)konstruiert sich, was vorgegeben scheint, in der medialen Repräsentation wird hervorgebracht, worüber gesprochen wird: das Subjekt und seine öffentlich tabuisierten, privaten Geheimnisse, die sich medial artikulieren und programmatisch in ein mediales Verzeichnis einschreiben“<sup>60</sup>.

Das Subjekt findet erst durch die mediale Kontrolle zu seiner Wahrheit, welche wiederum erst im medialen Ritus entsteht.

Mit diesem Verständnis der Produktion des Subjekts wird nun in weiterer Folge dem Begriff des postmodernen Subjekts einer genaueren Analyse unterzogen, da dieser im weiteren Verlauf dieser Arbeit wesentlich ist.

### **2.2.1. Das hybride Subjekt der Postmoderne**

Laut dem Soziologen Stuart Hall hat der Subjektbegriff einen Wandel vom vernunftbetonten Subjekt der Aufklärung über das bürgerlichen Subjekt der Moderne hin zum fragmentierten Subjekt der Postmoderne vollzogen. Nach seiner These verfügen die Individuen über keine stabile und dauerhafte Identität mehr. Diese sei viel mehr in einem ständigen Aushandlungsakt zwischen Selbst- und Fremdzuschreibungen zu verstehen.

„Das Subjekt, das vorher so erfahren wurde, als ob es eine einheitliche und stabile Identität hätte, ist nun [in der Postmoderne] im Begriff, fragmentiert zu werden, Es ist nicht aus einer einzigen, sondern aus mehreren, sich manchmal widersprechenden oder ungelösten Identitäten zusammengesetzt.“<sup>61</sup>

Ausgelöst durch kulturelle und strukturelle Umbrüche, befindet sich die Identität im Wandel, in dem sie sich nicht mehr in fixen Kategorien wie etwa „Nation“, „Klasse“, „Rasse“ oder „Geschlecht“ verortet. Damit ist auch der Prozess der

---

<sup>60</sup> Ebda. S. 145.

<sup>61</sup> Stuart Hall: Die Frage der kulturellen Identität. In: Stuart Hall: Rassismus und kulturelle Identität: Ausgewählte Schriften 2. Hamburg: Argument, 1994. S. 182.

Selbstwahrnehmung und Identifikation variabler, offener, gleichzeitig aber auch unsicherer geworden.<sup>62</sup> In der Postmoderne verschiebt sich die Identifikation demnach von starren, nicht-wählbaren Kategorien hin zu vermeintlich wählbaren Urteilen, die sich frei nach dem persönlichen Belieben richten. Hall geht des Weiteren davon aus, dass Identität ein konstruiertes Produkt aus Praktiken, Diskursen und Positionen ist, wobei dieser Herausbildungsprozess niemals abgeschlossen ist.<sup>63</sup> Schlussendlich konstruiert sich Identität nach seiner Ansicht vor allem auf der Basis von Differenz, impliziert doch jede Zugehörigkeit gleichzeitig auch eine Abgrenzung zum Anderen.<sup>64</sup>

Ähnlich wie Stuart Hall versucht auch der Soziologe Andreas Reckwitz in seiner Schrift „Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne“<sup>65</sup> das Subjekt der Moderne in drei aufeinanderfolgende Phasen zu gliedern.

Als erste Ebene bezeichnet er die Bürgerliche Moderne (18. und 19. Jahrhundert), welche sich um ein moralisch-souveränes und respektables Subjekt bemüht. Gefolgt wird diese von der zweiten Ebene, die er als „organisierte Moderne“ (1920er - 1970er Jahre) beschreibt, und welche sich durch das extrovertierte Angestelltensubjekt auszeichnet. In der dritten Ebene der Postmoderne (1980er Jahre - Gegenwart), entwickelte sich schlussendlich das kreativ-konsumtorische, individualistische Subjekt. Die Transformation der Subjektordnung hat sich sozusagen vom „Charakter“ über „Persönlichkeit“ zum „Selbst“ vollzogen.<sup>66</sup> Es zeigt sich auch hier, dass sich die jeweiligen Subjektordnungen durch die Distanzierung von der vorangegangenen Ordnung entwickelt haben.

Diese drei zeitlichen Phasen der Moderne unterscheidet Reckwitz in weiterer Folge in drei Felder der Subjektivation: Arbeit, Intimität und Technologien des Selbst.<sup>67</sup> Unter

---

<sup>62</sup> Vgl.: Ebda. S. 181ff.

<sup>63</sup> Vgl.: Stuart Hall: Wer braucht ‚Identität‘?. In: Stuart Hall: Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Hamburg: Argument, 2004. S. 170.

<sup>64</sup> Ebda. S. 171.

<sup>65</sup> Andreas Reckwitz: Das hybride Subjekt: Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Velbrück: Weilerswist. 2006.

<sup>66</sup> Vgl.: Ebda. S. 15.

<sup>67</sup> Vgl.: Ebda. S. 55f.

dem Begriff der Arbeit versteht er die ökonomischen Praktiken, in denen sich die Individuen als „Arbeitssubjekte“ trainieren. Intimität beschreibt die Praktiken persönlicher Beziehungen der Familie, romantischer Beziehungen oder der bürgerlichen Ehe, in denen sich die Individuen in „Intimitätssubjekte“ formen.<sup>68</sup> Als drittes Feld nennt er noch das historisch heterogene und dynamische Feld der Technologien der Selbst, bei dem er sich an der Konzeption von Michel Foucault orientiert. Hiermit sind jene Praktiken gemeint, in denen das Subjekt abseits von Arbeit und Privatsphäre ein Verhältnis zu sich selbst herstellen. Dazu zählen vor allem auch Praktiken im Umgang mit Medien (schriftliche, audiovisuelle, digitale) und des Konsums.<sup>69</sup> Diese primären Praktikenkomplexe können durchaus ineinander verwoben auftreten und dürfen daher nicht als strikt getrennt voneinander betrachtet werden.

Die Subjektordnungen durchkreuzen nach Reckwitz vielmehr die getrennten Felder der Gesellschaft, womit er die „Diagnose der Hybridität moderner Subkulturen“ stellt. Demnach sind „unterschiedliche Sinnelemente verschiedener Herkunft in potentiell konflikthafter und uneinheitlicher Weise aneinander gekoppelt, miteinander kombiniert oder aufeinander verwiesen“<sup>70</sup>.

Es wird hier deutlich, dass sich Reckwitz auf den Begriff des Subjekts in seiner doppelseitigen Bedeutung bezieht. Einerseits als Mittelpunkt autonomen Handelns und Denkens, gleichzeitig aber auch als etwas, das übergeordneten Systemen unterworfen ist. So ist das Subjekt laut Reckwitz zugleich „ein unterwerfener Unterwerfer und ein unterwerfendes Unterworfenes“<sup>71</sup>. Das Individuum passt sich an die spezifischen gesellschaftlichen und kulturellen Normen und Formen der Moderne an, verinnerlicht diese und wird so zu einem handlungsfähigen und eigeninteressierten Subjekt.<sup>72</sup> So sind Subjekte

„keine psychisch-mentalen Systeme, nicht der innere Kern von Individuen oder individuelle Bewusstseinsströme. [...] [Das Subjekt ist] in unserem Zusammenhang

---

<sup>68</sup> Vgl.: Ebda. S. 57.

<sup>69</sup> Vgl.: Ebda. S. 58ff.

<sup>70</sup> Vgl.: Ebda. S. 20f.

<sup>71</sup> Ebda. S. 9.

<sup>72</sup> Vgl.: Ebda. S. 10.

stattdessen als eine sozial-kulturelle Form zu verstehen, als kontingentes Produkt symbolischer Ordnungen, welche auf sehr spezifische Weise modellieren, was ein Subjekt ist, als was es sich versteht, wie es zu handeln, zu reden, sich zu bewegen hat, was es wollen kann. Der [oder die] Einzelne - als körperlich-mentale Entität- wird zum Subjekt und existiert in der zeitlichen Sequenz seiner Existenz alleine im Rahmen kollektiver symbolischer Ordnungen, die in spezifischer Weise Subjektpositionen definieren und Subjektkulturen bilden“<sup>73</sup>.

Laut Reckwitz entstehen Subjekte jeglicher Art, wie bereits thematisiert, in Praktiken. Demzufolge wird das Subjekt durch seine Umwelt konstruiert, wobei die symbolische Ordnung der Gesellschaft den Rahmen vorgibt. Diese modelliert, was ein Subjekt ist, wie es zu reden und zu handeln hat und was es zu wollen hat. Die symbolische Ordnung und das Subjekt befinden sich demnach in einer untrennbaren, wechselseitigen Beziehung, durch die sie sich gegenseitig bedingen. Subjekte werden durch Alltagspraktiken erzeugt, trainiert und stabilisiert.<sup>74</sup> So ist das Subjekt „nicht Denken, sondern Tun (wobei Denken dann ein sehr spezifisches Tun darstellt); es wird geformt und formt sich als sozial-kulturelle Struktur, indem es an spezifischen sozialen Praktiken partizipiert“<sup>75</sup>. Demnach wird das Individuum erst durch Praktiken zum Subjekt, gleichzeitig setzen aber auch Praktiken Subjekte als Handlungsträger voraus. Somit befinden sich Subjekt und Praktik in einer gegenseitigen Abhängigkeit. Reckwitz merkt hier auch an, dass der Begriff der Praktiken nicht mit dem Begriff der Handlungen verwechselt werden darf. Während Handlungen intentional hervorgebrachte einzelne Akte sind, so sind Praktiken „kulturell“ und demnach von vornherein typisiert und geregelt. Praktiken enthalten Wissenskomplexe und Dispositionen, in denen sich kulturelle Codes widerspiegeln.<sup>76</sup> Reckwitz differenziert in seiner Analyse im Wesentlichen zwischen drei verschiedene Arten von Praktiken. So beziehen sich etwa „intersubjektive Praktiken“ auf andere Menschen (z.B. Gespräch), „interobjektive Praktiken“ auf nicht-humane Dinge (z.B. handwerkliche Arbeiten) und „selbstreferenzielle Praktiken“ auf das Selbst (z.B. biografische Selbstreflexion).<sup>77</sup>

---

<sup>73</sup> Ebda. S. 34.

<sup>74</sup> Vgl.: Ebda. S. 16.

<sup>75</sup> Ebda. S. 39.

<sup>76</sup> Vgl.: Ebda. S. 38.

<sup>77</sup> Vgl.: Ebda. S. 38f.

Zusammengefasst kann also gesagt werden, dass der Begriff der Identität keinesfalls als autonome Einheit verstanden werden kann, die sich das Subjekt eigenständig zuteilen kann. Sind doch die den „kulturellen“ Praktiken eingeschriebenen Normen, Werte und Ideale grundlegende Motoren bei der Identitätsstiftung und Subjektivierung.<sup>78</sup> Diese ermöglichen den Individuen, sich selbst zu erkennen, gleichzusetzen, zu registrieren und dadurch die jeweilige gesellschaftliche Bestimmung anzueignen.<sup>79</sup> Somit versteht sich Identität als das Resultat fortlaufender Balanceakte der Subjekte, zwischen der Erfüllung vorgeschriebener Normen und Verhaltensmuster von außen und dabei gleichzeitig aber auch eine gewisse Kontinuität des Selbst aufrechterhalten zu können.<sup>80</sup>

Wie bereits vorab thematisiert wurde, nahmen auch bei Michel Foucaults Forschungen die Technologien des Selbst<sup>81</sup>, unter denen er nicht das „Erkennen des eigenen Selbst“ versteht, sondern eine Formung des Selbst, eine der zentralen Untersuchungsgegenstände ein. Nicht die Frage, was das Subjekt ist und woher es kommt, ist nach seiner Ansicht entscheidend, sondern welche Selbstpraktiken Subjektivität formieren. Demnach ist Subjektivität weniger Selbsterkenntnis als vielmehr Selbstmodellierung. Es kann also gesagt werden, dass Selbsttechnologien für das jeweilige Verständnis von Subjektivität, durch die Verbundenheit der Subjektivierung mit gesellschaftlichen Selbstthematisierungsmöglichkeiten, maßgebend sind. Mediale Techniken können demnach als wichtige Faktoren des Subjektivitätsprozesses, der „[...] durch Machtapparate, mediale Dispositive und normative Vorgaben gesteuert wird“<sup>82</sup>, verstanden werden. Der Prozess kann jedoch nicht als bloße Unterwerfung gedeutet werden. Vielmehr verfügen die Individuen über einen gewissen Freiraum, welcher es ihnen erlaubt, sich vorherrschende Normen und

---

<sup>78</sup> Vgl.: Rainer Matzker: Die Ästhetik der Medialität: Zur Vermittlung von künstlerischen Welten und ästhetischen Theorien. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 2008. S. 194.

<sup>79</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>80</sup> Vgl.: Anke Bahl: Zwischen On- und Offline. Identität und Selbstdarstellung im Internet. München: KoPäd-Verl, 1997. S. 19.

<sup>81</sup> Michel Foucault: Technologien des Selbst. In: Martin Luther (Hg.); Gutman Huck (1993): Technologien des Selbst. Frankfurt am Main: Fischer, 1993. S.24-62.

<sup>82</sup> Jörg Dünne/ Christian Moser: Automedialität: Subjektkonstruktion in Schrift, Bild und neuen Medien. München: Wilhelm Fink, 2008. S. 12.

Beziehungen anzueignen, aufzubauen und zu pflegen.<sup>83</sup> Sie sind zwar in ein machtorientiertes System eingegliedert, verfügen gleichzeitig aber durch Selbstregulierung und Selbstbestimmung über viele Möglichkeiten, sich selbständig auf vielseitige Art zu produzieren und zu verwirklichen. In einem begrenzten Wirkungskreis können Individuen demnach die zentrale, regierende Rolle über sich selbst einnehmen, wo es ihnen mit Hilfe von Selbstdisziplin und eigener Willenskraft möglich wird, Ziele und Erwartung selbstbestimmend zu verwirklichen.<sup>84</sup>

Die Literaturwissenschaftler Jörg Dünne und Christian Moser sehen die Möglichkeit der Entstehung sowie Entwicklung eines Selbstbezuges erst dann gegeben, wenn „[...] das Subjekt den Zustand unmittelbaren Bei-sich-Seins verlässt und den Verkehr mit sich selbst unterbricht, indem es in die Exteriorität eines Mediums heraustritt“<sup>85</sup>. Demzufolge gibt es „kein Selbst ohne einen reflexiven Selbstbezug, es gibt keinen Selbstbezug ohne den Rekurs auf die Äußerlichkeit eines technischen Mediums, das dem Individuum einen Spielraum der ‚Selbstpraxis‘ eröffnet“<sup>86</sup>. Das Konzept der Automedialität postuliert demzufolge ein „konstitutives Zusammenspiel von medialem Dispositiv, subjektiver Reflexion und praktischer Selbstbearbeitung“<sup>87</sup>. Der Begriff der Automedialität weist demnach auf eine enge Beziehung zwischen Subjekt und Medium hin. Das „Auto“ (sprich das „Selbst“) koppelt sich an ein Medium, das es ihm ermöglicht, zu kommunizieren, zu agieren und in weiterer Folge sich zu veröffentlichen. Als Beispiele für solche Reflexionsmedien und -technologien in Bezug auf die Selbstdarstellung in Social-Media-Netzwerken oder Blogs könnte man hier etwa Videokameras oder Fotoapparate anführen. Diese technischen Apparate ermöglichen es dem Subjekt, sich durch die Wiedergabe einer vermeintlichen Realität selbst wahrnehmen zu können.

---

<sup>83</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>84</sup> Vgl.: Ebda. S. 12.

<sup>85</sup> Ebda. S. 13.

<sup>86</sup> Ebda.

<sup>87</sup> Ebda.

Zusammengefasst kann also gesagt werden, dass Medien wesentliche Instrumente zur Subjektkonstruktion und -entwicklung darstellen. Erst durch die mediale Präsentation (Medialisierung) kann das Subjekt im Spektrum von Normen, sozialen Codes und Konventionen entstehen.<sup>88</sup> Angewandt auf die Social-Media-Networking-Seiten des Web 2.0. sieht auch der Kultur- und Medientheoretiker Ramón Reichert in seiner Schrift „Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0.“<sup>89</sup> in den Subjektivierungsprozessen im Alltag gefestigte Normen, die grundlegend für die medialisierten Selbstdarstellungen der UserInnen verantwortlich sind.<sup>90</sup> In virtuellen Netzwerken wird es den UserInnen ermöglicht, Inszenierungsarten und -praktiken auszuprobieren, welche offline so nicht möglich wären.

### **2.2.2. Virtuelle Identität**

In ihrer Schrift „Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen“<sup>91</sup> erläutert Nicola Döring, dass es bei einer Auseinandersetzung mit dem Auftreten von Identitäten im virtuellen Raum zunächst unerlässlich sei, zwischen den oftmals synonym und undifferenziert verwendeten Begriffe „virtuelle Identität“ und „Online-Darstellung“ zu unterscheiden. Unter einer „virtuellen Identität“ (Synonym: „Online-Identität“) versteht sich ihrer Ansicht nach,

„[...] eine dienst- oder anwendungsspezifische Repräsentation einer Person im Netz gemeint; Diese dienst- bzw. anwendungsspezifische Repräsentation wird mehrfach in konsistenter und für andere Menschen wieder erkennbarer Weise verwendet und ist subjektiv relevant.“<sup>92</sup>

---

<sup>88</sup> Vgl.: Bublitz (2010): a.a.O. S. 13.

<sup>89</sup> Ramón Reichert: Amateure im Netz: Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld: Transcript, 2008.

<sup>90</sup> Vgl.: Ebda. S. 7.

<sup>91</sup> Nicola Döring: Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hofgreffe, 2003.

<sup>92</sup> Nicola Döring: Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hofgreffe, 2003. S. 341. [http://www.uni-hildesheim.de/meum/index.php?option=com\\_content&task=view&id=257&Itemid=262](http://www.uni-hildesheim.de/meum/index.php?option=com_content&task=view&id=257&Itemid=262). Zugriff: 14.12.2014.

Davon zu differenzieren ist die „Online-Selbstdarstellung“ (Synonym: „virtuelle Selbstdarstellung“), mit welcher „[...] die dienst- oder anwendungsspezifische Repräsentation einer Person im Netz gemeint [ist] (z.B. [...] bei der Online-Auktionsbörse Ebay).“<sup>93</sup>

Demnach sind sowohl unter der virtuellen Identität als auch unter der virtuellen Selbstdarstellung „dienst- oder anwendungsspezifische Repräsentation einer Person im Netz gemeint.“<sup>94</sup> Differenziert können diese beiden Begriffe dahingehend werden, als dass die virtuelle Selbstdarstellung etwa im Gegensatz zur virtuellen-Identität weder „Dauerhaftigkeit noch subjektive Relevanz impliziert“<sup>95</sup>. Demzufolge sind also nur ein Teil der virtuellen Selbstdarstellungen auch als virtuelle Identitäten zu verstehen. Rückschlüsse darüber, ob es sich in einem konkreten Fall nun um eine virtuelle Selbstdarstellung oder um eine virtuelle Identität handelt, können laut Döring, aus Medientexten oder auch durch andere Mediennutzer gezogen werden.<sup>96</sup>

Laut Döring spricht man also von virtueller Identität, „wenn es darum geht, wie Menschen sich selbst präsentieren, wenn sie computervermittelt (also etwa per Email, [...] Mailingliste, Newsgroup oder Webpage) miteinander kommunizieren“<sup>97</sup>.

Demzufolge beschreibt der Begriff der virtuellen Identität die Handlungen einer Identität, welche sich außerhalb des dem virtuellen Raum gegenüberstehenden Real Life abspielen. In diesen virtuellen<sup>98</sup> Netzwerken erhalten UserInnen die Möglichkeit, mehr oder auch weniger sie selbst in ihren Darstellungen zu sein.<sup>99</sup> In der vermeintlichen Anonymität hinter den Computerbildschirmen erhalten die Individuen

---

<sup>93</sup> Ebda..

<sup>94</sup> Ebda.

<sup>95</sup> Ebda.

<sup>96</sup> Vgl. ebda.

<sup>97</sup> Nicola Döring: Identität + Internet = Virtuelle Identität? In: [http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user\\_upload/Medienbildung\\_MCO/fileadmin/bibliothek/doering\\_identitaet/doering\\_identitaet.pdf](http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/doering_identitaet/doering_identitaet.pdf). Zugriff: 13.12.2014.

<sup>98</sup> Der Begriff der "Virtualität" stammt vom französischen Wort "virtualité" ab und meint so viel wie "innewohnende Kraft oder Möglichkeit". vgl.: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Virtualitaet>. Zugriff: 12.12.2014.

<sup>99</sup> Vgl.: Paul J. Kelly: Human Identity Part 1: Who Are You?. 1995. In: <http://www-home.calumet.yorku.ca/pkelly/www/id1.htm>. Zugriff: 12.12.2014.

in den sozialen Netzwerken demnach die Chance, „ehrlicher“ und direkter, sprich „mehr“, sie selbst zu sein und mehr von sich selbst preiszugeben, da das direkte, potentiell negative Feedback (mimisch, gestisch, juristisch) bzw. Vorurteile (aufgrund des Geschlechts, Rasse, Alter oder körperliche Merkmale) mit denen sie im Real Life möglicherweise konfrontiert worden wären, wegfällt.<sup>100</sup> Andererseits haben die Individuen aber auch die Möglichkeit, in virtuellen Netzwerken weniger von ihrem realen Selbst preiszugeben und vielmehr eine virtuelle Identität zu konstruieren, die mehr oder weniger stark vom alltäglichen Selbst abweicht.<sup>101</sup> Es lässt sich also daraus schließen, dass eine virtuelle Identität sehr wohl frei erfunden werden kann, es ist aber keinesfalls eine zwingende Gegebenheit.

Legt man in weiterer Folge allerdings den Augenmerk auf die eigens entworfenen, fiktiven Identitäten, so kann man diese, laut Döring, als „Scheinidentitäten“<sup>102</sup> bezeichnen. Ob nun auf Facebook, Twitter oder den Blogger-Sphären [u.a.], so bieten die Neuen Medien eine unvorstellbar erweiterbare Anzahl an ungegenständlichen (virtuellen) sozialen Umgebungen, in denen sich das Selbst in Prinzip auf immer neue Weise manifestieren und erfinden kann. Die Individuen können demnach in beliebige neue Rollen schlüpfen und konstruieren sich demnach so als virtuelle Identität selbst.

Nach Dörings Analysen kann dieses Phänomen besonders in Chat-Foren beobachtet werden, da es hier im Gegensatz zu den Social-Media-Plattformen des Web 2.0 völlig ausreicht, lediglich einen selbst gewählten Nicknamen anzugeben. In diesen Chat-Foren sind ihrer Ansicht nach demnach verstärkt Individuen anzutreffen, die sich eine virtuelle Identität angelegt haben, die konform mit den vorherrschenden Normen der Attraktivität und des Erfolges geht. Die UserInnen bedienen sich sozusagen einer

---

<sup>100</sup> Paradoxerweise könnten eben dieses Fallen der Hemmschwellen, die vermeintliche Anonymität und die daraus resultierende potentielle Bereitschaft für (wüste, homophobe, sexistische etc.) Kommentare und Beleidigungen, allerdings gleichzeitig auch als Mitfaktoren des Cybermobbings gedeutet werden. Ein Thema, das in dieser Diplomarbeit allerdings nicht näher behandelt werden wird, da es den Rahmen der Arbeit überschreiten würde.

<sup>101</sup> Vgl.: Kelly (1995): a.a.O.

<sup>102</sup> Döring: Identität + Internet = Virtuelle Identität.: a.a.O.

„selbstidealisierenden Maskierung“<sup>103</sup>, welche gleichzeitig aber auch sehr viel Raum für Enttäuschungen lässt, sollten sich die UserInnen auch im realen Leben treffen.

Dieser Maskierungs-These von eigens konstruierten, fiktiven Identitäten im Netz (mit vermeintlich egoistischen Absichten)<sup>104</sup> steht allerdings durchaus eine Gegenthese der authentischen Selbstdarstellung (mit vermeintlich ehrenwerten, psychologischen Zielen)<sup>105</sup> gegenüber.<sup>106</sup> VertreterInnen dieser These gehen von der Annahme aus, dass virtuelle Identitäten sehr wohl authentische sein können und durch diese authentische Darstellung des Selbst gleichzeitig die Selbstoffenbarung und Selbsterfahrung gefördert wird. Wie bereits thematisiert, befreit

„die Ablösung der Netzkommunikation vom sonstigen Alltag [...] demnach die Individuen von sozialer Kontrolle und der mit dem äußeren Erscheinungsbild verbundenen sozialen Kategorisierung, Stereotypisierung und Stigmatisierung. Selbst-Aspekte, die der Person wichtig sind, die sie in vielen Alltagskontexten jedoch nicht ausdrücken und ausleben kann (sondern verschleiert oder verleugnet), kommen im Netz zum Vorschein und werden ihr auch eher zugesprochen“<sup>107</sup>

und ernstgenommen. Die Individuen werden dazu ermutigt, sich selbst zu erforschen und Aspekte ihres Selbst zu artikulieren, die ihnen im Real Life etwa aufgrund diverser sozialer Stereotype, Kategorisierungen oder Rollenerwartungen nicht zugestanden werden.<sup>108</sup> Die für gewöhnlich sonst so vorherrschende soziale Hemmungen und Befürchtungen werden demzufolge, nach Döring „bei der computervermittelten zwischenmenschlichen Kommunikation“<sup>109</sup> durch die „geografische Distanz, fehlende Sichtkontakt und Anonymisierbarkeit reduziert“<sup>110</sup>. Dies unterstreicht auch die These der authentischen Selbstdarstellung virtueller Identitäten. Durch das Mindern der Hemmschwellen und der vermeintlichen Anonymität wird bei den UserInnen ein Gefühl von Sicherheit erzeugt, ihre vermeintlichen Ängste abzulegen und sich vielmehr

---

<sup>103</sup> Ebda.

<sup>104</sup> Vgl.: Ebda.. S. 10.

<sup>105</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>106</sup> Vgl.: Ebda.S. 5.

<sup>107</sup> Ebda. S. 5f.

<sup>108</sup> Vgl.: Ebda. S. 6.

<sup>109</sup> Ebda. S. 7

<sup>110</sup> Ebda. S. 7.

selbst darzustellen, ihr „wahres Ich“ zu zeigen, ohne sich hinter einer Scheinidentität verstecken zu müssen. Gerade auf Profildseiten der Social-Media-Plattformen, wie etwa Facebook, können UserInnen aber dennoch durchaus durch das geschickte Wählen von Profildfotos das eigene „wahre Selbst“ noch ein Stück „zurecht konstruieren“. Ein Aspekt, der an späterer Stelle näher thematisiert werden wird.

Ausschlaggebende Faktoren für die zunehmende Polarisierung in den Forschungen zu virtuellen Identitäten zwischen der bereits thematisierten „Selbstmaskierungs-Kritik und Selbsterkundungs-Lob“<sup>111</sup> sind nach Döring Menschenbilder, Netzdienste wie auch Nutzungskontexte.<sup>112</sup> Diese drei Aspekte sollen im Folgenden kurz beleuchtet werden.

Wie bereits eingehend thematisiert, stehen sich die Menschenbilder der Maskierungs-These und der Selbsterkundungs-These bezüglich ihrer Absichten diametral gegenüber. Berücksichtigt man allerdings das Faktum, dass sich die Netznutzung in immer breiteren kulturellen Kreisen bewegt, erscheint es nach Döring unzureichend, sich lediglich auf eine der beiden Extreme festzulegen, wenn es um das Verhalten sämtlicher NutzerInnen im Netz geht.<sup>113</sup> Nach ihrer Ansicht liegt der Grund, „dass diese einseitigen Menschenbilder den Diskurs über virtuelle Identitäten bislang prägen, [...] daran, dass man sich empirisch vorwiegend auf Einzelfälle und Sondergruppen konzentriert hat.“<sup>114</sup> Ob die daraus gewonnenen Erkenntnisse undifferenziert, automatisch auf die gesamte NetznutzerInnenschaft angewendet werden können, erscheint allerdings fraglich.

Diese Polarisierung könne laut Döring durchaus aufgebrochen werden, wenn aussagekräftige Teile anstelle von spezifischen Sondergruppen oder Einzelfällen der Netzpopulation betrachtet würden. Zusätzlich seien die bisherigen Forschungen und Diskurse zur virtuellen Identität auch noch „durch eine enorme Einengung der betrachteten *Netzdienste*“<sup>115</sup> extremiert. Hierzu führt Döring diverse Formen des

---

<sup>111</sup> Ebda. S.10.

<sup>112</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>113</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>114</sup> Ebda.

<sup>115</sup> Ebda. S. 11.

Austausches im Netz an, wie etwa Chat-, Email-, oder WWW-Kommunikation, bei der sich Individuen bei ihrer virtuellen Selbstdarstellung mehr oder weniger frei entfalten können (je nachdem, wie der Kontext es verlangt) und nicht zwingend ident verlaufen muss.<sup>116</sup> Um eine angemessene Beurteilung und Analyse virtueller Selbstdarstellungen gewährleisten zu können, müssen demzufolge nach Döring „alle anderen computervermittelten Kommunikationsdienste einbezogen werden und zwar proportional zu ihrer Nutzungshäufigkeit und Verbreitung“<sup>117</sup>.

Als dritten wesentlichen Faktor im Zusammenhang mit der Auseinandersetzung mit „Netznutzung“ führt Döring abschließend den spezifischen sozialen Nutzungskontext an, dem die jeweiligen Netzdienste untrennbar zugrunde liegen und somit einbezogen werden muss. Als Beispiel stellt Döring hier das Chatverhalten einer Studentin in Flirtportalen dem Chatverhalten derselben Studentin in virtuellen Seminarsitzungen gegenüber. In diesem Vergleich zeigt sie auf, dass für das jeweilige Chatverhalten und die damit einhergehenden Möglichkeiten zur Selbstinszenierung, ausschlaggebend ist, „in welchem sozialen Arrangement und mit welcher Zielsetzung [die jeweiligen NutzerInnen] beim Chatten aufeinander [treffen]“<sup>118</sup>. Für die Beurteilung der jeweiligen Handlungskontexte müssen demnach die unterschiedlichsten Faktoren wie etwa das soziale Umfeld, Alter, Bildung, Lebensphase [u.a.] der UserInnen miteinbegriffen werden, um sie in weiterer Folge differenzieren zu können. Diese breite Vielfalt an Nutzungskontexten verlangt von den Individuen der spätmodernen Gesellschaften nach Döring „Flexibilität im Identitäts-Management, ohne jedoch Beliebigkeit zu erlauben“<sup>119</sup>. Sie weist diesbezüglich darauf hin, dass sich Netzwerkkommunikationen keinesfalls ausschließlich in anarchischen Cybersystemen abspielen, sondern sich zunehmend auch in professionellen, dienstleistungsorientierten Kontexten eingeschrieben haben. In diesen Kontexten geht es den Individuen bei der Selbstinszenierung weniger um die Möglichkeit der Provokation oder des Selbstaustestens, sondern um die Frage einer glaubwürdigen und wiedererkennbaren

---

<sup>116</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>117</sup> Ebda. S. 12.

<sup>118</sup> Ebda. S. 13.

<sup>119</sup> Ebda. S. 13.

Selbstdarstellung.<sup>120</sup> Im Diskurs um virtuelle Identitäten sind „diese neuen Konsistenz- und Authentifizierungs-Anforderungen<sup>121</sup>“<sup>122</sup> laut Döring allerdings aufgrund der bisweilen zu einseitigen, zumeist dezidiert auf den spielerischen Austausch fokussierten Auseinandersetzung mit der Thematik kaum besprochen worden.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass sich die Diskurse um die Konstruktion von virtuellen Identitäten in Cybernetzwerken vorwiegend auf die, im Gegensatz zu den Selbstdarstellungen im realen Leben, Körperlosigkeit und vermeintliche Anonymität der Individuen in ihrer Selbstdarstellung sowie den daraus resultierenden Möglichkeiten stützen. Während also die Selbstdarstellungen im realen Leben zu jeder Zeit an einen Körper und ein damit einhegendes soziales Umfeld gebunden sind, zeigen virtuelle Selbstdarstellungen mithilfe von medialen Mitteln konstruierte Bilder des Selbst. Es muss diesbezüglich allerdings zwischen den unterschiedlichen Arten der Darstellung, abhängig vom Medienangebot (Social-Networking-Seiten, Blog, Chat, Twitter, Instagram etc.), den persönlichen Absichten und Motiven der Individuen sowie den Nutzungskontexten differenziert werden und kann demnach keinesfalls pauschal betrachtet werden.

---

<sup>120</sup> Vgl.: Ebda. S. 13.

<sup>121</sup> Dieser Aspekt wird später erneut aufgegriffen, wenn es um die Authentisierungsstrategien der UserInnen in virtuellen Netzwerken geht.

<sup>122</sup> Döring: Identität + Internet = Virtuelle Identität.: a.a.O. S. 14.

### 3. SELBSTTHEMATISIERUNG

In seiner Schrift „Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization?“ beschreibt der Kulturosoziologe Günter Burkart Selbstthematizationen als die Handlungsweise der Einzelnen sich selbst als eigenständige Individuen „zum Thema zu machen, über sich sprechen, angefangen von einfachen Kompensierungen eigener Handlungen bis zu erzählten Konstruktion der eigenen Identität“<sup>123</sup>. Demzufolge heißt „Selbstthematization“ für die Individuen, wie auch bereits bei Bublitz eingehend thematisiert wurde, sich zunächst zum Objekt der Erkenntnis zu machen (Selbstanalyse), um durch diese daraus resultierende Möglichkeit sich aus einem abweichenden Blickwinkel kritisch betrachten zu können um zu hinterfragen, wer man wirklich ist (Identität).<sup>124</sup> Im darauffolgenden Schritt geht es laut Burkart darum, die gewonnen Erkenntnisse einem gegenüberstehenden mitzuteilen, sich selbst in Geschichten und Erzählungen über das eigene Selbst darzustellen und sich damit sichtbar zu machen. Es kann also gesagt werden, dass sich Selbstthematizationen vor allem auf die eigene Individualität beziehen.<sup>125</sup>

Im Folgenden soll nun untersucht werden, welche Trendwenden der Prozess der Selbstthematization vollzogen hat und welche Auswirkungen und Möglichkeiten daraus für die Individuen resultieren.

#### 3.1 Modelle und Trendwenden der Selbstthematization - Demokratisierung der Selbstthematization ?

Jene Entwicklungen und Umbrüche, die im vorangegangenen einführenden Kapitel aufgeschlüsselt wurden, haben nun in weiterer Folge zur Etablierung einer Kultur der Selbstthematization beigetragen. Vor dem Hintergrund einer allgemeinen Psychologisierung der Kultur hat sich seit den 1960er Jahren eine historisch

---

<sup>123</sup> Günter Burkart [u.a.] (2006b): Gibt es Virtuosen der Selbstthematization? In: Günter Burkart (Hg.): Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization? Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss, 2006. S.313 - 337. S. 313f.

<sup>124</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>125</sup> Vgl.: Ebda.

einzigartige Therapie- und Beratungskultur etabliert. Immer mehr Menschen nehmen Psychotherapie-, Beratungs-, Selbsterfahrungs- oder Selbstmanagementangebote in Anspruch, bei denen ihre Selbstreflexion trainiert wird. Das gilt besonders für Therapieformen, mit denen es zu einer weiteren Schwerpunktverlagerung von kognitiv-rationaler Reflexion (Wer bin ich?) oder moralischer Reflexion (Wie lebe ich das richtige Leben?) zu Reflexionen über expressive Ausdrucksformen, Gefühle und Körperlichkeit gekommen ist. Fragestellungen wie „Sehe ich gut aus, bin ich attraktiv, ist meine Inszenierung vorteilhaft, habe ich eine gute *Performance*?“<sup>126</sup> treten in den Mittelpunkt.

Wie der Soziologe Alois Hahn in seiner Schrift „Identität und Selbstthematizierung“<sup>127</sup> betont, ist Selbstreflexion nur möglich, wenn kulturelle Muster der Selbstthematizierung und Selbstzuschreibung verfügbar sind<sup>128</sup>, die institutionell abgesichert sein müssen. Wenn das Ich über sich selbst nachdenkt, dann tut es das nicht einfach „aus sich selbst heraus“<sup>129</sup>. Wie auch bereits im vorhergehenden Kapitel bei Bublitz und Reckwitz herausgearbeitet wurde, stellt die Kultur ihm Mittel und Technik(en) dafür zur Verfügung, von einfachen reflexiven Denkroutinen, wie etwa um die Frage: Wer bin ich?, über Erzählmuster und schriftliche Ausdrucksformen, wie etwa Tagebuch, Brief, Weblog, bestimmte Themen wie Selbstfindung oder Selbstverwirklichung bis hin zu komplexen Thematiken.

„Solche Institutionen der Selbstthematizierung stehen als komplexe Beschreibungs- und Zuschreibungsmuster den Individuen zur Verfügung, als Angebot für kontrollierte Selbst-Enthüllungen und -Bekanntnisse. Die klassische Palette reicht von der Beichte über Autobiografie und Tagebuch bis zur Psychoanalyse, gefolgt von neueren Formen wie biografisches Interview, neue Therapieformen, Selbsterfahrungs- und Selbstverwirklichungsgruppen oder Talkshows.“<sup>130</sup>

---

<sup>126</sup> Burkart [u.a.] (2006b): a.a.O. S. 12.

<sup>127</sup> Alois Hahn: Identität und Selbstthematizierung. In: Alois Hahn, Volker Knapp (Hg.): Selbstthematizierung und Selbstzeugnis: Bekenntnis und Geständnis. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1987. S. 9-24.

<sup>128</sup> Vgl. ebda.

<sup>129</sup> Ebda. S. 18.

<sup>130</sup> Burkart (2006): a.a.O. S. 10.

Das therapeutische Gespräch bildet dabei das Grundmodell für die Gesprächsform des Interviews, das ebenfalls stark an Bedeutung gewonnen hat. Es hat die biografische Selbstreflexion von immer mehr Mensch in Gang gebracht und eine Fülle von Lebensgeschichten produziert. Die Maxime „Erzähle dein Leben“ oder „Erzähle dich selbst“ hat sich in den Alltag verbreitet.<sup>131</sup>

Auch in den Massenmedien hat das unspezifische biografische Gespräch, d.h. eine Unterhaltung über nahezu beliebige Aspekte des eigenen Lebens, stark an Bedeutung gewonnen. Immer häufiger legen Menschen öffentliche Selbstbekenntnisse ab, in Fernseh- Interviews, Talk- Shows und zunehmend in verschiedenen Bereichen von online Netzwerken. „Tyrannei der Intimität“ oder „Öffentlichkeit des Privaten“ werden zu Schlüsselbegriffen dieser Trendwende.<sup>132</sup>

Die Suche nach neuen Institutionen der Selbstthematization verweist auf Tendenzen der Veralltäglicung und Demokratisierung. Das Problem der Demokratisierung lässt sich dabei an der Frage erörtern, ob das Internet und andere neue Medien tatsächlich neue Formen der Selbstthematization ermöglichen, denn im Unterschied etwa zur Psychoanalyse oder auch der klassischen Autobiografie sind diese Medien im Prinzip allen zugänglich, auch wenn es empirische Evidenzen für die gegenteilige Behauptung eines „Digital Divide“<sup>133</sup> gibt, demzufolge das Internet neue Ungleichheiten produziert. Bei diesem Übergang von alten zu neuen Institutionen der Selbstthematization werden laut dem Soziologen Herbert Willems bestimmte Transformationsprinzipien ersichtlich, die dieser mit dem Begriff der Theatralisierung zu erfassen versucht. Kommunikation in virtuellen Räumen wird dabei in gewisser Weise als ein historischer Nachfolger von Beichte, Psychoanalyse und Gruppentherapie betrachtet. Allerdings ist

---

<sup>131</sup> Vgl.: Günter Burkart (2006a): Einleitung: Selbstreflexion und Bekenntniskultur. In: ders.: Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization? Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss. S. 7-40., S. 12.

<sup>132</sup> Vgl.: Hahn (2000): a.a.O.

<sup>133</sup> Der Begriff des Digital Divides beschreibt den Unterschied in der Zugänglichkeit und Nutzungsmöglichkeiten von Informations- und Kommunikationstechnologien zwischen unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen, resultierend aus technischen und sozioökonomischen Faktoren. Ausschlaggebend sind dabei sowohl regionale, nationale wie auch internationale Differenzen. Vgl.: Mirko Marr ; Nicole Zillien: Digitale Spaltung. In: Wolfgang Schweiger; Klaus Beck (Hrsg.): Handbuch Online-Kommunikation. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. 257-282.

offensichtlich, dass es dabei eine Reihe markanter Unterschiede zu den älteren Formen gibt. Zum Beispiel handelt es sich um eine körperlose Fern-Kommunikation oder es steht bei der Selbstkonstruktion, durch selbstgewählte sogenannte „Nicknames“ [u.a.], weder eine Biografie noch ein Authentizitätsanspruch im Hintergrund. Das schließt eine Bekenntniskultur im klassischen Sinn mehr oder weniger aus. Dennoch böte sich laut Willems Theorie in diesem inszenatorischen Spielraum das vielleicht größte Potential der Exploration von Selbstkonzepten.<sup>134</sup>

Auch der Soziologe Markus Schroer befasste sich in seiner Schrift „Selbstthematization: Von der (Er-) Findung des Selbst und der Suche nach Aufmerksamkeit“<sup>135</sup> mit den neu auftretenden medialen Praktiken und stellte dabei Tendenzen der Universalisierung fest - Selbstthematization als ein Trend, der alle Schichten erfasse. Es geht dabei laut Schroers These um reine Inszenierungen, fern von Authentizität und Selbstreflexion. Die neuen Medien sind Teil einer neuen postmodernen Bildkultur, einer „Visual Culture“, wo es verstärkt um Gesehenwerdenwollen und Selbstpräsentation geht. So wird Selbstthematization nach seiner Ansicht

„öffentlich und expressiv. Bietet schon die private Homepage die Möglichkeit, von sich selbst auch Bilder zu präsentieren - nicht mehr nur: So bin ich, so empfinde ich, das macht mich aus; sondern: so sehe ich aus-, so kommt dies noch deutlicher zum Ausdruck bei der Praxis, private Videos und Fotos im Internet publik zu machen“<sup>136</sup>.

Mehrere Entwicklungen scheinen sich zu überkreuzen, die verschiedene Stränge der Selbstthematization betreffen. Zunächst gibt es Anzeichen dafür, dass Selbstreflexion durch visuelle Selbstdarstellung abgelöst wird. Postmoderne Identitätsspiele und andere neue Formen der Selbstdarstellung im Internet verweisen zusätzlich auf eine mögliche Demokratisierung der Selbstthematization, aber gleichzeitig eben auch auf ihren Formwandel, den die klassische Reflexionselite vielleicht zu ignorieren sucht. Der

---

<sup>134</sup> Vgl.: Burkart (2006): a.a.O.

<sup>135</sup> Markus Schroer (2006): Selbstthematization: Von der (Er-) Findung des Selbst und der Suche nach Aufmerksamkeit. In: Burkart, Günter (Hg.): Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization? Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss. S. 41-72., S. 57.

<sup>136</sup> Burkart (2006a): a.a.O. S. 29.

Kampf um Aufmerksamkeit<sup>137</sup> vollzieht sich für verschiedene Milieus auf unterschiedlichen Kanälen:

„Während die einen immer noch um Reputation im traditionellen Sinn bestrebt sind, finden andere es wichtiger, prominent zu sein, und die jugendlichen Nutzer des demokratisch anarchischen Internet gehen dabei zum Teil ganz neue Wege, bis hin zu fragwürdigen Formen der Aufmerksamkeitssuche.“<sup>138</sup>

Der gegenwärtige Individualisierungsprozess, der nicht nur einige wenige Eliten erfasst hat, sondern als gesamtgesellschaftlicher Trend wirkt, hat ohne Frage auch zu einer Intensivierung der Selbstthematization, der Selbstbeobachtung und Selbstdarstellung beigetragen. In den aktuellen Formen der Selbstthematization zeigt sich eine Betonung der Einzigartigkeit der Individuums und eine Intensivierung der Selbstbeziehungen. Die Funktion der Selbstthematization scheint dabei allerdings immer weniger darin zu bestehen, wie von Foucault gefordert, „sich selbst zum Erkenntnisgegenstand [zu machen], um sich umzubilden, zu verbessern, zu läutern, sein Heil zu schaffen“<sup>139</sup>, sondern darin, sein Selbst zum öffentlichen Gegenstand zu machen, auf sich aufmerksam zu machen, sich zu zeigen und damit das Gefühl zu verschaffen, existent zu sein.

In den gegenwärtig zu beobachtenden Formen der Selbstthematization geht es nicht mehr in erster Linie um die Frage, wer man ist oder sein will. Der Schwerpunkt hat sich vielmehr verlagert zu Fragen der Selbstpräsentation, der Selbstdarstellung und Selbstinszenierung. Die entscheidende Frage ist, wie man wirkt, wie man „rüberkommt“, wie man gesehen werden will und gesehen wird. Betont wird also vor allem der expressive Aspekt der Selbstthematization. An die Stelle der anfänglich noch gestellten, klassischen Identitätsfrage „Wer bin ich?“ tritt die Frage „Wie kann ich mich so darstellen, dass Notiz von mir genommen wird?“<sup>140</sup>. Das Selbst und die Identität werden zum Thema. Das schließt auch Fragen nach Selbstbestimmung und Einzigartigkeit ein: Wie kann ich meine Autonomie sichern? Was ist das Besondere an

---

<sup>137</sup> Vgl.: Georg Franck : Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf. München; Wien: Hanser, 1998.

<sup>138</sup> Günter Burkart (2006a): a.a.O. S. 31.

<sup>139</sup> Michel Foucault: Die Sorge um sich: Sexualität und Wahrheit 3. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1989. S. 59,

<sup>140</sup> Markus Schroer: Selbstthematization: Von der (Er-) Findung des Selbst und der Suche nach Aufmerksamkeit. In: Burkart, Günter (Hg.): Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization? Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss, 2006. S. 41-72., S. 57.

mir? Unterscheide ich mich in ausreichendem Maße von anderen? Die Lebensgeschichte wird zum Reflexionsgegenstand und erscheint dadurch zunehmend als machbar und planbar. Lebensplanung wird immer mehr zur Norm, die individuelle Zukunftsorientierung verdrängt die Familiengeschichte. Viele sind nur auf der Suche nach ihrem Selbst, das zunehmend als autonom, aus sozialen Bezügen gelöst, wahrgenommen wird und „authentisch“ dargestellt werden soll.

Selbstthematization kann demzufolge offensichtlich auch als Kampf der Individuen um Aufmerksamkeit zur Sichtbarmachung des eigenen Ich verstanden werden, eine These, die nun im Folgenden genauer thematisiert werden soll.

### **3.2. Aufmerksamkeitskämpfe**

Einer der wesentlichen Erkenntnisse und Kennzeichen der gegenwärtig einschlägigen Debatten ist, dass Selbstthematization nicht mehr länger als Übung ohne ZuschauerInnen und Publikum vorstellbar ist, wie es etwa beim traditionellen Tagebuchschrreiber noch war. Des Weiteren richtet es sich nicht mehr auf ein konkretes Gegenüber wie etwa beim Brief. Heute erfolgt Selbstthematization vielmehr vor allem öffentlich und expressiv, mit möglichst vielen ZuschauInnen bzw. vor möglichst großem Publikum.<sup>141</sup>

Angesichts des „Zustand[s] dauernder Empfängnis [...], die in grenzenlosem Imperialismus von uns Besitz“<sup>142</sup> ergriffen hat, haben wir es im Zeitalter der Mediatisierung des Alltages mit einem verstärkten Kampf um Aufmerksamkeit zu tun, der angesichts der Knappheit der Ressource „Aufmerksamkeit“ zu immer pointierter ausfallenden Selbstthematizationen führt, damit sie- angesichts der überwältigenden Flut von konkurrierenden Selbstthematizationen - überhaupt wahrgenommen werden.

---

<sup>141</sup> Vgl. Schroer (2006): a.a.O. S. 43.

<sup>142</sup> Siegfried Kracauer: Langeweile (1924). In: ders.: Das Ornament der Masse. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1977. S. 321 - 325. S. 323.

Der folgende Teil der Arbeit wird sich nun mit zwei populären Selbstdarstellungs- und Aufmerksamkeitsbühnen: einerseits den privaten Filmaufnahmen, andererseits den Homepages- auseinandersetzen, in dem Versuch, ihren Strategien zur Aufmerksamkeitsgewinnung auf den Grund zu gehen.

### **3.2.1. Private Filmaufnahmen - die Kamera als Aufmerksamkeitsgenerator**

Längst geht der Trend nicht mehr nur dazu, das Leben lediglich zu erzählen, sondern vor allem auch dazu, es zu fotografieren und zu filmen. Durch die scheinbar alltäglich gewordene Verwendung von Digitalkameras und Smartphones [u.a.] wird den Individuen eine sowohl simple als auch unauffällige Dokumentation alltäglicher Begebenheiten und flüchtiger Eindrücke ermöglicht. Somit wird nicht mehr nur zu herausragenden biografischen Ereignissen das Leben narrativ von diesen, wie bereits bei Dünne/Moser thematisierten Reflexionstechniken<sup>143</sup> „eingefangen“, sondern kleinste Anlässe genügen, um eine Selbstthematization in Gang zu bringen. Dies ermöglicht den Individuen eine nahezu lückenlose filmische Erfassung des Lebens, welche den Begriff des Life Caching etablierte.<sup>144</sup>

„Das Fotoalbum, in dem die einzelnen Stationen eines gesamten Lebens erfasst sind, weicht den unzähligen Filmen, die auf Kassetten oder Festplatten von Computern gespeichert sind: über die Geburt, den ersten Tag im Krankenhaus, den ersten Tag Zuhause, den ersten Ausflug, das erste Bad, die ersten Gehversuche usw. Allein die Filme über den ersten Lebensabschnitt füllen schnell ganze Regale.“<sup>145</sup>

Demnach bedeutet „Leben“ fotografiert zu werden und „Aufzeichnungen vom eigenen Leben zu besitzen“.<sup>146</sup> Ohne deren visuelle Dokumentation scheinen wir unseren eigenen Erlebnissen nicht mehr zu trauen. Als wirklich geschehen gilt etwas offenbar erst dann, wenn es durch eine „Maschine“ festgehalten wird und diese gleichzeitig

---

<sup>143</sup> Vgl.: Jörg Dünne/ Christian Moser: Automedialität: Subjektkonstruktion in Schrift, Bild und neuen Medien. München: Wilhelm Fink, 2008. S. 12.

<sup>144</sup> Vgl. Schroer (2006): a.a.O. S. 59f.

<sup>145</sup> Ebda: S. 61.

<sup>146</sup> Susan Sontag: Endloser Krieg, endloser Strom von Fotos: Die Folter der Gefangenen ist keine simple Verfehlung. In: Süddeutsche Zeitung. Nr. 118, 24.05.2004. S. 13.

auch Erinnerungsfunktionen übernimmt. Daher kommt es immer häufiger geradezu zu einer wahren Dokumentationswut des eigenen Lebens.

„Mit Hilfe von Digitalkameras zeichnen immer mehr Menschen ihren ganz gewöhnlichen Tagesablauf auf und verleihen ihm auf diese Weise Bedeutung und vielleicht auch eine Art Würde. Zahlreiche Sendungen aus dem Bereich Reality-TV und Doku-Soap machen deutlich, dass das ganz normale Leben, ohne spektakuläre Aktionen und besondere Ereignisse, Aufmerksamkeit auf sich ziehen kann, wenn es nur gefilmt und über Fernsehsender verbreitet wird.“<sup>147</sup>

Die Kamera erscheint demzufolge immer häufiger sowohl als Aufmerksamkeitsgarant sowie als -generator. Und selbst wenn sich kein klassischer „Sender“ dafür interessiert, können diese Aufnahmen aus dem eigenen Leben immer noch eine gewisse Verbreitung finden, indem sie etwa auf Homepages, Blogs, Facebook [u.a.] gepostet werden oder per E-Mail [u.a.] verschickt werden. Jeder wird zu seinem eigenen Fotografen so wie sich auch jeder mithilfe der neuesten Kommunikationstechniken eine eigene Öffentlichkeit schaffen kann. Der deutsche Philosoph Walter Benjamin schrieb diesbezüglich bereits in den 1930er Jahren: „Jeder heutige Mensch kann einen Anspruch vorbringen, gefilmt zu werden“<sup>148</sup>, ein Anspruch dem heute längst massenhaft entsprochen wird.<sup>149</sup> Geändert hat sich allerdings, dass die Individuen längst nicht mehr nur als Objekt der Kamera fungieren, heute sind diese oftmals beides zugleich.<sup>150</sup> Die Individuen fungieren sowohl als FilmerInnen als auch als Gefilmte und werden so gleichzeitig zu ProduzentInnen wie auch KonsumentInnen von unzähligen Filmen und Fotografien, die auch noch so vermeintlich belanglose Ereignisse ihres Lebens einfangen und festhalten (können).<sup>151</sup>

---

<sup>147</sup> Ebda.

<sup>148</sup> Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: ders.: Illuminationen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1977. S. 136-169. S. 155.

<sup>149</sup> Vgl.: Schroer (2006): a.a.O. S. 61f.

<sup>150</sup> Vgl. dazu auch Kapitel 6.2.1. MedienamateurlInnen & ProsumentInnen

<sup>151</sup> Vgl.: Schroer (2006): a.a.O. S. 62.

### **3.2.2. Private Homepages**

Privat erstellte Homepages oder Blogs fungieren gegenwärtig immer häufiger als Bühnen der Selbstdarstellung und Selbstinszenierung. So beschreibt der Soziologe Markus Schroer in seinen Analysen zu neuen Selbstthematisierungsbühnen Homepages als eine „Mischung aus Text- und Bildanteilen (zumeist Fotos, z.T. aber auch Videomaterial)“<sup>152</sup>, auf der sich Personen einem anonymen Publikum präsentieren, „das gezielt oder zufällig auf seiner Seite gelandet ist“<sup>153</sup>. BesitzerInnen der Seite (page) gewährleisten zumeist einen (gewissen, allerdings nicht immer zwingend ernstzunehmenden) Einblick in persönliche biografische Daten (virtuelle Steckbriefe), Interessen, Hobbys und „Meinungen“. Zusätzlich präsentiert sich diese(r) auf Fotos „in den verschiedensten Situationen und Kontexten: im Kreise von Freunden, Familie und Haustieren, im Urlaub und bei der Ausübung diverser Hobbys“<sup>154</sup>. Gleichzeitig werden dadurch oft auch noch automatisch „das eigene Haus, der Wohnort, [sprich das persönliche Umfeld,] vorgestellt“<sup>155</sup>, wodurch unweigerlich das Gefühl von Authentizität („Echtheit“; „Mit-dabei-sein“) vermittelt wird. Darüber hinaus gehören weiterführende Links (zu anderen Websites, Homepages von Freunden, bestimmten Interessens-/Themenhomepages, etc.) zur Kernausrüstung dieser Seiten (Hypertextualität). Auch die immer populärer werdenden „follow me on twitter“-Aufforderungen sowie Verlinkungen zum persönlichen Facebook-, Instagram- oder YouTube-Account [u.a.] sind hier kaum noch wegzudenken. Dadurch werden in gewisser Hinsicht die „Kompetenzen“ und „Aktualität“ der/s BesitzerInnen suggeriert, die Fähigkeit mit dem aktuellen Zeitgeist und den Trends mithalten zu können. Gleichzeitig tragen diese dadurch zu einer weitgreifenden und scheinbar immer dichter werdenden Vernetzung bei.

Weitere wichtige Merkmale nehmen die Gästebücher, Subscribe<sup>156</sup>-Funktionen sowie eigens für die Seite eingerichtete Chats ein, welche gewährleisten, dass die

---

<sup>152</sup> Schroer (2006): a.a.O. S. 60f.

<sup>153</sup> Ebd.

<sup>154</sup> Ebd.

<sup>155</sup> Ebd.

<sup>156</sup> BesucherInnen können dadurch favorisierte Pages einfach „abonnieren“ und werden anschließend automatisch über die neuesten Updates, in der Regel via eMail, informiert.

BesucherInnen auch mit dem/der BesitzerIn in Kontakt treten können (Interaktivität) und einen gewissen Feedback-/Review-Charakter ermöglichen.

Trotz der meist mehr oder weniger unspektakulären Inhalte spiegelt der rasante Anstieg von neuen privaten Homepages die Hoffnung der Individuen, dass sich im Internet Menschen finden werden, die sich für ihr sei es noch so normales Leben interessieren. Virtuelle Netze erscheinen als neues Medium, das jedem ermöglicht, sich und alles was ihn ausmacht zu veröffentlichen und dabei einen fast schon „voyeuristischen Einblick in die wirklichkeitsnahe Intimität des Trivialen und Banalen“<sup>157</sup> gewährt. Allein die Möglichkeit, dass nicht nur ausgesuchte Personen, sondern ein Publikum unbekannter Größe das eigene Leben betrachten kann, und vor allem so wie man will, dass es gesehen wird, scheint jedem Einzelnen einen bislang ungeahnten prominenten Stellenwert einzuräumen.<sup>158</sup>

Ein wichtiges Hilfsmittel zur Überprüfung der eigenen Selbstthematierungsstrategie auf ihre Wirksamkeit hin, nehmen dabei auf immer mehr Homepages integrierte Zählwerke, sogenannte „Counter“, ein, die die Anzahl der Besucher auf ihren Seiten registrieren und gleichzeitig den Effekt des Darstellungsverhaltens dokumentieren. Es wird dadurch immer offensichtlicher, dass (virtuelle) Selbstreferenz nicht nur durch das sich selbst beobachtende Individuum erfolgt, sondern wesentlich durch die anderen beeinflusst wird, denn diese lenken und formen durch ihre Reaktionen die Selbstdarstellungsprozesse. Gleichzeitig schränken sie das Potential der kreativen Selbstinszenierung allerdings auch ein, welche in der reflexiven Selbstbeobachtung liegt.<sup>159</sup> Der Medienwissenschaftler Roberto Simanowski schrieb diesbezüglich in seiner Schrift über Aufmerksamkeitskämpfe treffend:

„Die Null [Anzahl der Klicks/Rezeption] ist Ausdruck des Scheiterns innerhalb der Aufmerksamkeitsökonomie des Internets. Was zählt ist die Zahl. Erfolg bemisst sich nach dem Ranking der Suchmaschinen, und basiert allein auf Statistik. (Von der

---

<sup>157</sup> Ramón Reichert: Amateure im Netz: Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld: Transkript, 2008. S. 67.

<sup>158</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>159</sup> Vgl.: Barbara Becker: Selbstinszenierung im NETZ. In: Krämer, Sybille (Hg.): Performativität und Medialität. München: Fink, 2004. S.413 - 429. S. 426f.

Wahrheit zur Zahl, die oft den Absturz ins Nichts bringt). [...] Das Ziel ist nicht Nihilismus, sondern Aufmerksamkeit: Wahrgenommen werden *ist* Wahrheit.“<sup>160</sup>

In virtuellen Netzwerken wird die Selbstbeobachtung der Individuen demnach durch eine Fremdbeobachtung ergänzt, vielfach geradezu ersetzt, wobei die Fremdbeobachtung laut der Wissenschaftlerin Barbara Becker keinem konkreten Gegenüber zugeschrieben werden kann, weil dieses oftmals Produkt der eigenen Imagination ist. „Das Sich- reiben am Anderen (im wörtlichen wie metaphorischen Sinne) und die daraus resultierenden Inspirationen für eine Modifikation der individuellen Inszenierungspraxis finden in der Netzkommunikation nur beschränkt statt.“<sup>161</sup>

In weiterer Folge wird zusätzlich eine regelrechte Sogwirkung der Selbstdarstellung ersichtlich, wird doch der Umstand, der bereits bei Bublitz kurz angeschnitten wurde, immer deutlicher, dass von den KommunikationspartnerInnen eine gewisse Preisgabe<sup>162</sup> persönlicher Informationen erwartet wird, um an bestimmten virtuellen Räumen überhaupt erfolgreich teilhaben zu können.<sup>163</sup>

### **3.2.3. Aufmerksamkeit als Ziel der Selbstthematization**

Einer der wesentlichen Kennzeichen der Selbstthematization ist somit offensichtlich, dass durch diese Aufmerksamkeit erzielt werden soll.

„Warum sonst stellt man sich auf eigens errichteten Homepages aus, berichtet über Leben und Vorlieben? Warum sonst stellt man Filme mit strafbaren Handlungen von sich ins Netz oder verschickt sie per E-Mail oder Fotohandy, wohl wissend, dass dies strafrechtliche Konsequenzen haben kann? Hinter all diesen Aktivitäten steht der Wille, wahrgenommen und nicht ignoriert zu werden. Ob Auftritte in Talkshows, auf der eigenen Homepage oder in selbsthergestellten Mini- Movies, vermittelt wird

---

<sup>160</sup> Roberto Simanowski: Aufmerksamkeitskämpfe. In: ders.,: Digitale Medien in der Erlebnisgesellschaft: Kultur- Kunst- Utopien. Reinbek: Rohwolt, 2008. S55-74. S. 65.

<sup>161</sup> Becker (2004): a.a.O. S. 427.

<sup>162</sup> Vgl. dazu auch Kapitel 2.2. Medialisierung des Selbst

<sup>163</sup> Vgl.: Jan Schmidt: Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK-Verl.-Ges, 2009.

immer wieder die Botschaft: ‚Schaut mich an!‘, ‚Nehmt mich wahr!‘, ‚Ich bin wichtig!‘.<sup>164</sup>

Die Thematisierung des Selbst bezieht sich dabei nicht nur auf eine rein egoistische Selbstthematization, noch ist diese einem spezifischen Gegenüber gerichtet. Vielmehr wollen die Individuen sich hier einem möglichst breitem Publikum präsentieren. Hierzu ist allerdings anzumerken, dass dabei laut des Soziologen Erving Goffman zumeist weniger die Authentizität des Selbst im Vordergrund steht, sondern die Erzeugung eines Eindrucks, oder auch „Image“ genannt.<sup>165</sup> Goffman versteht unter Image „ein in Termini sozial anerkannter Eigenschaften umschriebenes Selbstbild, ein Bild, das die anderen übernehmen können“.<sup>166</sup>

Der vergesellschaftete Mensch sucht folglich seine Selbstbestätigung, indem er seine Existenz so geschickt wie möglich durch das Ansehen aufwertet<sup>167</sup>, das er in den Augen der anderen genießt. Allerdings ist nicht nur die Wahrung des eigenen Images von Interesse, sondern auch die des Images anderer.<sup>168</sup> Indem ein Individuum durch gewisse Verhaltensstrategien eine bestimmte Position für sich in Anspruch nimmt, stellt es automatisch auch Erwartungen an die Person und das Selbstbild seines Gegenübers. Der Soziologe Anselm Strauss spricht im Zusammenhang mit diesem wechselseitigen Prozess auch vom Begriff des Statuszwangs<sup>169</sup>.

Für Teilnehmer virtueller Netzwerke bedeutet dies also, dass diese verschiedene Selbstdarstellungsstrategien beherrschen und auch in der Lage sein müssen, diese zu nutzen, um sich als ein sozial attraktives Subjekt stilisieren zu können. In weiterer Folge führt dies unweigerlich zu einer Stilisierung der Lebensführung sowie zu einer Ästhetisierung des Alltagslebens, da die Selbstinszenierung stets unter sozialer Beobachtung steht. Einen bestimmten Stil in virtuellen Netzwerken für sich zu

---

<sup>164</sup> Schroer (2006): a.a.O. S. 62f.

<sup>165</sup> Erving, Goffman: *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston, 1986. S. 100.

<sup>166</sup> Erving Goffman (1994b): *Techniken der Imagepflege: Eine Analyse ritueller Elemente in sozialer Interaktion*. In: ders.: *Interaktionsrituale: über Verhalten in direkter Kommunikation*. FfM: Suhrkamp, 1994. S. 10- 53. S.10.

<sup>167</sup> Vgl. dazu auch Kapitel 3.2. *Aufmerksamkeitskämpfe*

<sup>168</sup> Vgl. ebda. S. 19ff.

<sup>169</sup> Anselm Strauss (1968): *Spiegel und Masken: Die Suche nach Identität*. FfM: Suhrkamp. S.87.

beanspruchen heißt demzufolge gleichzeitig auch „ein sozial vernetztes Selbstbild für sich zu reklamieren und eine soziale Anerkennung dieser ästhetischen Selbststilisierung anzustreben“<sup>170</sup>. Sein Image ist demzufolge in dauernder Abhängigkeit von der sozialen Anerkennung anderer Individuen und das Selbst damit dauernd in Gefahr, dem Regelwerk nicht standhalten zu können.

Zusammengefasst kann also gesagt werden, dass die Herstellung von Aufmerksamkeit abhängig von der Beherrschung gewisser medialer, normierter Präsentationstechniken ist, die es den Individuen ermöglichen, sich selbst im Rahmen der „Internet-Präsenz“ gut aussehen zu lassen. Es soll dabei allerdings nicht nur darum gehen, Anerkennung zu erwirken, sondern auch darum, ein anpassungsfähiges Selbstbild zu entwickeln und dadurch den Anschein von Handlungs- und /Wandlungsfähigkeit zu erzeugen und zu festigen.<sup>171</sup>

---

<sup>170</sup> Ramón Reichert: Amateure im Netz: Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld: Transkript, 2008. S. 77.

<sup>171</sup> Vgl. Ebda. S. 76ff.

## 4. IDENTITÄTSKRISE - IDENTITÄT IM UMBRUCH

### 4.1. Zum Begriff der Individualisierung

Bisher erfolgten soziale Interaktionen, wie bereits im einführenden Kapitel thematisiert wurde, in erster Linie „in Umgebungen, in denen die betroffenen Individuen körperlich anwesend waren und dadurch *unmittelbar* aufeinander reagieren konnten.“<sup>172</sup> Goffman lenkte hierzu den Blick auf das große Informationspotential, das sich durch die unvermittelte „Angesichtigkeit“ bei Begegnungen ergibt. So sticht etwa bei Individuen in Anwesenheit eines Gegenübers, laut Goffman, eine Grundbedingung des sozialen Lebens unweigerlich hervor, nämlich ihre „Offensichtlichkeit“. Diese erschöpft sich nach seiner Ansicht keineswegs darin, dass

„unser Auftreten und unsere Verhaltensweisen Hinweise auf unseren Status und unser Beziehungen geben. Vielmehr können die anderen schon unserer Blickrichtung, unserem 'Engagement' und der Art unserer ersten Handlung entnehmen, welche Absichten und Zwecke [!] wir im Moment verfolgen - und dies alles völlig unabhängig davon, ob wir uns mit ihnen abgeben oder nicht. Dementsprechend versuchen wir fortwährend, ihnen diese Enthüllungen zu erleichtern, sie zu verhindern oder gar unsere Zuschauer auf eine falsche Fährte zu locken.“<sup>173</sup>

Begegnen Menschen einander im sogenannten „Real Life“, so erfolgt laut Goffman folglich „sofort eine erste Kategorisierung des Gegenübers, auf dessen Basis die Betroffenen die Situation definieren und die Richtung ihrer Reaktionshandlung ausbauen. Somit kommt gerade jenen Informationen entscheidende Bedeutung zu, die

---

<sup>172</sup> Anke Bahl: Zwischen On- und Offline. Identität und Selbstdarstellung im Internet. München: KoPäd-Verl, 1997. S. 29.

<sup>173</sup> Erving Goffman: Die Interaktionsordnung. In: ders.: Interaktion und Geschlecht. Hg. u. eingeleitet v. Hubert A. Knoblauch. Mit e. Nachw. v. Helga Kotthoff. FfM/New York: Campus, 1994. S. 50-104., S. 58.

das Individuum ganz zu Anfang der körperlichen Erscheinung seiner Partner entnimmt<sup>174</sup>“.

Wichtig ist hierbei anzumerken, dass die Wahrnehmung scheinbar unweigerlich sozial ritualisiert und normiert ist. Goffman unterscheidet diesbezüglich „zwischen einer 'kategorialen' (Alter, Geschlecht, Klasse, ethnische Zugehörigkeit) und einer 'individuellen' (Stimme, Mimik, Gestik) Form der Identifikation“<sup>175</sup>. Die Kategorie der 'Klasse' ist allerdings in der Nachmoderne durch die Pluralisierung der Lebenswelten fragwürdig geworden und kritisch zu hinterfragen. Es liegt somit im Interesse des Individuums, „nicht nur seine Umwelt möglichst genau lesen zu können, sondern auch Kontrolle darüber zu haben, wie er oder sie von anderen wahrgenommen wird“<sup>176</sup>. „Der Ausdruck, den man sich selbst gibt“, so betonte Goffman, „müsse schließlich nicht unbedingt mit dem übereinstimmen, welchen man ausstrahlt“.<sup>177</sup> Es kann hierbei von einer fundamentalen Asymmetrie des Kommunikationsprozesses bei der Selbstdarstellung im Alltag gesprochen werden. Diese Asymmetrie sei zwar kaum aufzuhalten, weil die Beobachter dem Darsteller laut Goffman grundsätzlich überlegen seien;

„der Darsteller könne sich jedoch bemühen, genau jene scheinbar nicht manipulierbaren, spontanen Seiten seines Verhaltens zu beeinflussen, zumal sein Publikum diesen vergleichsweise unkritisch gegenüberstehen. Damit nehme die Maskerade ihren Lauf: Diese Art von Kontrolle, die der Einzelne ausübt, [...] schafft die Bühne für so etwas wie ein Informationsspiel - einen potentiell endlosen Kreislauf von Verheimlichung, Entdeckung, falscher Enthüllung und Wiederentdeckung.“<sup>178</sup>

Goffman vergleicht die Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit hiermit ganz offensichtlich mit der Darstellung auf einer Bühne. Dies impliziert die problematische Auffassung, „dass hinter dem ‚Bühnen-Ich‘, das nur eine ‚Rolle‘ spielt, das ‚wahre‘ Ich,

---

<sup>174</sup> Erving Goffman: Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag. 2. Aufl. München: Piper, 1973. S. 14.

<sup>175</sup> Ebda. S. 93.

<sup>176</sup> Bahl (1997): a.a.O. S.30f.

<sup>177</sup> Goffman (1973): a.a.O. S. 14.

<sup>178</sup> Ebda. S. 12.

die eigentliche Identität, verborgen wäre“<sup>179</sup>, welche mehr oder weniger bewusst eine der Rollen wähle.

Diese Problematik hat sich durch das Aufkommen der virtuellen Kommunikation in der sogenannten „virtuellen Moderne“ weiter zugespitzt. Bleibt es doch zu hinterfragen, woran sich Identitäten im virtuellen Netz bzw. Social Media „festhalten“ bzw. überhaupt entstehen (können), wo doch traditionelle Kriterien und Garanten und wie Gestik, Mimik und Stimme fehlen bzw. außer Kraft gesetzt werden und sich die miteinander kommunizierenden Individuen somit weder sehen noch hören können. Bisherige Identifikationsmerkmale werden allerdings laut dem Medienwissenschaftler Manfred Faßler durch andere Merkmale ersetzt, welche von den UserInnen größtenteils eigenständig bestimmt werden können, wie etwa Geschlecht, Alter, Name, [u.a.] sprich die vollständige persönliche Selbstdarstellung. Somit ist "Identität in virtuellen Netzwerken „nicht länger von visuellen Merkmalen abhängig, sondern manifestiert sich allein in Worten, textlichen Entwürfen, die von keinem Körper getragen werden“<sup>180</sup>.

Zur „mediale Gebundenheit“ der Identität hat der Kulturtheoretiker Scott Bukatman den Begriff „Terminal Identity“ geprägt. Er versteht darunter “an unmistakably doubled articulation in which be find both the end of the subject and a new subjectivity constructed at the computer station or television screen”<sup>181</sup>. Der Computer als „Interface“<sup>182</sup>, als ein „materielles Dazwischen“<sup>183</sup>, erlaubt die Entkoppelung von Körper und Person. So nimmt demzufolge laut Bukatman die Bedeutung von direkter Interaktion

„und verbaler Kommunikation [...] ab, während zugleich die komplexe, heterogene computervermittelte, telemediale Anwesenheit an Bedeutung zunimmt. Identität un

---

<sup>179</sup> Goffman (1973): S. 19ff., zitiert nach Bahl (1997): a.a.O. S. 31.

<sup>180</sup> Bahl (1997): a.a.O. S. 129.

<sup>181</sup> Scott Bukatman: Terminal Identity: The Virtual Subject in Postmodern Science Fiction. Durham: Duke University Press, 1993. S. 9.

<sup>182</sup> Allucquère Rosanne Stone: Will the Real Body Please Stand Up?: Boundary Stories about Virtual Cultures. In: Michael Benedikt (Hg.): Cyberspace: First Steps. Cambridge/Mass: MIT Press, 1991. S. 81-118. S. 87.

<sup>183</sup> Manfred Faßler (1996 a): Strukturen medialer Interaktion: Speicher, Individualität, Öffentlichkeit. München: Wilhelm Fink, 1996. S. 35.

körperliche Integrität werde zur Kunst sich im Anonymen, Heteronymen und Pseudonymen als Eigenart zu begreifen [...]“<sup>184</sup>.

Der Körper bleibt dabei jedoch nicht ohne Bedeutung. Er setzt der Aktivität nicht nur physische Grenzen, „sondern erfüllt auch innerhalb der Netzwelten als Symbol seine kulturelle Funktion“<sup>185</sup>. Die Interaktion mit virtuellen Figuren beinhaltet immer noch die Vorstellung „eines Körpers, eines Trägers der Bedeutung in der Offline-Welt, der gewissermaßen die Existenz und die Einheit dieser Figur(en) gewährleistet, selbst wenn darüber hinaus wenig Sicheres über die Identität des Gegenübers zu sagen ist“<sup>186</sup>.

## 4.2. Flexibilisierung des Selbst

Ein früherer Versuch, die Veränderungen der Identitätsstruktur des postmodernen Subjekts greifbar zu machen, ist das Modell des Individuums als „Identitäts-Bastler“. Der Schweizer Soziologe Peter Gross hat diese These bereits in den 80er Jahren in der „Theorie der Bastel-Mentalität“<sup>187</sup> zum Ausdruck gebracht. In diesem Modell wird das postmoderne Subjekt als Konstrukteur definiert, welches aus den gegenwärtig vielfältig angebotenen gesellschaftlichen Lebensstilen und -mustern sich die Bausteine für seine eigene Identität zusammensucht. In Gross' Theorie agiert das Individuum wie ein Heimwerker, es baut sich seine Identität aus diesen gesellschaftlich vorgegebenen Identitätsmustern und Teilidentitäten eigenständig zusammen.<sup>188</sup> Die Selbstmanagement-Aufforderung lautet dabei unmissverständlich: „Werden Sie zum Unternehmer Ihres Lebens!“<sup>189</sup>

---

<sup>184</sup> Ebd.

<sup>185</sup> Allucquère Rosanne Stone: Der Blick des Vampirs: Über den Untoten am Beginn des virtuellen Zeitalters. In: Marie-Luise Angerer (Hg.): The Body of Gender: Geschlechter: Identitäten. Wien: Passagen, 1995. S.187-204. S. 200f.

<sup>186</sup> Jörg Müller (1996): Virtuelle Körper: Aspekte sozialer Körperlichkeit im Cyberspace. In: WZB Discussion Paper FS II 96-105. Berlin. S.14. <http://duplox.wz-berlin.de/dokumente.html/>. Zugriff: 4.10.2010. S.14.

<sup>187</sup> Vgl. Peter Gross: Kleine Konstruktionen - Zur Theorie der Bastel- Mentalität. Bamberg: Manuskript, 1985.

<sup>188</sup> Vgl. Sabine Misoch: Identitäten im Internet: Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz: UVK-Verl.-Ges., 2004. S. 92.

<sup>189</sup> Rolf Wabner: Selbstmanagement: Werden Sie zum Unternehmer Ihres Lebens. Niederhausen [u.a.], 1997.

Identität wird nach dieser Auffassung als die konstruktive Eigenleistung des Individuums interpretiert, als Identitätsarbeit, in welcher aus den diversen Möglichkeiten der Lebensführung, Freizeitgestaltung, Berufsplanung [u.a.] die präferierten Modelle gewählt und zur Konstruktion der Gesamtidentität verwendet werden. Diese ist wiederum

„allein auf Grund ihres Collagencharakters, nicht fest und fixiert, sondern kann permanent gewandelt und angepasst werden. Die Subjekte der Spätmoderne werden damit zu Produzenten ihrer individuellen ‚Lebens- Collage‘, der Einzelne zum ‚bricoleur‘ seines eignen Identitätsbaukastens.“<sup>190</sup>

Der Begriff der Selbstgestaltung gewinnt somit zunehmend an Bedeutung. Immer häufiger hört man in diesem Zusammenhang von Patchwork- oder Crazykilt-Identities<sup>191</sup>, von Nomaden und Bricoleuren<sup>192</sup>, die zeigen, dass sich Individualität als Produkt ständiger Veränderungen und Umgestaltungen erweist, als offene, fluide und flexible Instanz, die einer ständig sich erneuernden Selbstthematizierung<sup>193</sup> und Selbst-Inszenierung bedarf, um sich zumindest situativ zu einer identifizierbaren Figur zu formieren. Von den NutzerInnen wird dabei ein schöpferisches Können und eine kreative Gestaltungskompetenz erwartet, die ein erfolgreiches Sich-In-Szene-Setzen-Können mit einschließt.<sup>194</sup>

Dies wirft in weiterer Folge unweigerlich die Frage auf, wie NutzerInnen mit dieser Herausforderung und gleichzeitig auch Verantwortung für die individuelle Lebensgestaltung umgehen bzw. welche Strategien sie sich aneignen, um sich aus der Masse hervorheben zu können. Es scheint gegenwärtig so, als ob soziale Anerkennung und gesellschaftlicher Erfolg unmittelbar verknüpft sind mit der Fähigkeit, sich aufmerksamkeitsreich in Szene zu setzen.

---

<sup>190</sup> Ebd. S. 93.

<sup>191</sup> Vgl. Heiner Keupp: Bedrohte und befreite Identitäten in der Risikogesellschaft. In: A. Barkhaus et al. (Hg.): Identität, Leiblichkeit, Normativität. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1996. S. 380- 403.

<sup>192</sup> A person, such as a writer, artist, etc, who creates using a diverse range of materials (vgl.: Bauman 1997).

<sup>193</sup> Vgl.: Herbert Willems: Inszenierungsgesellschaft: Ein einführendes Handbuch. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.

<sup>194</sup> Vgl.: Becker (2004): a.a.O. S. 413.

Vor diesem Kontext wird immer häufiger die Metapher der Inszenierung zur Beschreibung gesellschaftlicher Prozesse verwendet. So lässt sich mittlerweile ein geradezu inflationärer Gebrauch dieses Begriffs bestimmen, wodurch dieser gleichzeitig allerdings unweigerlich mit der Gefahr einhergeht, dass der semantische Raum dieses Begriffs immer diffuser wird. Daher erscheint es für eine bessere Verständnis der Thematik als unumgänglich, sich zunächst genauer mit dem Inszenierungsbegriff an sich auseinanderzusetzen.

#### **4.2.1. Zum Begriff der Inszenierung als Form der Selbst-Erfindung**

Grundsätzlich meint Inszenierung „ganz allgemein ein Ensemble von Techniken und Praktiken, mit denen etwas zur Erscheinung gebracht wird, wobei der Prozess des Erscheinens selbst mit eingeschlossen ist.“<sup>195</sup>

Parallel zu diesem eher allgemeinen Bestimmungsversuch der Theaterwissenschaftlerin Erika Fischer-Lichte findet sich in der einschlägigen Literatur eine weitere wichtige Unterscheidung dieser Begrifflichkeit. Zum einen wird Inszenierung als ein vordergründig ästhetischer Prozess bezeichnet, der sich durch die Organisation eines bestimmten Zeichengebrauchs und durch eine raumzeitlich gebundene Ereignishaftigkeit auszeichnet. Zum anderen wird Inszenierung hingegen auch als anthropologische Kategorie begriffen, d.h. als stets notwendige Zurschaustellung des Ich vor anderen.<sup>196</sup> In dieser Deutung verliert der Begriff der Inszenierung den negativen Beigeschmack, den wir gegenwärtig in vielen kulturkritischen Zeitdiagnosen antreffen, in denen der Begriff der Inszenierung mit Täuschung und Betrug einhergeht.

Laut dem Soziologen Helmuth Plessner ist der Mensch jedoch per se ein Schauspieler, eine Inszenierung des Selbst findet demzufolge immer schon statt. Die in der Inszenierung wirksam werdende Art der Selbst-Beobachtung wird von ihm als wesentliches Moment menschlichen Seins bestimmt. Bereits Rousseau, Kant,

---

<sup>195</sup> Erika Fischer-Lichte: Inszenierung und Theatralität. In: Willems [u.a.], 1998. S. 81 - 90. S. 81.

<sup>196</sup> Vgl.: Ebda.

Nietzsche [u.a.] unterstrichen in je unterschiedlicher Weise diese Bedeutung der Selbst-Inszenierung, die hier weniger als Maskerade und Verschleierung, sondern als für den Menschen typische Form des Selbstentwurfs begriffen wird.<sup>197</sup>

Im medienwissenschaftlichen Kontext wird diese Position beispielsweise durch Wolfgang Iser untermauert. Dieser begreift die Inszenierung als Potential menschlicher Selbstausslegung, als existentielle Notwendigkeit. Der Mensch entwerfe - in Abhängigkeit von kulturellen und medialen Vorgaben - stets neu ein Bild von sich, nicht nur gegenüber anderen, sondern auch vor sich selbst. Inszenierung des Selbst erscheint demzufolge als eine wichtige Strategie der „Selbsterfindung“, als eine für den Menschen typische Form des Sich-in-Beziehung-Setzens, die nicht als „Täuschungsstrategie“ fehlgedeutet werden darf. Inszenierung ist demnach nicht automatisch als

„konträr zur Authentizität oder Wesenhaftigkeit einer Person zu setzen, vielmehr enthüllt sich eine Person immer auch bzw. überhaupt erst in der Inszenierung. Dabei ist der Einzelne immer auf Medien angewiesen, die epochal jeweils verfügbar sind und die ihm überhaupt erst das Sich-in-Szene-Setzen ermöglichen.“<sup>198</sup>

Zu bedenken ist hierbei allerdings, dass die jeweiligen Medien stets eine gewisse Eigendynamik innehaben, dem die sich medial inszenierende Person ausgesetzt ist. Ob Sprache, Schrift, Fotografie, Film oder Fernsehen, wie bereits bei Döring thematisiert wurde, prägt die den Medien jeweils inhärente Struktur die Art der individuellen Inszenierung in grundlegender Weise. Das Individuum ist also der Eigengesetzlichkeit des Mediums unterworfen, mittels dessen er sich inszeniert. Demzufolge befindet es sich stets im Spannungsfeld von Selbstentwurf und Selbstverlust.<sup>199</sup>

---

<sup>197</sup> Vgl.: Becker (2004): a.a.O. S. 415f.

<sup>198</sup> Ebda. S. 416.

<sup>199</sup> Vgl.: Doris Kolesch: Die ästhetische Inszenierung von Subjektivität. Wien: Passagen, 1996.

#### 4.2.2. Selbstinszenierung in virtuellen Netzwerken

Elektronische Kommunikationsnetzwerke bieten vielseitige Möglichkeiten und Bühnen der Inszenierung an. So weist etwa der Medienphilosoph Mike Sandbothe in seiner Bezugssetzung von Theatralitätsformen und Internet darauf hin, dass die Formen alltäglicher Selbstdarstellung im Internet ein neues Forum finden. Er bezeichnet das Internet als „Ort permanenter Public Relations, als Raum einer auf Dauer gestellten Öffentlichkeitsarbeit“<sup>200</sup>. Das Hauptmedium dieser Verkörperung und Selbstdarstellung im virtuellen Raum nimmt dabei die Schriftlichkeit ein. Da die computervermittelte Kommunikation hauptsächlich textuell verläuft, müssen auch die Darstellungen der eigenen Identität, d.h. die Präsentation des Körpers und anderer Identitätsprädikate, durch Zeichen verkörpert werden. Die Prozesse textueller Selbstdarstellung erfolgen durch das „Sich-Selbst-Beschreiben“, durch das „Von-Sich-Schreiben“ bzw. durch Selbstnarration. Die eigene Person mit ihren Attributen wird durch Verschriftlichung den anderen Interaktionsteilnehmern mitgeteilt und Identität wird im virtuellen Raum in Form eines Textes konstruiert.<sup>201</sup>

Dieser Text, den man laut Misoch auch als „Identitätstext“ bezeichnen könnte, wird vom Subjekt mit der Absicht der Selbstpräsentation verfasst und liefert die Basis der Wahrnehmung durch die Interaktionspartner: „What you see is what I say“<sup>202</sup>. Durch den individuellen Identitätstext (re)produziert sich das einzelne Individuum im virtuellen Raum neu. „In the act of writing we are written, and the Internet offers those who are fortunate to have access to it a unique opportunity to *write themselves* on a global stage.“<sup>203</sup> Auch der Körper kann mittels Text entworfen und dargestellt werden - er kann „verkörpert“ werden. Dass der Text vom darstellenden Individuum selbst entworfen wird, macht ihn zu einer in starkem Maße manipulierbaren Darstellungsform.

---

<sup>200</sup> Becker (2004): a.a.O. S. 419.

<sup>201</sup> Vgl.: Misoch (2004): a.a.O. S. 94f.

<sup>202</sup> Chemy zitiert nach Elizabeth Reid-Steere (2000): Das Selbst und das Internet: Wandlungen und Illusionen von einem Selbst. In: U. Thiedeke (Hg.): Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdiskussionen. Wiesbaden. S. 273-291., S. 273

<sup>203</sup> Vgl. Daniel Chandler (1997): Writing Oneself in Cyberspace.

<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/homepgid.html>. Zugriff: 4.11.2010.

Wichtig ist es hier anzumerken, dass die Selbstinszenierung im Netz nicht primär durch das Arbeiten „eines zuvor festgelegten Skripts bzw. die mediale Realisierung einer bereits entworfenen Figur erfolgt, sondern die Selbstinszenierung entfaltet sich prozessual und interaktiv, d.h. changiert ja nach Reaktion der übrigen Netzteilnehmer“<sup>204</sup>. Aufgrund dieser interaktiven Struktur der virtuellen Netze lässt sich durch die unmittelbaren Reaktionen der Adressaten zunächst relativ rasch überprüfen, inwieweit die Wirkungsabsicht einer Selbst-Inszenierung realisiert wurde oder nicht. Dieses unmittelbare Feedback führt laut Barbara Becker dazu, dass eine wenig erfolgreiche Inszenierungsstrategie geändert wird, wenn sie nicht die erwünschte Wirkung bei den anderen zeigt.

Durch diese vollständige Kontrollierbarkeit der textuellen Identitätsdarstellung in der virtuellen Realität stehen dieser Eigenpräsentation völlig neue Möglichkeiten offen. Das eigene Selbst kann neu und abweichend zur realen Identität entworfen und dargestellt werden.<sup>205</sup>

Geschlechtsrollenwechsel und neue Namensgebungen können genauso stattfinden, wie exzentrische Eigenarten erfunden und in Szene gesetzt werden.

„Hier ist der in Kontext der Inszenierungsdebatte immer wieder anzutreffende Terminus der *Probephühne* angebracht: Man spielt verschiedene Rollen, prüft diese auf ihre Wirkung, verändert die Maskerade, inszeniert sich in anderer, womöglich erfolversprechenderer Weise.“<sup>206</sup>

Doch birgt diese Interaktionsstruktur auch Probleme in sich. Obwohl häufig der Eindruck erweckt wird, dass es sich bei den jeweils reagierenden Instanzen um konkret ansprechbare, verlässliche Gegenüber handelt, denen man vertrauen kann, ist dies nur bedingt der Fall. Das bedeutet, dass man sich auf das Feedback der anderen bzw. die hier zu konstatierende Wirkung der Inszenierung nicht verlassen kann und vor allem kaum Schlüsse für alltagsästhetische Inszenierungen ziehen kann. Die den anderen unterstellte Personalität ist Fiktion. Es sind laut Becker oft Produkte der eigenen Imagination, mit denen man kommuniziert und welche oftmals zusätzlich durch

---

<sup>204</sup> Becker (2004): a.a.O. S. 422.

<sup>205</sup> Misoch (2004): a.a.O. S. 131f.

<sup>206</sup> Ebda. S. 422f.

phantasmatische Assoziationsketten genährt werden. Die jeweiligen Adressaten einer Inszenierung erweisen sich somit genauso als Konstruktionen eines Kommunikationsprozesses wie auch die Kommunizierenden selbst. Dies gilt zwar zum Teil auch in alltäglichen Situationen, doch bietet die konkrete Interaktionssituation weitergehende Möglichkeiten der Überprüfung, inwieweit die individuellen Aussagen berechtigt sind oder nicht.

Und ein weiterer wichtiger Aspekt lässt sich nach Becker hier anführen. Obwohl die Beobachtungen der Netz-Inszenierungen zunächst den Eindruck hervorrufen, dass sich hier ein freies und unkontrolliertes Feld für mögliche Selbstinszenierungen finden lässt, wird dieser Eindruck schnell relativiert. Denn die verschiedenen Kommunikationsumgebungen zeichnen sich trotz allem weiterhin durch strikte Konventionen aus. Selbstinszenierungen sind nur so lange unzensiert, wie sie sich trotz aller Auffälligkeit im Rahmen der konventionellen Übereinkünfte der jeweiligen Community bewegen.

Solche Übereinkünfte sind teils explizit formuliert, teils implizit vorhanden. Sie beziehen sich auf Begrüßungs- und Verabschiedungsrituale, Konventionen über soziale Nähe und Distanz, Reglementierungen bei Täuschungsabsichten (Genderswapping), sexuellen Anspielungen und virtuellen Übergriffen etc. Diese Konventionen werden als notwendig erachtet, um innerhalb der virtuellen Community ein Gefühl für Gemeinschaft aufkommen zu lassen und dementsprechend auch für eine gewisse Verbindlichkeit zu sorgen.

Allzu auffällige, aus dem konventionellen Rahmen herausbrechende Selbstinszenierungen werden dementsprechend unterbunden, durch Missachtung, Verbote, Warnungen und Ausschluss der TeilnehmerInnen. Nur das, was noch im Rahmen der Konventionen (zumeist westlicher Industrienationen) liegt, wird akzeptiert. Grenzüberschreitende Selbstinszenierungen fallen im Netz sehr rasch unter das Diktat derartiger Konventionen. Damit aber wird der vermeintliche kreative ästhetische

Gestaltungsspielraum der sich Inszenierenden von vorneherein drastisch eingeschränkt.<sup>207</sup>

Es wird hier deutlich, dass den UserInnen zwar durchaus eine gewisse Handlungsfreiheit gestattet wird, diese aber keineswegs als autonom verstanden werden darf, da die UserInnen für eine gelungene Selbstinszenierung die Normen des Netzes erfüllen müssen und damit gleichzeitig auch bestätigen.

---

<sup>207</sup> Vgl.: Ebda. S. 423 f.

## 5. IDENTITÄT IN VIRTUELLEN NETZWERKEN - AUTHENTIZITÄT

Im Laufe der Analyse hat sich gezeigt, dass sich in einer Auseinandersetzung mit der Selbstdarstellungspraxis von Individuen, sowohl im virtuellen wie auch im „realen“ Raum, unweigerlich die Frage nach Authentizität stellt. Entscheidend wird dabei für den Einzelnen wie er auf andere wirken möchte und auf welche Art und Weise er sich dafür präsentieren muss. Im folgenden Kapitel soll nun untersucht werden, wie Authentizität in medialen Umgebungen geschaffen und vermittelt werden kann, wo dieser doch per se als „gerichtet“ erscheint und somit unweigerlich manipuliert ist. Es soll dabei ermittelt werden, welche Strategien und Codes sich die Individuen bedienen, um ihre Selbstinszenierungen in den sozialen Netzwerken des Web 2.0 als „wahr“ und „echt“ suggerieren zu können.

### 5.1. Zum Begriff des Authentischen

Die „Idee des Authentischen“ gilt als eine der zentralen Forschungsperspektiven gegenwärtiger Kulturwissenschaftsdiskurse. „Entgegen früherer fachgeschichtlicher Annahmen, Authentizität sei nur dort zu entdecken, wo keine Inszenierung vorliegt, eint die aktuellen Diskursbeiträge die Position, dass kulturelle Echtheitserfahrungen im Gegenteil nur durch dramaturgische Aufbereitungen des Handelns zu erzielen seien“<sup>208</sup>, womit eindeutig die dramaturgischen Prozesse selbst in den Mittelpunkt rücken.

Die Kategorien [der Authentizität] sind dabei nicht relativ: um „echt“ zu erscheinen muss man sich unter Zuhilfenahme einer historisch charakteristischen Rhetorik, Erwartungen und Glaubenssysteme der RezipientInnen nähern.<sup>209</sup> „Das Echte ist somit

---

<sup>208</sup> Gisela Welz: Die Inszenierung von Authentizität im Kulturbetrieb [...]. In: Löffler, Klara (Hg): Dazwischen [...]. Wien: Selbstverlag des Instituts für Europäische Ethnologie, 2001. S. 93-99. S. 97.

<sup>209</sup> Vgl.: Abigail Solom-Godeau: Wer spricht so? [...] In: Wolf, Herta (Hg): Diskurse der Fotografie [...] Bd 2. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2003. S. 53-74.

nicht nur historisch bedingt, sondern erfährt auch nach jeweils spezifischen medialen Eigenschaften unterschiedliche Ausprägungen."<sup>210</sup>

Mit diesem Verständnis von „Echtheit“ wird sich der folgende Teil der Arbeit unter Zuhilfenahme der Untersuchungen des Filmphilologen Manfred Hattendorf und des Filmtheoretikers Bill Nichols näher mit Authentizität und dem dokumentarischen Film beschäftigen. Als Grundlage dienen dabei Hattendorfs Werk „Dokumentarfilm und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung“ sowie Nichols Schrift „Representing Reality“.

### **5.1.1. Authentisierungsstrategien nach Manfred Hattendorf.**

In seiner Untersuchung „Dokumentarfilm und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung“<sup>211</sup> wirft Manfred Hattendorf die Frage auf, welche Strategien Dokumentarfilme heranziehen, um eine vorfilmische Realität so glaubwürdig wie möglich darzustellen, wobei deren jeweilige Intention seiner These nach eine wesentliche Rolle einnimmt. Nach seiner Ansicht, liegt „die intendierte authentische Wirkung von Dokumentarfilmen [...] in der formalen Gestaltung der Filme begründet und nicht in einem ‚réel brut‘, einer Authentizität der ‚Sache selbst‘“<sup>212</sup>. Demnach bekräftigt er die Annahme, dass der Dokumentarfilm alleine schon durch seine medialen Eigenschaften nicht imstande sei, eine unverfälschte, neutrale oder wertfreie Realität abzubilden.<sup>213</sup> Authentizität versteht sich seiner Ansicht nach viel mehr als ein Ergebnis der filmischen Bearbeitung. Die „Glaubwürdigkeit“ eines dargestellten Ereignisses ist damit anhängig von der Wirkung filmischer Strategien im Augenblick der

---

<sup>210</sup> Klaus Schönberger (2005): Scheinbar un-wahr. In: Kuckuck 1: 18-23. Zitiert nach Näser, Torsten (2008): Authentizität 2.0 - Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach 'Echtheit' im Videoportal YouTube. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 9, Beitrag 2. Online-Publikation: [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2\\_2008\\_Naerer.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2_2008_Naerer.pdf). Zugriff: 09.05.2014.. S. 4.

<sup>211</sup> Manfred Hattendorf: Dokumentarfilm und Authentizität: Ästhetik und Pragmatik einer Gattung. Konstanz: Universitätsverlag Konstanz, 1994.

<sup>212</sup> Ebda. S. 311.

<sup>213</sup> Vgl.: Bernhard Wmber (1972): Objektiver Dokumentarfilm. Berlin: Colloquium Verlag. zitiert nach: Näser, Torsten (2008): Authentizität 2.0 - Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach 'Echtheit' im Videoportal YouTube. a.a.O. Zugriff: 09.05.2014.

Rezeption. Die Authentizität liegt gleichermaßen in der formalen Gestaltung wie der Rezeption begründet.<sup>214</sup>

Filmische Authentizität realisiert sich demnach nicht im Spannungsfeld zwischen einer nicht-fiktionalen Wirklichkeit und deren filmischen Repräsentation sondern vielmehr „im Verhältnis zwischen Kommunikat und Rezipient“<sup>215</sup>. Er spricht hier das sogenannte „Vertragsmodell“<sup>216</sup> an, das unterschiedliche, kontextunabhängige und nicht normative Dimensionen der Wahrnehmung beinhaltet, in denen Authentizität permanent aufs neue ausgehandelt wird. Laut seiner These hängt der Entschluss, ein mediales Produkt als authentisch zu deklarieren, demnach von mehreren Variablen ab. Er betont hier den Abschluss eines „Vertrages“ zwischen der ordnenden Instanz, die Teil des medialen Diskurses ist, und den RezipientInnen, die mit einer gewissen Erwartungshaltung, welche sich aus dem jeweiligen Erfahrungshorizont generiert, an das Produkt herantreten. Beide Seiten sind dabei allerdings keinesfalls als isoliert und nebeneinanderstehend zu verstehen. Vielmehr ist ihre Beziehung von einer gegenseitigen Einflussnahme geprägt.<sup>217</sup> Werden seitens der ordnenden Instanz, sprich der filmischen Darstellung, gewisse Anreize geliefert, welche das Interesse bei den RezipientInnen weckt, so sind es „spezifische Authentizitätssignale als Vorboten konkreter Produkte“<sup>218</sup>, welche eine tatsächliche Rezeption evozieren und den notwendigen „Wahrnehmungsvertrag mit dem jeweiligen Film“<sup>219</sup> erwirken. Ob das kommunizierte Versprechen tatsächlich die damit einhergehenden Erwartungen seitens der RezipientInnen erfüllen kann und der Vertrag sich erfüllt, womit das Produkt als authentisch wahrgenommen wird, oder ob es doch noch zu einem Vertragsbruch kommt, hängt wiederum von den kontextabhängigen Authentizitätsstrategien seitens des medialen Produkts ab.<sup>220</sup> Damit setzt Hattendorf

---

<sup>214</sup> Vgl.: Hattendorf (1994): a.a.O. S. 67.

<sup>215</sup> Näser (2008): a.a.O.

<sup>216</sup> Ebda.

<sup>217</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>218</sup> Näser (2008): a.a.O.

<sup>219</sup> Hattendorf (1994): a.a.O. S. 311.

<sup>220</sup> Vgl.: Näser (2008): a.a.O.

klar seinen Fokus auf den „Raum zwischen Repräsentation und Rezeption“<sup>221</sup> und wendet sich deutlich von der Ansicht ab, der Grad an Authentizität sei „vor dem Hintergrund einer ‚echten‘ Wirklichkeit zu vermessen“<sup>222</sup>. Nach diesem Konzept ist Authentizität

„immer im Auge des Betrachters, 'etwas' ist immer für jemanden 'wahr'. Wenn uns 'Natürliches' als 'echt' erscheint, dann geht es nicht um die Frage, ob etwas, was dem Betrachter als 'natürlich' erscheint, auch 'wirklich' natürlich ist, sondern es geht um die Frage, warum dem Betrachter gerade 'Natürliches' als 'echt', als 'authentisch' erscheint [...].“<sup>223</sup>

So ist etwa laut der Wissenschaftlerin Susanne Knaller vor allem eine starke Verbundenheit mit einer „Aura von Echtheit, Wahrhaftigkeit, Ursprünglichkeit und Unmittelbarkeit“<sup>224</sup> wesentlich, damit Darstellungen als authentisch empfunden werden. Sie suggeriert den RezipientInnen eine größtenteils unbeeinflusste filmische Realität, wodurch es in weiterer Folge zu einer „ästhetische[n] Angleichung von Film und Realität“<sup>225</sup> kommt und eine weitgehend "perfekte Illusion der Wirklichkeit"<sup>226</sup> geboten werden kann.

### **5.1.2. Authentisierungsstrategien im Dokumentarfilm - eine Annäherung nach Bill Nichols**

Der Filmtheoretiker Bill Nichols versucht in seiner Schrift „Representing Reality“<sup>227</sup> grundlegende Gemeinsamkeiten des Dokumentarfilms herauszuarbeiten, um so zum Kern des Dokumentarfilm-Genres kommen zu können. Ohne dessen mannigfache Formen der Darstellung oder die historischen Veränderungen dabei außer Acht lassen zu wollen, nähert er sich dabei dem Thema unter drei Gesichtspunkten an:

---

<sup>221</sup> Ebda.

<sup>222</sup> Ebda.

<sup>223</sup> Rolf Linder: Arbeiterkultur und Authentizität. S. 71-80. S. 80. In: Kaschuba, Wolfgang; Thomas Scholze; Leonore Scholze- Irrlitz (Hg): Alltagskultur im Umbruch (Alltag und Kultur, I). Weimar (u.a.): Böhlau, 1996.

<sup>224</sup> Susanne Knaller: Ein Wort aus der Fremde: Geschichte und Theorie des Begriffs Authentizität. Heidelberg: Universitätsverlag Winter, 2007. S.7.

<sup>225</sup> Monika Beyerle: Authentisierungsstrategien im Dokumentarfilm: Das amerikanische Direct Cinema der 60er Jahre. Trier: Wissenschaftlicher Verlag Trier, 1997. S.9

<sup>226</sup> Ebda.

<sup>227</sup> Bill Nichols: Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary, 1991.

- „1. Selbstverständnis und Anspruch der Filmemacher
2. Verwendete Codes und Konventionen - Darstellungsformen
3. Erwartungshaltung des Publikums“<sup>228</sup>

Obwohl diese drei Aspekte im Grunde nicht als getrennt nebeneinander stehend operieren, sondern vielmehr ineinandergreifen, erscheinen für die vorliegende Arbeit lediglich der 2. und 3. Punkt relevant und werden in weiterer Folge einer genaueren Analyse unterzogen.

In Nichols Annäherung an den Dokumentarfilm auf der Ebene der verwendeten Codes und Konventionen, arbeitet er fünf verschiedene Darstellungsformen (modes of representation) heraus:

- „1. Expository Mode 2. Observational Mode 3. Interactive Mode
4. Reflexive Mode 5. Performative Mode“<sup>229</sup>

Im nächsten Schritt werden von diesen fünf Repräsentationsformen, welche sich nach Nichols mehr oder weniger den historischen Entwicklungsstadien des Dokumentarfilms zuordnen lassen, aber durchaus auch in Kombination auftreten können<sup>230</sup>, allerdings nur dem Expository Mode, dem Observational Mode und dem Interactive Mode einer genaueren Betrachtung unterzogen, da eine weitere Ausführung aller Modi den thematischen Rahmen dieser Arbeit überschreiten würde.

Nach Nichols handelt es sich bei der ersten Repräsentationsform, dem Expository Mode, um eine erklärende, zu überzeugen versuchende Form, wodurch sie im Deutschen auch oft als „klassischer Erklärungsdocumentarismus“<sup>231</sup> bezeichnet wird. Ein wesentliches Merkmal nimmt hier die vorrangige Bedeutung der Sprache ein. Die ZuschauerInnen werden in diesem Modus von einem auktorial-allwissenden Erzähler

---

<sup>228</sup> Maren Sestro: Mockumentaries und die Dekonstruktion des klassischen Dokumentarfilms. Berlin: Verlag der TU Berlin, 2009. S. 18.

<sup>229</sup> Vgl.: Nichols (1991): a.a.O. S. 32ff.

<sup>230</sup> Vgl.: Sestro (2009): a.a.O. S. 20.

<sup>231</sup> vgl.: Eva Hohenberger: Die Wirklichkeit des Films: Dokumentarfilm Ethnographischer Film. Hildesheim [u.a.]: Georg Olms, 1988. S. 121ff.

direkt angesprochen, der aus dem „Off“<sup>232</sup> die Handlung kommentiert und dadurch keinen Zweifel an seinem Status als erklärende Autorität aufkommen lässt. Auch wenn hier zusätzliche visuelle Darstellungen, wie etwa Archivmaterial oder Fotografien, eingebaut werden, so dienen diese lediglich dazu, die sprachliche Argumentation des Erzählers zu belegen und seine Beweisführung zu unterstützen.<sup>233</sup> Trotz seiner vermeintlichen Dominanz und Autorität versucht dieser, wie auch die dahinter stehenden Filmschaffenden selbst, stets objektiv und neutral zu erscheinen. Zur Bestärkung der Argumentation wird zusätzlich die für die expositionalen Filme typische Montagetechnik dienlich.<sup>234</sup> Durch eine geschickte Schnitttechnik, die sich vor allem an der Konstruktion der initiierten Argumentationsfolge orientiert, können zwar durchaus auch Gegenargumente eingebracht werden, die eigene Position wird allerdings zu keiner Zeit ernsthaft in Frage gestellt. Die filmischen Mittel dienen demnach vorrangig dazu, die Idee zu vermitteln, dass ein distanzierter und objektiver Blick auf ein Ereignis angeboten wird und die Argumentation folglich glaubwürdig und wahr wirkt.<sup>235</sup> Ziel des Expository Mode ist somit, die ZuschauerInnen von einer bestimmten Sichtweise zu überzeugen, wobei diesen allerdings kaum Raum einer eigenen Meinungsbildung geboten wird. Typisch hierfür sind pädagogische Filme, wo ErzählerIn und ZuschauerInnen in einer Form von Lehrer-Schüler-Verhältnis gegenüberstehen.<sup>236</sup> Der Dokumentarfilm sieht sich im Expository Modus folglich als „Erklärer von Realität“<sup>237</sup>.

Die Überzeugung der VerfechterInnen der zweiten, als rein beobachtende Repräsentationsform geltenden Observational Mode ist, dass man mit dieser Technik endlich den unverfälschten und direkten Zugang zur Realität habe, welche man lediglich noch einfangen müsse.<sup>238</sup> Ihrer Annahme nach hätten sich eben jene

---

<sup>232</sup> = 'voice of God'- Kommentar (man kann zwar hören, dass gesprochen wird, aber niemals sehen, wer spricht). Möglich ist jedoch auch ein 'voice of authority'- Kommentar, wo man den/die SprecherIn sowohl hören als auch sehen kann.

<sup>233</sup> Vgl.: Nichols (1991): a.a.O. S.37.

<sup>234</sup> Vgl.: Ebda. S. 37.

<sup>235</sup> Vgl.: Brian Winston: Claiming the Real: The Documentary Film Revisited. London: British Film Institute, 1995. S. 30ff.

<sup>236</sup> Vgl.: Sextro (2009): a.a.O. S. 22.

<sup>237</sup> Hohenberger (1988): a.a.O. S. 121.

<sup>238</sup> Vgl.: Sextro (2009): a.a.O. S. 25.

Ereignisse auch ohne Kamerapräsenz identisch abgespielt.<sup>239</sup> Ganz im Gegensatz zum zuvor thematisierten erklärenden Modus vermeidet der Observational Mode demnach auf intervenierende Maßnahmen, da Ereignisse so aufgenommen werden sollen, wie sie tatsächlich spontan geschehen sind. Der Fokus liegt somit auf beobachten und beschreiben anstatt erklären und interpretieren.<sup>240</sup> Grundlegend für diese beobachtende Repräsentationsform waren technischen Errungenschaften und Weiterentwicklungen. So wurden etwa leichte und tragbare 16mm Handkameras sowie Tonbandgeräte entwickelt, welche den Filmschaffenden eine neue Beweglichkeit verschafften. Es wurde ermöglicht, jegliche Form von Geräusche und Sprache im Originalton an Originalschauplätzen aufzunehmen. Faktoren, die einen starken Eindruck von Glaubwürdigkeit und Authentizität vermitteln können. Echte Personen sollen in unverfälschten, selbsterklärenden Situationen im realen Leben spontan und intuitiv gefilmt werden, wobei die Filmschaffenden tunlichst vermieden, in eine direkte Kommunikation mit den AkteurInnen zu treten, um eine Beeinflussung des normalen Verhaltens der Personen ausschließen zu können. Der für diesen Repräsentationsmodus typische Kamerastil, welcher auch als „search-and-discover-Stil“<sup>241</sup> bezeichnet wird, zeichnet sich durch die beweglichen Handkameras verursachten schwankenden und wandernden, unpräzisen Ausschnitte, die einen Eindruck von Spontaneität und Unkontrolliertheit vermitteln. Dieser Stil vermittelt natürlich einerseits tatsächlich den Ausdruck eines spontan erfassten Ereignisses, wurde in weiterer Folge allerdings dann auch bewusst eingesetzt bzw. künstlich geschaffen, um eine vermeintliche Spontaneität und das Gefühl des Nicht-Gestalteten zu unterstreichen.<sup>242</sup> Die RezipientInnen bekommen bei diesem Modus das Gefühl vermittelt, die Ereignisse direkt und unbeeinflusst wahrzunehmen und sich eine persönliche Meinung bilden zu können, da sich die Montagestruktur an keine bestimmte Argumentation orientiert, sondern am Ablauf der Dinge selbst. Die Annahme, der Dokumentarfilm könne eine unverfälschte, objektive Realität abbilden stützt sich bei den VertreterInnen des Observational Mode dabei auf dem Glauben,

---

<sup>239</sup> Vgl.: Wilhelm Roth (1982): Der Dokumentarfilm seit 1960. S. 9f.

<sup>240</sup> Vgl.: Sextro (2009): a.a.O.

<sup>241</sup> Sextro (2009): a.a.O. S. 24.

<sup>242</sup> Vgl.: Beyerle (1997): a.a.O.

dass eine eigene Sichtweise durch die neuen technischen Möglichkeiten ausgespart werden könne und lediglich ein Blick von außen auf das Geschehen geworfen wird.<sup>243</sup>

Der dritte Repräsentationsmodus des Dokumentarfilms wird von Nichols als „Interactive Mode“ bezeichnet. Im Gegensatz zu den beiden vorhergegangenen Modi, wo die Filmschaffenden als außenstehende, allwissende KommentatorInnen oder gar hinter der Kamera verschwindende Unsichtbare verstanden werden sollten, werden diese im Interaktive Mode präsent. Die Filmschaffenden werden in die von ihnen gefilmte Welt integriert und somit gleichzeitig auch zu einem Teil der Handlung. Das zentrale Mittel der Filme des Interactive Mode sind eingehende Interviews, in denen die subjektiven Wahrnehmungen eines Zeuges von Ereignissen, als Garanten für Authentizität und einer wahrheitsgetreuen Darstellung fungieren.<sup>244</sup> Als häufigste Darstellungsform bezeichnet Nichols hier daher den „talking head“<sup>245</sup>, sprich die AugenzeugInnen oder ExpertInnen, die direkt in die Kamera zu den ZuschauerInnen sprechen und so ein Gefühl von Echtheit suggerieren. Als StellvertreterInnen können hier auch die InterviewerInnen verstanden werden, durch die die Filmschaffenden die Möglichkeit bekommen, in direkten Kontakt mit den Personen des Films zu kommen und mit Ihnen zu diskutieren. Die Filmschaffenden werden somit in diesem Modus unweigerlich selbst zu einem Teil der Handlung der von ihnen gefilmten Welt. Nichtsdestotrotz bleibt auch hier der Anspruch von Objektivität und Neutralität aufrecht, indem die ZeugInnenaussagen den ZuschauerInnen als repräsentativ präsentiert werden und vorhergehende eingreifende Prozesse schlicht ausgeblendet werden.<sup>246</sup>

Es wird deutlich, dass diese drei soeben thematisierten Modi Nichols' völlig unterschiedliche Strategien verfolgen, um den RezipientInnen ein Gefühl von Authentizität zu vermitteln. Das Allgemeinverständnis von Dokumentarfilmen stützt sich jedoch, trotz all dieser beschriebenen Weiterentwicklungen, noch immer auf den eben thematisierten klassischen Darstellungsformen. Strategien und Mittel, die in

---

<sup>243</sup> Vgl.: Sextro(2009): a.a.O. S. 25.

<sup>244</sup> Vgl.: Ebda. S. 27.

<sup>245</sup> Bill Nichols (1991): Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary. S.45.

<sup>246</sup> Vgl.: Sextro (2009): a.a..O. S. 28.

weiterer Folge auch gezielt von den UserInnen der Social-Media-Plattformen des Web 2.0 für ihre möglichst authentischen Selbstinszenierungen imitiert werden.<sup>247</sup> Eine Thematik, mit der sich der folgende Teil der Arbeit im Hinblick auf eine konkrete Analyse eines Fallbeispiels näher auseinandersetzen wird.

### **5.1.3. Exkurs: Zum Begriff des Fake - Der gefakte künstliche Mensch und seine Maskierung**

„FAKE, amerik. Slang: Täuschung , Schwindel; so tun als ob. Abgeleitet aus 'factitious' (unecht künstlich), in dem 'factual' (tatsächlich, wirklich) und 'fictitious' (eingebildet, erfunden) verbunden sind. Von lat. 'facere' (machen) bzw. 'fingere' (erdichten), indogerm.\* 'facil': was sich machen läßt [!].“<sup>248</sup>

Der Begriff des Fake soll nun in weiterer Folge näher beleuchtet werden, da er in einer Auseinandersetzung mit den Identitäten der Social-Media-Plattformen des Web 2.0 geradezu unumgänglich scheint. Es kann aber bereits an dieser Stelle angemerkt werden, dass mit „Fake“ hier keinesfalls die ins Deutsche übersetzte „Fälschung“ gemeint ist. In seiner Schrift „Künstlerische Strategien des Fake: Kritik von Original und Fälschung“<sup>249</sup> definierte etwa der Kunsthistoriker Stefan Römer gerade die Reflexivität zwischen dem Original und dem Fake als wesentlichen Bestandteil des Fake. Durch diese Bezugnahme entsteht automatisch ein Verhältnis zwischen „Original und Fälschung“.<sup>250</sup> Römer geht in seinen Analysen der Frage nach, warum und vor allem wie diese strategischen Beziehungen vom Fake zum Original generiert werden. Er kommt dabei zum Schluss, dass ein Fake immer weit mehr als die reine Kopie des Originals darstellt und folglich von einer reinen Fälschung unterschieden werden muss. Für Fälschungen ist völlige Originaltreue notwendig, um nicht erkannt zu werden, da

---

<sup>247</sup> Vgl.: Ebda. S. 29.

<sup>248</sup> Manfred Geier: FAKE: Leben in künstlichen Welten: Mythos - Literatur - Wissenschaft. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch-Verl., 1999. S. 9.

<sup>249</sup> Stefan Römer: Künstlerische Strategien des Fake: Kritik von Original und Fälschung. Köln: DuMont, 2001.

<sup>250</sup> Vgl.: Ebda. S. 271.

sie eben nur bis zum Zeitpunkt der Entlarvung funktionieren und der Begriff danach eher „verurteilend“<sup>251</sup> verwendet wird. Im Gegensatz dazu ist beim Fake der Moment der Enttarnung von vornherein mit entworfen, da sich dieser selbst von Beginn an als Fälschung benennt und ist folglich laut Römer viel mehr als „künstlerische Strategie“<sup>252</sup> zu verstehen.

Mit diesem Verständnis des Fake-Begriffs soll nun der gegenwärtige Trend zum verstärkten Gebrauch von sozialen Netzwerken zur (authentischen) Selbstinszenierung der Individuen, in einem Spannungsfeld zwischen Wahrheit und Täuschung, Fiktivem und Authentischem, sowie Selbst- und Fremdverständnis beleuchtet werden.

In seiner Schrift „Baukasten der Medientheorie“, die zu einem späteren Zeitpunkt der Arbeit noch näher thematisiert werden wird, setzt bereits Hans Magnus Enzensberger Manipulation als grundlegend beim Mediengebrauch voraus:

„Die elementarsten Verfahren medialen Produzierens von der Wahl des Mediums selbst über Aufnahme, Schnitt, Synchronisation, Mischung bis hin zur Distribution sind allesamt Eingriffe in das vorhandene Material. Ein unmanipuliertes Schreiben, Filmen und Senden gibt es nicht.“<sup>253</sup>

Scheinexistenzen, Doppelspiel und Maskierung scheinen somit unweigerlich zu den Erkennungsmerkmalen der künstlichen Menschen zu gehören. Es ist bei virtuellen Individuen jedoch oft nur schwer zu erkennen, wie viel von der Identität hinter den Masken noch vorhanden ist um in weiterer Folge „zwischen der *notwendigen* Inszenierung, die ernsthaft als Ausdruck des Ichs oder als angemessene Repräsentation eines Anliegen verstanden wird, und der *bloßen* Theatralität [...]“<sup>254</sup> unterscheiden zu können.

---

<sup>251</sup> Ebda. S. 14.

<sup>252</sup> Ebda. S. 14.

<sup>253</sup> Enzensberger (1997): a.a.O. S. 106.

<sup>254</sup> Prisching (2009): a.a.O. S. 116.

Laut dem amerikanischen Soziologen Ezra Park sei

„es wohl kein historischer Zufall, daß [!] das Wort Person in seiner ursprünglichen Bedeutung eine Maske bezeichnet. Darin liegt eher eine Anerkennung der Tatsache, daß [!] jedermann überall und immer mehr oder weniger bewußt [!] eine Rolle spielt. [...] In diesen Rollen erkennen wir einander; in diesen Rollen erkennen wir uns selbst. In einem gewissen Sinne und insoweit diese Maske das Bild darstellt, das wir uns von uns selbst geschaffen haben - die Rolle, die wir zu erfüllen trachten -, ist die Maske unser wahreres Selbst: das Selbst, das wir sein möchten“<sup>255</sup>.

Diesem Zitat zufolge wählen die Individuen ihre Masken keineswegs beliebig aus, sondern danach, welche ihnen helfen, sich so zu präsentieren, wie oder wer sie gerne wären. Wenden man nun dieses Verständnis von Darstellung und Identitätskonstruktion auf die Selbstpräsentationsstrategien der UserInnen auf den Social-Media-Plattformen des Web 2.0. an, so lassen sich klare Parallelen feststellen. UserInnen stellen ihre Persönlichkeit in diesen Netzwerken so dar, wie sie gerne sein möchten und schrecken dabei auch nicht vor Bluffs oder „Maskierungen“ zurück. Da die UserInnen hier nicht mehr preisgeben müssen, als sie selber möchten, ist es ein Leichtes, sich der Community unüberprüft, durch das Verweigern oder Verändern gewisser persönlicher Daten und Interessen, als völlig andere/ideale Person zu präsentieren. Die Individuen können sich demnach so darstellen, wie sie sich selbst sehen oder gerne wären.

Die Individuen sind sich somit von vorneherein bewusst, dass es einer verständnisgerechten Inszenierung bedarf, um die Erwartungshaltungen des Gegenüber zu befriedigen.

„Man inszeniert nicht die ‚Wirklichkeit‘ hinter der Fassade, sondern man schießt auf den Publikumserfolg und ist sich darüber hinaus auch noch im Klaren, dass man so tun muss, als sei es das ‚Wirkliche‘ dahinter, was man darstellt.“<sup>256</sup>

Dabei erscheint es naheliegend, dass die Individuen die eigene Person „ein wenig verzerrt, behübscht oder dramatisiert darstellen, [...] selbst dann, wenn man nicht lügen, sondern die Wahrheit bestmöglich über die Bühne bringen will“<sup>257</sup>.

---

<sup>255</sup> Ezra Park (1950): Race and culture. Free Press: New York, 1950. S. 249. Zitiert nach: Erving Goffman (2010): Wir alle spielen Theater. München, Zürich: Piper, 2010. S. 21.

<sup>256</sup> Ebd. S. 117.

<sup>257</sup> Vgl.: Ebd.

Laut der 2014 von den finnischen WissenschaftlerInnen Airi Lampinen und Suvi Uski zur Selbstdarstellung auf Social Networking Seiten an der Universität Aalto durchgeführten Studie „Social norms and self-presentation on social network sites: Profile work in action“<sup>258</sup>, ist es für UserInnen von Social-Media-Plattformen sehr wohl wichtig, sich authentisch darzustellen. „At the same time, users also admitted faking parts of their online image in order to conform to social norms and expectations.“<sup>259</sup> Die Individuen bemühen sich demnach bei ihrer idealisierten Selbstinszenierung in gewisser Weise, normierte gesellschaftliche Werte, die der jeweiligen Rollenvorstellung zugrunde liegen, zu imitieren und die grundlegenden Klischeevorstellungen damit zu bestätigen.<sup>260</sup> Wie auch im realen Leben versuchen sich UserInnen in den sozialen Netzwerken auf ihren Profildseiten, ein Image aufzubauen. Gleichzeitig stellten Lampinen/Uski allerdings auch fest:

“People want to be seen a certain way online, but they don’t want it to *look like* they want to be seen a certain way, because people will think they’re fake.”<sup>261</sup>

Dafür posten sie auf dieses Image zugeschnittene Einträge und Bilder und „ liken“ die „richtigen“ Gruppen [u.a.], um diesen Eindruck des eignen Selbst glaubhaft vermitteln zu können, während sie unvorteilhafte Dinge einfach weglassen oder vermeintlich notwendige Elemente einfach dazu „faken“. Lampinen merkte dafür folgende Beobachtung an:

“While social norms required individuals to be real in their sharing behavior, presenting oneself in the right way through sharing often necessitated an element of faking.”<sup>262</sup>

---

<sup>258</sup> Suvi Uski; Airi Lampinen (2014): Social norms and self-presentation on social network sites: Profile work in action. Helsinki: New Media & Society, 2014. zitiert in: To Look Authentic On Social Media, Fake It Up A Little?. Science 2.0: [http://www.science20.com/news\\_articles/to\\_look\\_authentic\\_on\\_social\\_media\\_fake\\_it\\_up\\_a\\_little-142586](http://www.science20.com/news_articles/to_look_authentic_on_social_media_fake_it_up_a_little-142586). Zugriff: 18.11.2014.

<sup>259</sup> Uski/Lampinen (2014): a.a.O.

<sup>260</sup> Vgl.: Goffman (2010): a.a.O. S. 35f.

<sup>261</sup> Uski/Lampinen (2014): a.a.O.

<sup>262</sup> Ebda.

Lampinen/Uski definierten dafür den Begriff des „profile tuning“.<sup>263</sup> Es scheint sich damit zu bestätigen, dass, wie bereits zuvor nach Enzensberger angemerkt, Manipulation dieser Art der Darstellung geradezu inhärent ist.

Demnach schließt eine erfolgreiche, authentische Selbstdarstellung auf den Social-Media-Plattformen „Fake“ also nicht aus. Vielmehr ist es für UserInnen paradoxerweise geradezu notwendig, gewisse Dinge einfach zu faken und nicht authentisch darzustellen, um bestimmten Erwartungen und Normen ihres selbst aufgebauten Images gerecht zu werden und somit weiterhin als „echt“ und „authentisch“ zu wirken.

Im Umkehrschluss kann man dieselben Strategien natürlich auch dazu einsetzen, um zu lügen, verzerren, täuschen oder heucheln. Man inszeniert die Inszenierung, wobei man sich hier aber zwangsläufig um Strategien einer Darstellung bemühen muss, von der man weiß, dass sie für andere Menschen zurechtgeschnitten ist, die erwarten, dass man einen ganz bestimmten Plot abliefert. „Das Selbst, die Maske und der Bluff verschmelzen miteinander“<sup>264</sup>, je länger man sich in dieser Spirale befindet.

Denn eines darf nicht vergessen werden: „Man kann sich nicht nicht inszenieren.“<sup>265</sup>

---

<sup>263</sup> Ebda.

<sup>264</sup> Prisching (2009): a.a.O. S. 116.

<sup>265</sup> Ebda.

#### **5.1.4. (Konstruierte) Authentizität und Strategien der Online-Plattform YouTube**

Wie bei der vorhergehenden Beschäftigung mit Dokumentarfilmen herausgearbeitet werden konnte, generiert sich der „Eindruck“ von Authentizität vor allem durch den Einsatz von ästhetischen Strategien, die einer eigenen Rhetorik gleichkommen. Demnach muss die Authentizität des Dokumentarfilms auch als Resultat einer filmischen Bearbeitung verstanden werden. Nach Hattendorf liegt

„die intendierte authentische Wirkung von Dokumentarfilmen [...] in der formalen Gestaltung der Filme begründet und nicht in einem ‚réel brut‘, einer Authentizität der ‚Sache selbst‘.“<sup>266</sup>

Die Glaubwürdigkeit der dargestellten Inhalte ist demnach abhängig von der Wirkung der Authentisierungsstrategien im Moment der Rezeption selbst. Dem Publikum wird unweigerlich aufgezeigt, dass es vor allem jenen Inhalten Glauben schenkt, die realistisch aussehen und klingen, auch wenn es weiß, dass diese inszeniert und konstruiert sind. Es wird deutlich, dass die Form ausschlaggebender ist als der Inhalt, um einen Gegenstand als glaubwürdig einzuschätzen. Damit wird auch gleichzeitig die Konstruiertheit der vermeintlichen Authentizität und Realität der Inhalte sichtbar gemacht.

Auf Plattformen wie etwa YouTube oder Facebook [u.a.] verschwimmen die Grenzen zwischen den authentischen und inszenierten Darstellungen, wie auch zwischen privat und öffentlich.<sup>267</sup> Dennoch genießen die dargestellten Inhalte ein großes Vertrauen seitens der UserInnen hinsichtlich ihrer Glaubwürdigkeit.

Es soll nun im Folgenden untersucht werden, zu welchen Reaktionen es seitens der RezipientInnen kommen kann, wenn dieses Vertrauen ins Wanken kommt.

---

<sup>266</sup> Hattendorf (1999): a.a.O. S.311.

<sup>267</sup> Birgit Richard (u.a.): Flickernde Jugend-rauschende Bilder. Netzkulturen im Web 2.0. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2010. S.16.

#### **5.1.4.1. Oh my GOD, ZILLA - Fakecation 2.0**

Fünf Wochen lang gab die niederländische Studentin Zilla van den Born ihrer Familie, Freunden und Facebook-Community vor, sich auf einer ausgedehnten Urlaubsreise durch Südostasien zu befinden. Auf ihrem Facebook -Profil postete sie täglich Nachrichten und neiderregend schöne Bilder aus den exotischsten Ecken Kambodschas, von Schnorchelabenteuern im türkisblauen Meer, idyllischen Stränden und Besuchen in buddhistischen Tempeln die von der Community fleißig kommentiert und damit bestätigt wurden. Zeitverschiebungsbedingt sendete sie mitten in der Nacht Textnachrichten an ihre Freunde oder nahm Kontakt mit ihren Eltern via Skype aus den unterschiedlichsten Hotelzimmern auf. Die Illusion war perfekt, niemand zweifelte die Echtheit ihres Asienurlaubs an. Am Ende der „Reise“ löste Zilla van den Born im Rahmen ihrer Familie und Freunde den Fake, bei dem sie als Experiment für ihre Bachelorarbeit an der Kunsthochschule Utrecht die Sozialen Netzwerke nutzte, um einen authentische Geschichte vorzutäuschen, schlussendlich selbst auf. In Wahrheit hatte Zilla in diesen fünf Wochen Amsterdam nie verlassen, sämtliche Videos und Fotos waren ein Resultat aus geschickten Photoshopmanipulationen. Ein Projekt, das 2013 in niederländischen Medien wie etwa „ADI.nl oder lindanieuws.nl“ für Aufsehen sorgte und nun, mittlerweile ein Jahr später, auch im Ausland mehr und mehr publik wurde.

In der folgenden Analyse soll aufgezeigt werden, welche Authentisierungsstrategien von der Studentin eingesetzt wurden, um die digitale Täuschung aufrechtzuerhalten, welche Intentionen hinter ihrem Experiment standen und die Reaktionen ihrer Familie und Freunde, als sie den Fake letztlich selbst auflöste.

Zilla van den Born schaffte es während ihres vermeintlichen Asienurlaubs fünf Wochen lang eine perfekte Fassade aufzubauen, die nicht einmal ihre engsten Angehörigen anzweifelten. Um die Illusion aufrechterhalten zu können, setzte sie eine Reihe von Authentisierungsstrategien ein, die nun in weiterer Folge untersucht werden sollen.

Als erstes Authentisierungsmittel für ihren digitalen Schwindel nutzte Zilla van den Born die Codes und Selbstdarstellungsstrategien in Social-Media-Netzwerken, die sie gezielt für sich arbeiten lässt.

Vom 23.04.2013 bis 28.05.2013 lud sie täglich unter dem bezeichnenden Motto „Live the life of your dreams“ Bilder von den Abenteuern, die man bei so einer Reise erleben sollte, auf ihrem Facebook-Profil (vgl. Abb. 3)<sup>268</sup> hoch und erfüllte damit alle Erwartungen, die man an so eine Reise stellt. Sie erzählte in ihren Postings etwa, wie toll das exotische Essen nicht sei und dass sie sogar bei ihrer Schnorcheltour auf Haie getroffen sei. Perfekt inszeniert sie sich in buddhistische Tempel und schwärmt von den neuen Freundschaften, die sie geschlossen habe. Die Community war begeistert und bestätigte mit ihren Kommentaren die 'Echtheit' ihrer Erzählungen. Wie vorab bereits thematisiert, schaffte Zilla van den Born es hier, durch das vermeintliche Erfüllen der Normen, die ihrem selbst aufgebauten Image zugrunde liegen, in den Augen der Community als „echt“ und „authentisch“ zu wirken. Auf bildlicher Ebene unterstützte sie ihre Erzählungen durch die Fotos, die sie auf ihrem Profil postete. Diese nahmen damit geradezu eine Beweisfunktion ein, um die Glaubwürdigkeit ihrer Darstellungen zu festigen und durch ihr „Authentizitätsversprechen des fotorealistischen Prinzips“<sup>269</sup> von Zilla van den Born gezielt nach dem Grundsatz „Seeing is believing“ als Beweise für ihre Aussagen verwendet wurden.

Gemeinsam mit Zilla van den Born kreierte die Community somit unwissentlich die Scheinwelt einer Reise, die zu keinem Zeitpunkt angezweifelt wurde.

---

<sup>268</sup> [www.zillavandenborn.nl](http://www.zillavandenborn.nl)

<sup>269</sup> Richard (2010.): a.a.O. S. 107.

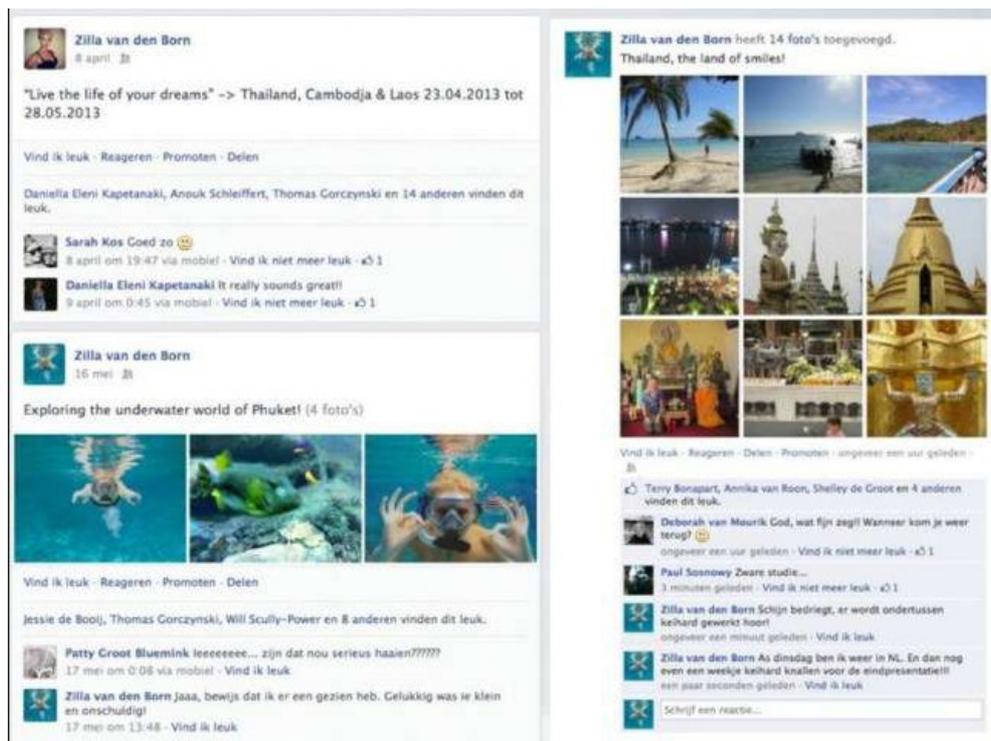


Abb. 3 Facebookprofil von Zilla van den Born

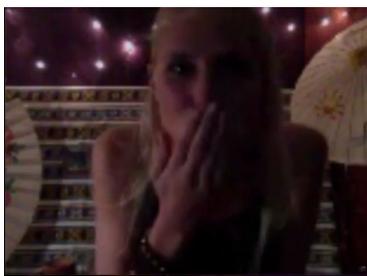
Als weitere Authentisierungsstrategie nutzte sie die Mittel der Selbstinszenierung während ihrer Skype-Video-Telefonate<sup>270</sup>.

Zilla van den Born ist bei ihren Skype-Sessions in exotisch wirkender Hotelumgebung in naher Einstellung vor einer statischen Webcam zu sehen. Sie blickt dabei direkt in die Kamera und adressiert damit ihre Familie und Freunde. Durch den Blick in die Kamera wird diese sowohl sichtbar gemacht wie sich auch die RezipientInnen ihres eigenen Sehens bewusst werden. Eben diese Sichtbarmachung der Kamera spielt für die Herstellung von Authentizität eine wesentliche Rolle. Durch die Nähe der Webcam wird eine intime Atmosphäre aufgebaut, die Privatheit und Authentizität suggeriert. Auf bildlicher Ebene wird der Augenmerk der ZuschauerInnen bei dieser Einstellung vor allem auf die mimische und gestische Handlungsebene gelenkt. So bestätigte Zilla van den Born ihre Erzählungen etwa mit Gesten, wie das Zufächern von kalter Luft (vgl. Abb. 5)<sup>271</sup>, um das heiße Klima ihres Urlaubslandes authentisch darstellen zu können.

<sup>270</sup> <http://vimeo.com/album/2458259/video/68079152>. Zugriff: 29.11.2014.

<sup>271</sup> Screenshot von Skype-Videotelefonat. <http://vimeo.com/album/2458259/video/68079152>. Zugriff: 29.11.2014.

Durch das Winken oder Verteilen von Küssen in die Kamera (vgl. Abb. 4)<sup>272</sup> entsteht eine Privatheit, die an die Amateurästhetik von Homevideos erinnert und das Gezeigte als „echt“ erscheinen lässt. Auch ihr äußeres Erscheinungsbild hatte sie durch Solarienbesuche und authentischer Bekleidung an die Erwartungen, die an ihre Rolle gestellt werden, angepasst. Um die Illusion einer Zeitverschiebung suggerieren zu können, klebte sie einfach die Fenster ihres Zimmers in Amsterdam ab und nutzte nach eigenen Angaben Wandvorhänge, Weihnachtsdekoration und Sonnenschirme, um eine exotische Hotelzimmeratmosphäre zu schaffen (vgl. Abb. 6)<sup>273 274</sup>.



**Abb. 4** Erzeugen von Privatheit 00:20"



**Abb. 5** authentische Darstellung des Klimas 00:15"



**Abb. 6** gezielte Manipulation der Umgebung 00:17"

Ihre Darstellungen wiesen keinerlei Widersprüchlichkeiten auf, die sie hätten enttarnen können, da sie bereits im Vorfeld ihres Experimentes einen strikten Reiseverlauf akribisch geplant hatte, wobei sie sich auch über Sehenswürdigkeiten, typische Speisen und Souvenirs sowie Wetterverhältnisse informierte.<sup>275</sup>

Interessant ist es hier auch noch anzumerken, dass sich Zilla van den Born auch typischen Authentisierungsstrategien außerhalb der sozialen Netzwerke bediente. So versendete sie an die Daheimgebliebenen urlaubstypische Postkarten und Souvenirs, die sie in einem örtlichen Asia-Geschäft gekauft hatte. Allerdings bemerkte niemand, dass der Poststempel nicht aus Thailand, sondern aus Holland war.<sup>276</sup> Viel zu perfekt

<sup>272</sup> Ebda.

<sup>273</sup> Ebda.

<sup>274</sup> Vgl.: Anne Peters (2014): Scheinwelt im Netz: Studentin täuscht auf Facebook Asien-Reise vor. <http://www.rp-online.de/digitales/studentin-taeuscht-auf-facebook-asien-reise-vor-aid-1.4515161>. Zugriff: 20.11.2014.

<sup>275</sup> Ebda.

<sup>276</sup> Urlaubsfake auf Facebook: Schöne falsche Welt. <http://www.taz.de/!145957/>. Zugriff: 20.11.2014.

war bereits die Illusion aufgebaut. Bis zum Schluss bezweifelte niemand die Echtheit ihrer Reise.

Im nächsten Schritt soll unter Zuhilfenahme diverser Interviews mit Zilla van den Born thematisiert werden, welche Intentionen die Studentin bei diesem Experiment hatte, das als Teil ihrer Bachelorarbeit angedacht war.

Laut einem Interview mit dem deutschen Magazin „Der Spiegel“ wollte sie mit diesem Experiment zeigen, dass die ideale Welt, die in sozialen Netzwerken erschaffen wird, so nicht existiert. So wissen wir, nach ihrer Aussage,

„dass Fotos von Models mit Photoshop bearbeitet werden, aber wir sind uns nicht bewusst, dass alles, was wir täglich im Internet hochladen, ja auch irgendwie manipuliert ist“<sup>277</sup>.

Mit ihrem Projekt wollte sie sichtbar machen, dass Facebook-Einträge, Tweets oder Instagram-Aktivitäten keine Rückschlüsse auf die Wirklichkeit geben können. Die virtuelle Welt gleicht ihrer Ansicht nach weniger einer realen als vielmehr einer fiktiven. Sie wollte zeigen,

„dass wir die Informationen, die wir in sozialen Netzwerken teilen, permanent filtern und manipulieren. So entsteht online eine Welt, mit der die Realität nicht mithalten kann. Es ist leicht, die Realität zu verzerren.“<sup>278</sup>

Laut dem amerikanischen Soziologen Erving Goffman ist die Intention hinter jeglicher Darstellung, andere zu beeinflussen.<sup>279</sup> Individuen präsentieren sich demnach, wie bereits vorhergehend thematisiert, vor der Community niemals, ohne sich vorher Gedanken zu machen über die Art und Weise, wie sie sich selbst darstellen möchten.

---

<sup>277</sup> Rebecca Erken (2014): Fake-Bilder auf Facebook: Urlaubslüge nach Thailand: Ein Interview mit Zilla van den Born. <http://www.spiegel.de/unispiegel/heft/facebook-luege-hollaendische-studentin-tauescht-asien-reise-vor-a-998943.html>. Zugriff: 20.11.2014

<sup>278</sup> Stephanie Beisch (2014) Studentin täuscht Familie und Freunde: Auf Facebook im Asien-Urlaub. <http://www.stern.de/panorama/studentin-tauescht-familie-und-freunde-auf-facebook-im-asien-urlaub-2136073.html> . Zugriff: 20.11.2014.

<sup>279</sup> Erving Goffman: Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag. Aus dem Amerikanischen von Peter Weber-Schäfer. Vorwort von Lord Ralf Dahrendorf. München, Zürich: Piper, 2010. S. 18.

Jegliches Verhalten, wie etwa in Form von Kommentaren, Statusmeldungen, Fotos oder Tweets [u.a.], richtet sich folglich nach der Vorstellung, eine möglichst ideale Selbstdarstellung abliefern zu können. Es wird seitens der UserInnen demnach genau überlegt, welche Informationen und Fotos auf Sozialen Netzwerken gepostet werden, da kaum jemand ein unvoreilhaftes Bild von sich selbst zeigen möchte. Durch diese mehr oder weniger bewusste Selektion wird auf den sozialen Netzwerken nur das geschönte, interessante und bestmögliche Selbstbild gezeigt. Fotos, Posts und Statusmeldungen generieren in gewisser Weise demzufolge auch eine Art Scheinwelt. Durch den Einsatz von Filtern oder Photoshop [u.a.] verschwimmen die Grenzen zwischen Realität und Fiktion hinter einer Fassade der Sozialen Netzwerke. Durch zurechtgeschnittene Posts, inszenierte Bilder und Nachrichten an die Community wird geradezu ein zweites Leben aufgebaut in dem wir vorgeben ein Leben zu führen, dass so in dieser Form vielleicht gar nicht existiert. In einem Interview mit dem „Spiegel“ wirft sie den Gedanken in den Raum:

„Warum fotografiert niemand den Regen während des Urlaubs, das schmutzige Hotelzimmer oder die lange Warteschlange? Durch die Auswahl der Bilder wird eine geschönte Realität vorgegaukelt.“<sup>280</sup>

Laut Zilla van den Born „entsteht online eine ideale Welt, mit der die Realität nicht mithalten kann. Es ist leicht, die Realität zu verzerren“<sup>281</sup>. Auf diese regelmäßige Täuschung durch inszenierte Bilder in sozialen Netzwerken wollte auch Zilla mit ihrem Projekt hinweisen. Laut einem Interview mit dem Online-Portal „Odditycentral“ gab sie etwa an, dass wir täglich

„auf Facebook oder anderen Social-Media-Diensten [...] unser eigenes öffentliches Bild [manipulieren]. [...] Wir kreieren virtuell eine Idealwelt, inszenieren eine Show für unsere Freunde und Follower. Mein Ziel ist es aufzuzeigen, wie normal die verzernte Wahrheit mittlerweile geworden ist“<sup>282</sup>.

Auf Social-Media-Seiten wollen sich UserInnen, wie bereits eingehend thematisiert, im besten Licht präsentieren und schrecken dabei auch nicht vor Manipulationen oder

---

<sup>280</sup> Zilla van den Born. In: Rebecca Erken (2014): a.a.O.

<sup>281</sup> Urlaubsfake auf Facebook: Schöne falsche Welt. <http://www.taz.de/!145957/>. Zugriff: 20.11.2014.

<sup>282</sup> Anne Peters (2014): Scheinwelt im Netz: Studentin täuscht auf Facebook Asien-Reise vor. <http://www.rp-online.de/digitales/studentin-taeuscht-auf-facebook-asien-reise-vor-aid-1.4515161>. Zugriff: 20.11.2014.

Fakes zurück. Durch dieses fortwährende „Profile tuning“, wie Lampinen/Uski es definierten, entsteht laut Zillas Ansicht zwangsläufig Druck bei den UserInnen, mit anderen mithalten zu wollen, die vermeintlich ein glücklicheres und aufregenderes Leben führen.

„Wir wissen doch alle, wie es sich anfühlt, durch Facebook-Timelines zu scrollen und dabei neidisch zu sein auf das anscheinend wunderbare Leben, das andere im Vergleich zu uns führen.“<sup>283</sup>

Durch diese vermeintliche „Neidspirale“ fühlen sich nach und nach auch andere UserInnen dazu gedrängt, ihre Facebook-Profile zu optimieren und aufzuhübschen, da im Internet ihrer Ansicht nach oft vergessen wird, dass andere UserInnen genauso auswählen und manipulieren, was und wie sie Informationen preisgeben.<sup>284</sup>

Zilla van den Born hat mit ihrem Projekt diese Form des Manipulierens ins Extrem getrieben und damit bewiesen, dass soziale Netzwerke schnell zu einem Zerrspiegel werden können. Gleichzeitig zeigt sie damit auch auf, dass UserInnen im Netz weniger angeben, was sie tun, sondern vielmehr Geschichten über ihr Selbst erzählen.<sup>285</sup> Damit kreieren sie ein Bild, das nicht immer mit der Wirklichkeit einhergehen muss.

Abschließend soll noch auf die Reaktionen ihrer Familie und Freunde eingegangen werden, als Zilla van den Born den Fake schlussendlich selbst auflöste und ihre Angehörigen dabei mit der Kamera filmte.

Wie bereits vorab nach Römer thematisiert, ist die „Enttarnung“ bei einem Fake von vornherein beabsichtigt und geradezu notwendig. Hätte Zilla van den Born den Fake nicht selbst aufgedeckt, so hätte ihr Umfeld weiterhin an die Echtheit ihres Fakes geglaubt. Damit wäre es nicht zu der von ihr intendierten Auseinandersetzung und Reflexion der gezeigten Inhalte und persönlichen Wahrnehmung gekommen. Der Fake hätte somit seinen Sinn verloren.

---

<sup>283</sup> Selbstdarstellung im Netz: Gepostete Urlaubsfotos erzeugen Neid.

<http://www.wort.lu/de/lifestyle/selbstdarstellung-im-netz-gepostete-urlaubsfotos-erzeugen-neid-541c2a9eb9b3988708067803>. Zugriff: 20.11.2014.

<sup>284</sup> Vgl.: ebda.

<sup>285</sup> Vgl.: Jan Fischer: Viralkritik: Das Netz erzählt Geschichten. [http://www.huffingtonpost.de/jan-fischer/viralkritik-das-netz-erzaehlt-geschichten--zoe-quinn\\_b\\_5834262.html](http://www.huffingtonpost.de/jan-fischer/viralkritik-das-netz-erzaehlt-geschichten--zoe-quinn_b_5834262.html). Zugriff: 20.11.2014.

In ihrem Interview mit dem „Spiegel“ gab sie etwa an, dass ihr Umfeld nicht nur negativ, sondern durchaus auch erstaunt und positiv reagiert hat. Ihre Mutter hat nach ihren Angaben zwar eine Woche nicht mehr mit ihr gesprochen und auch ihre Großmutter hat erzürnt reagiert, aber ihr Freundeskreis war größtenteils verblüfft, wie man auch aus den Gesichtsausdrücken, die auf den Screenshots (vgl. Abb. 7)<sup>286</sup> ihrer Videoaufnahme zu sehen sind, entnehmen kann.



**Abb. 7** Screenshots von der Videoaufnahme, wie Zilla van den Born den Fake auflöst (00:18" ; 00:05" ; 00:16" ; 00:32")

Ihr Experiment resultierte schlussendlich im Buch „*Sjzus zeg, Zilla*“ (dt.: „Mein Gott, Zilla“)<sup>287</sup>, in dem alle Fotos und Tricks ihrer Fakecation<sup>288</sup> dokumentiert sind. Zusätzlich zeigt sie auf ihrer Homepage<sup>289</sup> sowie ihrem Vimeo-Profil<sup>290</sup> Videoclips zu einer Auswahl ihrer Täuschungen (vgl. etwa Abb. 8 - Abb. 10)<sup>291</sup>.

---

<sup>286</sup> <http://vimeo.com/album/2458259/video/69182140>. Zugriff: 29.11.2014.

<sup>287</sup> Der erste Ausruf ihrer Großmutter, als sie vom Fake erfuhr, war „Mein Gott, Zilla“ und wurde auch zum Titel ihrer Bachelorarbeit.

<sup>288</sup> „Fakecation“ ergibt sich aus der Verbindung der Begriffen „Fake“ und „Vacation“ und beschreibt das Phänomen, gefälschte Urlaubsbilder ins Netz zu stellen.

<sup>289</sup> <http://www.zillavandenborn.nl/portfolio/sjzus-zeg-zilla/> Zugriff: 29.11.2014.

<sup>290</sup> <http://vimeo.com/zvdborn>. Zugriff: 29.11.2014.

<sup>291</sup> <http://www.zillavandenborn.nl/portfolio/sjzus-zeg-zilla/>. Zugriff: 29.11.2014.



**Abb. 8** Bild aus Internet entnommen

**Abb. 9** eigenes Foto darübergerlegt

**Abb. 10** Photoshoptretusche

Den Asien-Urlaub hat sie im Anschluss tatsächlich noch nachgeholt, ohne auch nur ein einziges Bild auf Facebook hochzuladen, nach dem Motto: „Weniger posten, mehr leben“<sup>292</sup>. Eigenen Angaben nach hat es allerdings lange gedauert, bis ihr Umfeld ihr geglaubt hat, dass sie dieses Mal tatsächlich in Asien war.<sup>293</sup>

Zusammengefasst kann also gesagt werden, dass es Zilla van den Born durch die gezielte Imitation gängiger Authentisierungsstrategien in Social-Media-Netzwerken auf inhaltlicher, stilistischer und partizipativer Ebene gelungen ist, ihre Täuschung bis zum Schluss aufrechterhalten zu können. Ihre Erzählungen, Posts und Bilder entsprechen den klischeehaften Vorstellungen, wie eine derartige Reise ablaufen sollte. So wird es möglich, dass ihre Beiträge als echt und wahr gelesen werden und die Illusion nicht erkannt wird. Erst im Moment der Offenbarung des Fake wird der Wahrnehmungsvertrag zwischen den Rezipientinnen und den gezeigten Inhalten gebrochen. Die Glaubwürdigkeit kann nicht mehr aufrechterhalten werden und wird unweigerlich zerstört. Wie aber bereits vorab angemerkt, ist dieser Akt der „Enttarnung“ bei einem Fake von absoluter Notwendigkeit. Erst durch diesen Moment setzt die intendierte Reflexion ein und schafft ein Bewusstsein dafür, dass Bilder und vermeintlich authentisch vermittelte Erzählungen durchaus lügen können.

Mit diesem Experiment schaffte es Zilla van den Born, die regulierenden Software-Codes der sozialen Netzwerke für sich arbeiten zu lassen und damit aufzuzeigen, wie schnell Selbstinszenierungen auf sozialen Netzwerke zu einem Zerrspiegel werden können, die mit der Realität nur noch wenig zu tun haben.

<sup>292</sup> Rebecca Erken (2014): a.a.O.

<sup>293</sup> Ebd.

## 6. SELBSTERMÄCHTIGUNG

Das abschließende Kapitel versucht nun ein Verständnis für den Begriff der Selbstermächtigung zu schaffen. Die Untersuchung stützt sich dabei größtenteils auf den wichtigsten Thesen der Autoren Bertolt Brecht, Hans Magnus Enzensberger und Jean Baudrillard in ihren Arbeiten „Brecht'sche Radiotheorie“, „Baukasten für die Medien“ und „Requiem für die Medien“. Dabei wird auch versucht, Bezüge zur aktuellen Situation und mögliche Veränderungstendenzen in den Machtverhältnissen der Mediensysteme, insbesondere den Social Media Sites des Web 2.0, herzustellen. In weiterer Folge wird überprüft, ob die den UserInnen in den virtuellen Netzwerken zugesprochene Handlungsfähigkeit, tatsächlich einen emanzipatorischen Mediengebrauch und Autonomie gewährleistet.

### 6.1. Maßgebende Medientheorien von Brecht bis Baudrillard

#### 6.1.1. Die Brecht'sche Radiotheorie (1932)

Mit der Etablierung des Mediums Internet ab etwa Mitte der 90er Jahre wurde die Kommunikations-, sowie die Politikwissenschaft unweigerlich mit der Frage nach den damit einhergehenden Veränderungen in den politischen Kommunikationsstrukturen konfrontiert. Diese Debatten spielten bei der Verbreitung neuer technologischer Möglichkeiten von Anfang an eine große Rolle, wie etwa Brechts „Radiotheorie“ oder auch Enzensbergers „Medientheoriebaukasten“ [u.a.] zeigen. Es galt immer wieder zu untersuchen, inwieweit neue technische Möglichkeiten neue Räume für die politische Kommunikation erschließen und damit rückwirkend auch gesellschaftliche Machtverhältnisse reformieren können..<sup>294</sup> In weiterer Folge werde ich nun auf die Brecht'sche „Radiotheorie“ eingehen, da sich diese in besonderer Weise „als methodische Schablone für eine materialistische Analyse der Veränderungen, die

---

<sup>294</sup> Vgl. Tobias Schulze: Internet und Brechts Radiotheorie. In: LINKSNET: UTOPIE kreativ. <http://www.linksnet.de/de/artikel/19844>. Zugriff: 26.11.2010.

durch die technische Entwicklung im Bereich der weltweiten Datennetze vorangetrieben werden“<sup>295</sup>, eignet. „Zum einen nimmt Brecht Aspekte der Kommunikation und der Ökonomie in den Blick, zum anderen versucht dieser gleichzeitig, die gewonnenen Erkenntnisse in eine medienästhetisch- politische Utopie zu gießen.“<sup>296</sup> Die wichtigste Forderung der Rundfunktheorie ist es, den Rundfunk aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln, sprich die Umwandlung der Einwegkommunikation in ein Mehrwegmedium:

„Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihm nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“<sup>297</sup>

Brecht fordert die Nutzung der dem Rundfunk inhärenten Möglichkeit zur Kommunikation, um „jener Folgenlosigkeit entgegenzutreten, die beinahe alle unsere öffentlichen Institutionen so lächerlich macht“<sup>298</sup>. Der Rundfunk müsse nach dieser Forderung, in seiner Funktion als Massenmedium „aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer [selbst] als Lieferanten organisieren“<sup>299</sup>, um damit einen tatsächlichen Austausch möglich zu machen. Mit dieser Nutzungsform würde nach Brechts Theorie eine unmittelbare Auseinandersetzung mit den gesellschaftlichen Verhältnissen einhergehen. Damit „rückt Brecht die Funktion des Rundfunks klar in die Nähe [seines] ‚Epischen Theaters‘; denn ebenso wie dieses kann er zur unmittelbaren Auseinandersetzung mit den gesellschaftlichen Verhältnissen eingesetzt werden“<sup>300</sup> und aufklärende sowie pädagogische Effekte erzielen.

---

<sup>295</sup> Ebd.

<sup>296</sup> Ebd.

<sup>297</sup> Bertolt Brecht (1932 b): Radiotheorie. Gesammelte Werke, Band VIII. S.129f; 134. Zitiert nach: Enzensberger. S. 100.

<sup>298</sup> Bertolt Brecht (1932 a): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat: Rede über die Funktion des Rundfunks. In: Pias, Claus [u.a.]: Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S. 259- 263. S. 261.

<sup>299</sup> Ebd.

<sup>300</sup> Pias, Claus [u.a.]: Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S. 256.

„Undurchführbar in dieser Gesellschaftsordnung, durchführbar in einer anderen, dienen die Vorschläge, welche doch nur die Konsequenz der technischen Entwicklung bilden, der Propagierung und Formung dieser *anderen* Ordnung.“<sup>301</sup>

Brecht geht folglich bei dieser Theorie klar von dem Grundsatz aus, dass für diesen angestrebten Prozess sowohl die Struktur des Rundfunksystem als auch der Gesellschaftsordnung einer allgemeinen Veränderung unterzogen werden müsste. Ein Übergang vom Empfangs- zum Kommunikationsmedium würde zugleich auch seiner Folgenlosigkeit entgegenwirken.

### **6.1.2. Enzensbergers Baukasten zu einer Theorie der Medien (1970)**

Hans Magnus Enzensberger griff in den frühen 70er Jahren die Thesen Brechts aus den 1920er/30er Jahren auf und führte sie unter Rückbezug auf Horkheimer und Adornos „Dialektik der Aufklärung“ weiter.<sup>302</sup> Aus einer vergleichbaren sozialistisch-marxistischen Betrachtungsweise wie Brechts, glaubt er an das Potential in Massenkommunikationsmittel eine generelle Reformation der Gesellschaft bewirken zu können. Genau wie Brecht „beklagt er die Aufteilung der Bevölkerung in Regierende und Regierte und analog dazu in Produzenten und Konsumenten“<sup>303</sup>. Enzensberger zeigt in seiner Schrift also erneut auf, dass die von Brecht geforderten Veränderungen zum Wohle der Gesellschaft „nicht nur nicht vollzogen wurden, sondern daß [!] sogar eine Verschlimmerung der Situation eingetreten ist, die es schnellstens zu verbessern gilt“<sup>304</sup>. Einer der Kernpunkte seiner Medientheorie ist dabei seine klare Unterscheidung zwischen einem existierenden „repressiven“ Mediengebrauch einerseits und einem anzustrebenden „emanzipatorischen“ Gebrauch ganz nach der Brecht'schen Forderung, aus den Massenkommunikationsmitteln echte Kommunikationsmittel zu machen, da dies immer noch nicht erreicht sei. Die richtige Nutzung zur Kommunikation und zum demokratischen Austausch könne seinen Ausführungen nach eine Gesellschaft dahingehend verändern, dass das Medium zum

---

<sup>301</sup> Bertolt Brecht (1932 a): a.a.O. S. 263.

<sup>302</sup> Vgl. MEDIENBAUKASTEN. In: Kefk Network.

<http://kefk.net/Medium/Terminologie/Medienbaukasten/index.asp>. Zugriff: 27.11.2010.

<sup>303</sup> Marc Mühldorfer (1999): Gesellschaftskritische Ansätze: Brecht, Enzensberger. München. Kapitel IV.

<sup>304</sup> Ebda.

Motor revolutionärer Veränderungen werden könne. Enzensberger prägt an dieser Stelle den im sozial- und medienkritischen Diskurs der 70er Jahre populären Begriff der „Bewusstseinsindustrie“. Gemeint ist damit die Gesamtheit der (elektronischen) Medien und deren gesellschaftlich-ökonomischen Verflechtungen, welche nach Enzensberger, indem sie technisch-konsumistische Veränderungen forciert, die in weiterer Folge als „universelles System“ eine eskapistische Unterhaltungsindustrie etablieren, eben jene Veränderungen „verhindern, indem sie so gut wie keine Wechselwirkung zwischen Sender und Empfänger zulassen“<sup>305</sup>. Demzufolge lässt sich dieser Sachverhalt nach Enzensbergers Theorie keinesfalls technisch begründen, da „die elektronische Technik [...] keinen prinzipiellen Gegensatz von Sender und Empfänger [kennt]. [Daher ist] [d]ie Entwicklung vom bloßen Distributions- zum Kommunikationsmedium kein technisches Problem [sondern wird vielmehr] bewußt [!] [...], aus guten, schlechten politischen Gründen [verhindert]“<sup>306</sup>. An diesem Punkt verweist er erneut auf Brechts Forderungen nach dem Rundfunk als „Kommunikationsapparat“. Ein essenzieller Begriff in dieser Hinsicht ist der des „Feedbacks“.

„In ihrer heutigen Gestalt dienen Apparate wie das Fernsehen oder der Film nämlich nicht der Kommunikation sondern ihrer Verhinderung. Sie lassen keine Wechselwirkung zwischen Sender und Empfänger zu: technisch gesprochen, reduzieren sie das *feedback* auf das systemtheoretisch mögliche Minimum.“<sup>307</sup>

Distributionsmedien, wie sie nach Enzensberger ausschließlich in der Medienlandschaft vorzufinden sind, mit einer rein „technischen Differenzierung zwischen Produzenten und Konsumenten“<sup>308</sup>, spiegeln demnach lediglich „die gesellschaftliche Differenzierung von herrschender und beherrschter Klasse wider“<sup>309</sup>. Die Problematik des „Feedbacks“ ist demzufolge vor allem ein gesellschaftliches Problem zwischen SenderIn und EmpfängerIn. Hier verweist Enzensberger auch auf die

---

<sup>305</sup> Vgl. ebda.

<sup>306</sup> Hans Magnus Enzensberger (1970): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20, 1970. S. 159-186. S. 160.

<sup>307</sup> Hans Magnus Enzensberger (1970 b): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Pias, Claus [u.a.]: Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S. 264-278., S. 265.

<sup>308</sup> Enzensberger (1970 b): a.a.O. S. 266.

<sup>309</sup> Roland Burkart: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder: Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien [u.a.]: Böhlau, 1998. S. 507.

grundlegende Problematik der Aufteilung von Arbeit und Kapital und macht gleichzeitig auch den politischen Anspruch seiner Schrift klar, da sich seine Argumentation vor allem auf die gesellschaftliche Funktion der Medien, speziell auf deren ästhetische, pädagogische und mediale Bedeutung, stützt.

Selbstverständlich hat die herrschende Klasse nach seiner Theorie keinerlei Interesse daran, durch eine Reformierung der vorherrschenden Gegebenheiten, ihren Herrschaftsanspruch potentiell in Gefahr zu bringen. Um aber eben diesen Zustand ändern zu können, bedarf es seiner Ansicht nach vor allem einer (geistigen) Mobilisierung der Bevölkerung, welche durch diese neue Produktivkraft die emanzipatorischen Möglichkeiten der Massenmedien freisetzt.<sup>310</sup> Enzensberger weist dabei klar darauf hin, dass es sich lediglich um einen „obskuren Fortschrittsglauben“ handle, wenn man sich „Emanzipation von einem wie auch immer strukturierten technologischen Gerät oder Gerätesystem verspricht [...]; wer sich einbildet, Medienfreiheit werde sich von selbst einstellen, wenn nur jeder fleißig sende und empfangt, geht einem Liberalismus auf den Leim [...]“<sup>311</sup>. Er führt hier auch den Begriff der „Manipulation“ ein.

„Die Neue Linke der sechziger Jahre hat die Entwicklung der Medien auf einen einzigen Begriff gebracht: den der Manipulation. Er war ursprünglich von großem heuristischen Nutzen und hat eine lange Reihe von analytischen Einzeluntersuchungen ermöglicht, droht jedoch zu einem bloßen Schlagwort herunterzukommen, das mehr verbirgt als es aufklären kann, und das deshalb seinerseits einer Analyse bedarf.“<sup>312</sup>

Enzensberger wirft an dieser Stelle den politisch „Linken“ vor, die These der Manipulation durch Medien als Entschuldigung für die Ohnmacht gegenüber einem System zu gebrauchen, dessen Gebrauch Manipulation im Grunde voraussetzt. Der Vorwurf der Manipulation beinhaltet dem zu Folge implizit die Ansicht, „es gäbe in politischen und gesellschaftlichen Fragen eine reine, unmanipulierte Wahrheit“<sup>313</sup>. Jeglicher technischer Eingriff in ein gegebenes Material ist allerdings als eine Manipulation der gegebenen Realität oder Ereignis und in weiterer Folge durchaus als politischer Akt zu verstehen, der in der Bewusstseinsindustrie generell der Fall ist. „Die

---

<sup>310</sup> Vgl.: Mühldorfer (1999): a.a.O.

<sup>311</sup> Enzensberger (1970 b): a.a.O. S. 275.

<sup>312</sup> Ebda. S. 268.

<sup>313</sup> Ebda. S. 268.

Frage ist demnach nicht, ob die Medien manipuliert werden oder nicht, sondern wer sie manipuliert.<sup>314</sup> Enzensberger fordert hier vielmehr, dass ein revolutionärer Ansatz nicht die Manipulation zum Verschwinden zu bringen hat, sondern jeden zum/zur „ManipulateurIn“ zu machen hat. Jede/r sollte demgemäß die Möglichkeit haben, die technischen Neuerungen und massenmedialen Erscheinungen ganz nach Brechts Forderungen zu nutzen, und für diese sowohl zu produzieren als auch gleichzeitig zu manipulieren. In weiterer Folge kommt in diesem Zusammenhang für Enzensberger auch der Begriff der „Zensur“ auf. Enzensberger ist der Ansicht, dass eine Zensur in den Mediensystemen der „Bewusstseins-Industrie“ nicht mehr möglich ist. Demnach gehört die „totale Kontrolle [...] der Vergangenheit an“<sup>315</sup>, da es eines größeren Apparates als das System selbst erfordern würde, um eine Überprüfung, sprich Zensur, in eben jenen Systemen vollziehen zu können. Nach Enzensbergers Anschauung sind sogenannte „Informationsquarantänen“<sup>316</sup>, die einer totalen Kontrolle der Medien und Zensur unterliegen, wie im Stalinismus und Nationalsozialismus in „spätindustriellen Gesellschaften“, nur um den „Preis bewusster industrieller Regression möglich“<sup>317</sup>. Angewandt auf Social-Media-Netzwerke scheint auch hier die totale Kontrolle weitgehend beinahe unmöglich (obwohl es natürlich Ausnahmen gibt, wie etwa die (Medien-)Zensur bzw. freiwillige Selbstzensur, derer Teile des asiatischen Raums unterliegen), da durch die dezentrale Struktur der Netzwerke die Möglichkeit gegeben ist, Inhalte jederzeit und global zu kopieren, verändern und veröffentlichen. Für eine gesellschaftliche Veränderung spielt für Enzensberger demnach viel mehr vor allem die kollektive Nutzung der Medien eine fundamentale Rolle, da nur durch Selbstorganisation die Isolation der Einzelnen aufgehoben werden könne.

„Jede Produktion, die sich die Interessen der Produzierenden zum Gegenstand macht, setzt eine kollektive Produktionsweise voraus. Sie ist bereits eine Form der Selbstorganisation gesellschaftlicher Bedürfnisse.“<sup>318</sup>

Enzensberger spricht dabei von einer „neuen Produktivkraft“ durch die Massenmedien verbreiteter Inhalte sowie dem weitgehend vereinfachten technischen Zugang,

---

<sup>314</sup> Ebd. S. 271.

<sup>315</sup> Ebd. S. 266.

<sup>316</sup> Ebd. S.267.

<sup>317</sup> Ebd.

<sup>318</sup> Ebd. S.271.

wodurch jede/r ohne großes Vorwissen an ihnen „teilnehmen“ kann. Nicht der/die Einzelne soll als Amateurln individuelle Bastelei betreiben, „sondern alle sollen sich an einem Programm für alle beteiligen“<sup>319</sup>. Der Rundfunk müsse demnach vielmehr als ein „Produktionsmittel“ verstanden werden, wodurch jede/r durchaus zum/zur SenderIn werden könnte, „denn die Struktur der Medien ist grundsätzlich egalitär“<sup>320</sup>. Dadurch würden aus passiven, unkritischen und unpolitischen KonsumentInnen aktive ProduzentInnen mit kollektiver Eigenverantwortung werden. Damit wäre die Reformation des Kommunikationsprozesses in echte Interaktion [Hoffnungen setzt er hierbei in "*netzartige Kommunikationsmodelle, die auf dem Prinzip der Wechselwirkung aufgebaut sind*"<sup>321</sup>] und die damit einhergehende Überwindung der Privilegien vorherrschender Schichten, vollzogen.<sup>322</sup> Enzensberger weist hier geradezu vorhersagend auf die Entwicklung des Internets bzw. der Social-Media-Netzwerke hin. Auch hier scheint einerseits die Möglichkeit, dass jede/r KonsumentIn auch zur ProduzentIn werden kann, gegeben wie sich auch gleichzeitig sowohl der Zugang wie auch Beherrschung der neuen Techniken wesentlich erleichtert wie auch vereinfacht hat. Damit einhergehend ist auch ein gleichberechtigter Zugang zu Wissen und Bildung ermöglicht worden, wie Enzensberger ihn schon 1970 propagiert hat. Auf diesen Punkt werde ich allerdings zu einem späteren Punkt der Arbeit noch vertiefend eingehen. In einer abschließenden Zusammenfassung (Vgl. Abb. 11)<sup>323</sup> wird in Enzensbergers Schrift der „repressive“ dem geforderten „emanzipatorischen“ Mediengebrauch in seinen Eigenschaften noch einmal schlüssig gegenübergestellt:

---

<sup>319</sup> Burkart (1998):a.a.O. S. 509.

<sup>320</sup> Pias, Claus [u.a.] (1999): a.a.O. S. 257

<sup>321</sup> Enzensberger (1970 b): a.a.O. S. 275f.

<sup>322</sup> Vgl.: Mühlendorfer (1999): a.a.O.

<sup>323</sup> Enzensberger (1970 b): a.a.O. S. 278.

Repressiver Mediengebrauch	Emanzipatorischer Mediengebrauch
Zentral gesteuertes Programm	Dezentralisierte Programme
Ein Sender, viele Empfänger	Jeder Empfänger ein potentieller Sender
Immobilisierung isolierter Individuen	Mobilisierung der Massen
Passive Konsumentenhaltung	Interaktion der Teilnehmer, <i>feedback</i>
Entpolitisierungsprozeß [!]	Politischer Lernprozeß [!]
Produktion durch Spezialisten	Kollektive Produktion
Kontrolle durch Eigentümer oder durch Bürokraten	Gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation

**Abb. 11** Gegenüberstellung des Repressiven und Emanzipatorischen Mediengebrauchs

Es zeigt sich also, dass Enzensberger, ebenso wie Brecht, ein erhebliches emanzipatorisches Potenzial in den neuen Medientechnologien sieht, das jedoch nach ihren Vorstellungen in einer veränderten Gesellschaftsordnung, erst noch aktiviert werden muss.

### **6.1.3. Baudrillards Requiem für die Medien (1972)**

Nur zwei Jahre später verfasste Jean Baudrillard sein „Requiem für die Medien“, das als direkte Antwort auf Enzensbergers „Baukasten für eine Theorie der Medien“ verstanden werden kann, da er sämtliche der vorhergehenden Thesen Enzensbergers darin aufgreift und thematisiert.<sup>324</sup> In dieser Schrift wendet Baudrillard sich klar gegen Enzensbergers (und somit auch gegen Brechts) Vorstellung, dass in den Medien ein revolutionäres Potential stecken würde und somit einen „emanzipatorischen Mediengebrauch“ fordern.

Mit seiner einführenden These „Es gibt keine Medientheorie“<sup>325</sup> widerspricht er Enzensbergers Überlegungen hinsichtlich einer sozialistischen Theorie der Medien, mit dem Vorwurf, dass dieser lediglich „[...] die virtuelle Ausweitung der Waren/Form auf alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens zur Kenntnis [...]“<sup>326</sup> genommen hat. Laut

<sup>324</sup> Baudrillard geht in diesem Text auch auf weitere Autoren/Medientheoretiker, wie etwa Marshall McLuhan, ein. Da dies aber den Rahmen meiner Arbeit sprengen würde, habe ich diese bewusst ausgelassen.

<sup>325</sup> Jean Baudrillard: Requiem für die Medien. In: ders.: Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen. Berlin: Merve Verlag, 1978. S. 83-118. S. 83.

<sup>326</sup> Baudrillard (1978): a.a.O. S. 84.

Baudrillard lässt sich die marxistische „Theorie der Produktion“ als hoffnungslos partiell<sup>327</sup> beschreiben und kann somit keinesfalls auf Inhalte übertragen werden, mit der sie sich nicht beschäftigt hat<sup>328</sup>. Er setzt hier die Forderung an, dass die Kohärenz der marxistischen Theorie durchbrochen werden muss, da diese „angesichts eines gesellschaftlichen Prozesses, der bei weitem den der (materiellen) Produktion überschreitet“<sup>329</sup>, keine Antwort mehr zu geben vermag.

Im darauf folgenden Absatz beschäftigt sich Baudrillard mit „Enzensbergers 'sozialistische[n]' Strategie“<sup>330</sup>. Er führt hier an, dass es falsch sei, dass die Medien „in der gegenwärtigen Ordnung ein bloßes ‚Distributionsmedium‘ sind“<sup>331</sup>, das man, in einer veränderten Gesellschaftsordnung, ihrer „Bestimmung“, ihrem „wahren sozialistischen Endzweck“ zuführen und somit zu einem echten Kommunikationsmedium „befreien“ könne.<sup>332</sup> Vielmehr liegt nach Baudrillard die Ideologie der Medien auf der Ebene der Form selbst und ist demnach keine Frage des „richtigen“ Gebrauchs. Medien sind nach seiner Ansicht nicht Koeffizienten, sondern Effektoren dieser Ideologien.<sup>333</sup> Sie induzieren, wie bereits angesprochen, durch ihre Form und Operieren somit selbst und nicht lediglich als „Vehikel eines Inhaltes“<sup>334</sup> ein gesellschaftliches Verhältnis, das „keines der Ausbeutung [ist], sondern ein Verhältnis der Abstraktheit, der Abtrennung und Abschaffung des Tausches“<sup>335</sup>. Nach Baudrillard sind Medien somit „nicht nur nicht ihrer Bestimmung nach revolutionär, sondern nicht einmal, [...] neutral oder nicht-ideologisch“<sup>336</sup>.

Eine weitere wesentliche These Baudrillards ist „Die Rede ohne Antwort“<sup>337</sup>, mit der er eine weitere von Enzensbergers Medienansichten negiert. Diese meint laut Baudrillard, dass die Medien vielmehr nur Nicht-Kommunikation fabrizieren würden und vor allem

---

<sup>327</sup> Ebda. S. 85

<sup>328</sup> Vgl.: Ebda. S. 85

<sup>329</sup> Baudrillard (1978): a.a. O. S. 86.

<sup>330</sup> Ebda. S. 86.

<sup>331</sup> Ebda. S. 89.

<sup>332</sup> Vgl.: Ebda. S. 88.

<sup>333</sup> Vgl.: Ebda. S.90.

<sup>334</sup> Ebda. S.90.

<sup>335</sup> Ebda. S. 90.

<sup>336</sup> Ebda. S. 90.

<sup>337</sup> Baudrillard (1978): a.a.O. S. 91.

dasjenige sind, „welches die Antwort für immer versagt“<sup>338</sup>, da kein Austausch stattfindet. Seiner Ansicht nach, beruht das „System der sozialen Kontrolle und Macht“<sup>339</sup> auf der, der Medien inhärenten Eigenschaft, lediglich zu „geben“. „[...] Macht gehört demjenigen, der zu geben vermag und dem nicht zurückgegeben werden kann.“<sup>340</sup> Eine Revolution wäre für Baudrillard eine „Möglichkeit der Antwort“<sup>341</sup> über die Medien, wofür allerdings eine „Umwälzung der gesamten [...] Medienstruktur“<sup>342</sup> vorauszusetzen wäre. Laut seiner Ansicht ist es hoffnungslos, „die Macht über die Medien zu erobern, [...] - wenn nicht das Monopol der Rede gebrochen wird“<sup>343</sup>. Er ist der Annahme, dass der Konsum von Produkten und Botschaften mit einem Verbot der Antwort belegt ist.<sup>344</sup> Daraus resultierend wird für ihn an dieser Stelle die These Enzensbergers, einer „massenhaften Teilnahme am gesellschaftlichen, produktiven Prozess“<sup>345</sup> mittels der Medien, durch das Fehlen einer Antwortmöglichkeit, negiert. Als Beispiel nennt er hier das Fernsehen, das für ihn die Gewissheit ist, „daß [!] die Leute nicht mehr miteinander reden, daß [!] sie angesichts einer Rede ohne Antwort endgültig isoliert sind“<sup>346</sup>.

Im Abschnitt des Textes zu „Symbolische Aktion und Subversion“<sup>347</sup> thematisiert Baudrillard die Unruhen der 68er in Beziehung auf die Massenmedien. Er widerlegt hier den fälschlicherweise entstandenen Eindruck einer „symbolischen Aktion“<sup>348</sup> und einer durch die Nutzung der Massenmedien ausgelösten Kettenreaktion. Laut seiner Ansicht konnte es nicht zu einer Verstärkung der „revolutionären Bewegung“ durch die Medien gekommen sein, da sie ihre Form bewahrt haben.<sup>349</sup> Er ist vielmehr der Ansicht, dass sich die Form der Medien unweigerlich mit dem Machsystem solidarisiert. Nach Baudrillard haben sie durch das Ausstrahlen des Ereignisses in die abstrakte Allgemeinheit der öffentlichen Meinung, diesem eine Entwicklung aufgezwungen und

---

<sup>338</sup> Ebd.

<sup>339</sup> Ebd.

<sup>340</sup> Ebd.

<sup>341</sup> Ebd. S. 92.

<sup>342</sup> Ebd.

<sup>343</sup> Ebd.

<sup>344</sup> Vgl.: Ebd. S. 93.

<sup>345</sup> Vgl.: Enzensberger (1970 b): a.a.O. S. 275.

<sup>346</sup> Baudrillard (1978): a.a.O. S. 94.

<sup>347</sup> Ebd. S. 95.

<sup>348</sup> Ebd.

<sup>349</sup> Vgl.: Ebd. S. 96.

durch diese forcierte Ausweitung der ursprünglichen Bewegung ihres „Rhythmus und Sinn“<sup>350</sup> beraubt. Vereinfacht gesagt, „sie haben sie kurzgeschlossen“<sup>351</sup>. Seiner Ansicht nach wird bei der Übertragung das Ereignis sinnentleert, da es durch die mediale Ausstrahlung nur noch in Zeichen und Codes empfangen werden kann und durch die vorhergegangene Codierung die meist mehrdeutigen Botschaften eindeutig (gemacht) werden, und somit gleichzeitig auch die Absicht der Subversion verloren geht.<sup>352</sup>

In weiterer Folge beschäftigt sich Baudrillard mit dem „theoretischen Kommunikationsmodell“<sup>353</sup>. Er widerspricht hier dem triadischen Modell von „Sender - Botschaft – Empfänger“<sup>354</sup>. Seiner Ansicht nach, handelt es sich dabei um ein reines „Simulationsmodell“<sup>355</sup>, aus dem die „Reziprozität, der Antagonismus der Partner oder die Ambivalenz ihres Austausches“<sup>356</sup> von vornherein ausgeschlossen sind, da die Botschaft per se durch die „Codierung“ unaustauschbar wird. Nach Baudrillard sind dadurch sowohl Sender als auch Empfänger isoliert, da der Code beide auf Distanz („en respect“<sup>357</sup>) hält und eine Kommunikation durch das Zwischenschalten von Medien somit erst gar nicht stattfinden kann. Es sind „nicht mehr Personen die tauschen, sondern es ist der Code, der sich durch sie hindurch durch die Nicht-Ambivalenz reproduziert“<sup>358</sup>.

Im abschließenden Teil seiner Schrift befasst sich Baudrillard mit der These zur „kybernetischen Illusion“<sup>359</sup>. Er bezieht sich hier auf Enzensbergers These, dass eine Zensur der Mediensysteme nicht mehr durchführbar sei. Im medialen Zeitalter des Internets scheint weder das Filtern noch das Verbreiten und Empfangen von unerwünschten oder verbotenen Inhalten kaum noch möglich. Dem widerspricht Baudrillard klar, da es seiner These nach leichtgläubig ist anzunehmen, Zensur sei „schon durch die Ausweitung der Medien liquidiert“<sup>360</sup>. Vielmehr integrieren

---

<sup>350</sup> Ebda. S. 96.

<sup>351</sup> Ebda.

<sup>352</sup> Vgl.: Ebda. S. 96f.

<sup>353</sup> Ebda. S. 100.

<sup>354</sup> Ebda. S. 103.

<sup>355</sup> Ebda. S. 104.

<sup>356</sup> Ebda. . 104.

<sup>357</sup> Ebda. S. 104.

<sup>358</sup> Ebda. S. 105.

<sup>359</sup> Ebda. S. 107.

<sup>360</sup> Ebda. S. 108.

„gegenwärtige Systeme durch Feedback und Selbststeuerung in sich selbst diese nun nutzlosen Kontrollmetasysteme“<sup>361</sup>. Nach Baudrillards Ansicht können demzufolge Medien eine Selbstzensur praktizieren, da sie in der Lage sind, „das, was sie negiert, als zusätzliche Variable einzuführen“<sup>362</sup>. Demnach verwirklichen sie in gewisser Weise das Ideal eines dezentralisierten Totalitarismus.<sup>363</sup> Es finden sich hier klar Parallelen zum bereits eingehend thematisierten Machtbegriff Foucaults, wonach Macht netzartig alle Kräfteverhältnisse in einer Gesellschaft durchsetzt.<sup>364</sup> Durch die daraus resultierende Umkehrung des Sichtbarkeits-Unsichtbarkeitsverhältnisses findet sich diese als Bestandteil eines sozialen Systems wieder, in dem die einzelnen AkteurInnen eine gegenseitige Kontrolle ausüben können und Gewalt bzw. Zensur per se demnach nicht mehr nötig ist. An deren Stelle findet sich viel mehr die „Notwendigkeit“ der UserInnen, um diese Thematik auf die Social-Media-Plattformen des Web 2.0 anzuwenden, nach Anerkennung, einer Reaktion oder „Feedback“ seitens der, von Heiner Keupp als „Alterität“ bezeichneten „Anderen“, da diese maßgebend für die Subjektentwicklung sei.<sup>365</sup> Für Foucault stehen vor allem die technologisch forcierten Techniken des Zwangs zur „Normalität“ im Mittelpunkt. Aus der bloßen Gegenwart des Anderen in der Gestalt einer potentiell gegenwärtigen Kontrollfunktion ergibt sich seiner These nach eine maximierte Selbstkontrolle. Da es für die UserInnen nicht ersichtlich ist, ob sie beobachtet werden, müssen sie immer damit rechnen, beobachtet zu werden. Die „Bedrohung“, eventuell „verpetzt“ zu werden, woraus sich durchaus das Sperren oder Löschen des Accounts ergeben kann, zwingt die UserInnen gewissermaßen in eine Selbstzensur, hin zu einer disziplinierten, normierten Verhaltensweise.

Für ihn erscheint demnach die radikale Dekonstruktion der herrschenden Codes als einzig denkbare „revolutionäre Strategie“, da Reziprozität<sup>366</sup> erst durch Dekonstruktion des Mediums als solches möglich wird. Enzensbergers Forderungen sind seiner Ansicht nach demnach lediglich strategische Illusion. Baudrillards indirekte Forderung einer Abschaffung bzw. Dekonstruktion der Medien, um wieder einen Austausch

---

<sup>361</sup> Ebd.

<sup>362</sup> Ebd.

<sup>363</sup> Ebd.

<sup>364</sup> Vgl.: Foucault (2008): a.a.O. S. 915.

<sup>365</sup> Vgl.: Keupp(2002): Identitätskonstruktion. a.a.O. S. 67f.

<sup>366</sup> Vgl.: Baudrillard (1978): a.a.O. S. 108.

ermöglichen zu können, was für ihn das einzig „wahre revolutionäre Medium“ ist, bleibt allerdings kritisch zu hinterfragen, konnte doch in Prinzip erst durch die Entwicklung eben jener Mediensysteme ein solches demokratisches Wertesystem, wie wir es aktuell vorfinden geschaffen werden.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass für Baudrillard eine „sozialistische Theorie der Medien“ sowie die Möglichkeit einer Umkehrung der SenderIn-EmpfängerIn-Verhältnisse in/durch Massenmedien gleichermaßen unhaltbar sind. Viel mehr resultieren für Baudrillard Machstrukturen somit nicht aus dem Gebrauch, sondern aus der Form und Struktur der Massenmedien selbst, wodurch es unmöglich wird, Enzensbergers Forderungen zu entsprechen, jede/n zur/zum ProduzentIn zu machen, ohne dass das Mediensystem selbst zuvor einer revolutionären Umwälzung unterzogen wird. Denn würde tatsächlich jede/r EmpfängerIn auch zum/zur MitgestalterIn von Medieninhalten werden, sähe man sich laut Baudrillard einem regelrechten Informationschaos gegenüber, dem es unweigerlich an Rezeption mangelt, da niemand fähig wäre, alle Inhalte zu rezipieren. Mit dieser Problematik findet man sich auch auf den Sozialen Netzwerken konfrontiert, buhlen hier doch die UserInnen fortwährend um die Aufmerksamkeit bzw. Rezeption der „Anderen“ und somit um ihre „mediale Existenz“. Ein Unterfangen, das durch das stätige ansteigen der MitgestalterInnen immer schwieriger wird und neue (revolutionäre) Strategien<sup>367</sup> erfordert, um weiterhin „interessant“ (genug) zu bleiben, um eine Reaktion/Rezeption zu erhalten. Nach Baudrillard könnte Enzensbergers Forderung viel mehr durch eine „von Lesern redigierte, verteilte und hergestellte Presse“<sup>368</sup> realisiert werden, anstatt der Forderung nach einem System, das das „Monopol“ der „Rede“ auf die technische Reproduzierbarkeit verändert.

Es kann meiner Ansicht nach gesagt werden, dass Baudrillard in dieser Schrift zwar den Thesen und Forderungen Enzensbergers und somit auch Brechts widerspricht,

---

<sup>367</sup> Vgl. dazu auch Kapitel 3.2. Aufmerksamkeitskämpfe

<sup>368</sup> Baudrillard (1978): a.a.O. S. 109.

allerdings liefert er im Gegenzug dazu aber auch keinen wirklichen und umsetzbaren Lösungsansatz für einen „gerechten Umgang“ mit Medien.

Rückgreifend auf die Thesen von Brecht und Enzensberger stellt sich nun gegenwärtig die Frage, ob die virtuellen Netzwerke, so wie sie derzeit konzipiert und verfasst sind, tatsächlich in der Lage sind, einen entscheidenden Beitrag zur politischen Emanzipation der Individuen von den Machtstrukturen der bürgerlich-kapitalistischen Gesellschaft zu leisten, wodurch Brechts utopische Forderungen aus den 30er Jahren realisieren werden könnten, oder ob es sich vielmehr nach Baudrillards's radikalen Thesen einer 'Nicht-Kommunikation' verhält.

Im Folgenden soll nun untersucht werden, wie sich die Emanzipationsbestrebungen der Individuen auf deren Mediengebrauch auswirken und welche Strategien die UserInnen anwenden um sich eigenverantwortlich und selbstbestimmend in virtuellen Netzwerken produzieren zu können.

## **6.2. Die Revolution der DIY-Bewegung und deren Auswirkungen**

Die gegenwärtig propagierte '*Demokratisierung*' der Medien hat vor allem in virtuellen Netzwerken ein Revival der Do-it-yourself- Bewegung (DIY) ausgelöst. Diese, von England ausgehende, Bewegung entstand in den 1950er Jahren und wurde ursprünglich nur mit Heimwerkern sowie in weiterer Folge auch mit der Punk- und Hardcore-Subkulturen in Verbindung gebracht. Seit dem Do-It-Yourself- Movement der 1960er und 1970er Jahre sind die Selbstpraktiken der DIY von einem Glauben an Selbstorganisation und Eigeninitiative geprägt das sich auch oft in einem Misstrauen gegenüber etablierten Autoritäten und massenmedialen Vorgaben ausdrückt.<sup>369</sup>

Aktuell erfährt der Diskurs des „Do it yourself“ ein Revival und erlangt im Kontext des Web 2.0 vor allem aufgrund des Bedürfnisses nach einem Gegenmodell zum „digitalen

---

<sup>369</sup> Vgl.: Ramón Reichert (2008): a.a.O. S. 67.

Lebensgefühl<sup>370</sup> des 21. Jahrhunderts, eine „Rückbesinnung auf diejenigen Bereiche im eigenen Leben, wo man noch wirklich etwas gestalten kann“<sup>371</sup>, eine neuen Stellenwert. Das Verlangen „nach Teilnahme am gesellschaftlichen Prozeß [!] im lokalen, nationalen und internationalen Maßstab; das Bedürfnis nach neuen Formen der Interaktion, nach Befreiung von Ignoranz und Unmündigkeit, das Bedürfnis nach Selbstbestimmung“<sup>372</sup> rückt in den Mittelpunkt der sogenannten Bewusstseins-Industrie; „Überall dabei sein“ etabliert sich als einer der erfolgreichsten Slogans. Mittlerweile wird der webspezifische Diskurs des DIY immer häufiger mit der „Kultur des Amateurs“<sup>373</sup> (im Gegensatz zum professionellen Experte/In oder SpezialistIn) gleichgesetzt. Der Gegensatz zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen ist laut Enzensbergers „Theorie der Medien“<sup>374</sup> den „elektronischen Medien nicht inhärent; er muß [!] vielmehr durch ökonomische und administrative Vorkehrung künstlich behauptet werden“<sup>375</sup>.

Durch die digitalen Medien scheint es zu einem „Verschmelzen der Sphären Arbeit und Freizeit sowie einer ‚Verflachung‘ der produktionslogischen Hierarchien“<sup>376</sup> zu kommen, wodurch gleichzeitig der Weg vom/von der KonsumentIn zum/zur ProduzentIn geebnet wird. Als Paradebeispiel kann hier das Medium „Internet“ und dessen Möglichkeiten angeführt werden, die so umfangreich gefächert sind, dass es unweigerlich zu einem Aufbrechen der zuvor klar definierten Hierarchien führen müsste. Die altbekannten Rollen von SenderIn und EmpfängerIn sind demzufolge in den virtuellen Netzwerken kaum noch klar voneinander zu trennen, da es den Individuen hier ein leichtes ist, rasch zwischen den Rollen zu wechseln:

---

<sup>370</sup> Mirko Drotschmann (2010): Baumarkt 2.0.: Do-It-Yourself: Youtube und die Digital Natives. In: Journal of New Frontiers in Spatial Concepts. Volume 2. S. 18- 27. S. 20.  
[http://ejournal.uvka.de/spatialconcepts/wpcontent/uploads/2010/03/spatialconcepts\\_article\\_1083.pdf](http://ejournal.uvka.de/spatialconcepts/wpcontent/uploads/2010/03/spatialconcepts_article_1083.pdf).  
Zugriff: 25.01. 2011.

<sup>371</sup> Glück, Marke Eigenbau (2009). In: Focus. Heft 23/ 2009, 82.

<sup>372</sup> Enzensberger (1997): a.a.O. S. 113ff.

<sup>373</sup> Nicholas Carr (2005): The amorality of Web 2.0. In: ROUGH TYPE, 3.10.2005.

[http://www.roughtype.com/archives/2005/10/the\\_amorality\\_o.php](http://www.roughtype.com/archives/2005/10/the_amorality_o.php). Zugriff: 15.11.2010.

<sup>374</sup> Vgl. dazu Kapitel 6.1.2.

<sup>375</sup> Enzensberger (1997): a.a.O. S. 108.

<sup>376</sup> Drotschmann (2010): a.a.O. S. 20.

„Indem sie Informationen, Meinungen oder Themen für andere zugänglich machen, speisen sie ihre *eigene persönliche Öffentlichkeit als Produzent*; indem sie sich ein eigenes Informationsrepertoire zusammenstellen - das wiederum auf persönlichen Öffentlichkeiten anderer Nutzer, aber auch auf journalistische Quellen beruhen kann - und daraus Information filtern und rezipieren, nehmen sie ihre eigene persönliche Öffentlichkeit als Rezipient in Anspruch.“<sup>377</sup>

Jede(r) NutzerIn wäre nun in der Lage, auch als ProduzentIn zu wirken, indem eigenständig „Inhalte [eingepflegt] und verbreitet [werden], in der Fachsprache mit dem Terminus 'Web 2.0' gekennzeichnet“<sup>378</sup>.

Daraus resultieren einschlägige Auswirkungen auf den Bereich des Do-it-yourself, werden dadurch doch völlig neue Möglichkeiten für die Individuen eröffnet, neue Techniken und Fertigkeiten zu erlernen und sich anzueignen. Dies geschieht zumeist über drei wesentliche Kanäle. Als erstes sind hier die den privaten Homepages<sup>379</sup> nicht unähnlichen *We(blogs)* anzuführen, die zumeist als „digitale Tagebücher mit Einbindung von Foto- und Videomedien [fungieren], in denen sich meist private NutzerInnen äußern und [...] mittels einer Kommentarfunktion Interaktivität zwischen ProduzentIn und KonsumentIn gewährleisten“<sup>380</sup>. Des Weiteren ermöglichen klassische Foren einen zeit- und ortsunabhängigen Austausch von Angehörigen einer bestimmten Interessengruppe (Fankultur, Selbsthilfegruppen, Erfahrungsberichte etc.). Die populärste Form des digitalen Do-It-Yourself sind jedoch die „Online-Video-Portale, in denen AmateurlInnen ihr Wissen per Clip an eine nicht näher spezifizierte On-Demand-Gruppe weitergeben“<sup>381</sup> können.

Ausschlaggebende Faktoren für diesen Trend sind dabei laut den Wirtschaftswissenschaftlern Thomas de Buhr und Stefan Tweraser vor allem die rasante Verbreitung schneller Internetverbindungen und die damit einhergehenden Digitalisierung, sowie der Verbesserung und Verbilligung der audiovisuellen Produktionsapparate und Speichermedien, die es jeder/jedem NutzerIn ermöglichen

---

<sup>377</sup> Jan Schmidt: Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK-Verl.-Ges., 2009. S. 106f.

<sup>378</sup> Axel Bruns: Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage. New York; Berlin, 2008.

<sup>379</sup> Vgl. dazu auch Kapitel 3.2.2. Private Homepages

<sup>380</sup> Drotschmann (2010): a.a.O. S. 21.

<sup>381</sup> Ebda.

„hochwertige Inhalte selbst zu erstellen“<sup>382</sup>, speichern und weiterzuverbreiten. Als klassische Plattformen hierfür dienen Online-Video-Portale, die sich, „dem amerikanischen geprägten *Keep it simple and stupid*-Prinzip (KISS) folgend, auf das Bereitstellen der entsprechenden Infrastruktur für das Hochladen, Editieren und Betrachten von digitalen Videoclips spezialisiert haben“<sup>383</sup>. Als besonders populäre Vertreter sind hierbei MyVideo<sup>384</sup>, Clipfish<sup>385</sup> und natürlich der ungebrochene Marktführer Youtube<sup>386</sup> anzuführen.

Youtube<sup>387</sup> gilt als Vorreiter auf dem Gebiet der einfachen und übersichtlichen Video-on-demand-Portale (vor allem durch die simpel gestaltete Eingabemaske gewährleistet) und wurde so rasch zu einer „[...] Destination für Online-Unterhaltung“<sup>388</sup>. Wesentlich ist dabei, dass die Website klar die „Regeln“ des Web 2.0. befolgt. So werden etwa die verfügbaren Inhalte nicht wie bisher vom „Konzern“ selbst erstellt, sondern vielmehr von privaten NutzerInnen kostenfrei zur Verfügung gestellt, wobei das Betrachten und Bewerten der Clips auch ohne Registrierung erfolgen kann. Obwohl die UserInnen demnach den Inhalt selbst generieren (können), werden sie von Youtube dazu verpflichtet, gewisse restriktive Einschränkungen einzuhalten. So verpflichten sich die UserInnen etwa [u.a.], keine Inhalte zu posten, die pornografisch oder rassistisch sind sowie Nacktheit, Gewalt oder Verstöße gegen die Persönlichkeitsrechte beinhalten. Wie alle US-amerikanischen Medien ist auch youtube besonders restriktiv gegenüber vermeintlicher Pornografie. Gemäß der „Anti-Nipple-Policy“<sup>389</sup> werden Videos, wo

---

<sup>382</sup> Thomas de Buhr; Stefan Tweraser: My time is prime time. In: Achim Beißwenger (Hg.): Youtube und seine Kinder: Wie Online-Video und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren. Baden-Baden, 2010. S. 71-91. S. 73.

<sup>383</sup> Drotschmann (2010): a.a.O. S. 21.

<sup>384</sup> <http://www.myvideo.at>

<sup>385</sup> <http://www.clipfish.de>

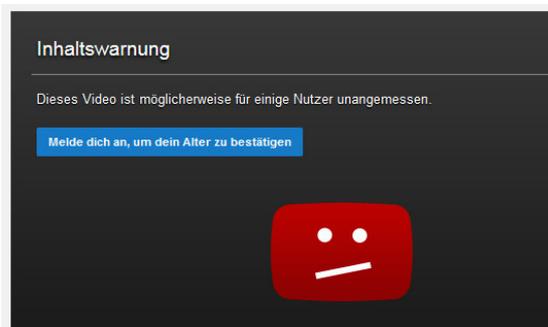
<sup>386</sup> <http://www.youtube.com>

<sup>387</sup> Im Februar 2005 gründeten die drei ehemaligen Mitarbeiter des US-Konzerns „PayPal“, Chad Hurley, Steve Chen und Jawed Karim, die Website „Youtube“, welche daraufhin am 9. Oktober 2006 von *Google Inc.* für 1,6 Milliarden US-Dollar übernommen wurde. Innerhalb kürzester Zeit avancierte Youtube vom Nischenprodukt zur relevantesten Video-Plattform im Internet. Rund 10 % des weltweiten Online-Datenvolumens werden von dieser Homepage verursacht. Vgl. dazu: Über Nacht zum Milliardär - Die Geschichte von YouTube (2008). <http://www.infohammer.de/uber-nacht-zum-milliardar-die-geschichte-von-youtube/>. Zugriff: 27.01.2011.

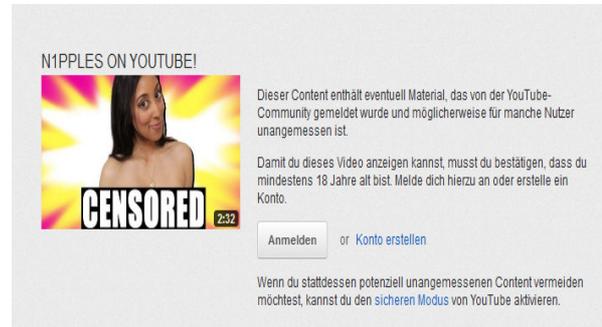
<sup>388</sup> Thomas de Buhr; Stefan Tweraser (2010) : a.a.O. S. 75.

<sup>389</sup> Vgl.: <http://de.wikipedia.org/wiki/Nipplegate>. Zugriff: 10.08.2014.

nackte Frauenbrüste vorkommen (vgl. Abb. 13)<sup>390</sup>, für unregistrierte UserInnen zum Schutz Minderjähriger zensiert und unzugänglich gemacht (vgl. Abb. 12)<sup>391</sup>.



**Abb. 12** Hinweis auf ein von der Community gemeldetes Video



**Abb.13** Warnhinweis vor einem potentiell unangemessenen Inhalt

Da bei einer Registrierung allerdings alleine durch das Klicken eines Buttons bestätigt werden kann, dass die UserInnen bereits volljährig sind (vgl. Abb. 14)<sup>392</sup>, gibt das Medium damit unüberprüft ihre zuvor noch hochgepriesene Verantwortung leichtfertig aus der Hand.



**Abb. 14** Bestätigungsfunktion für die Altersfreigabe

Von UserInnen als unangemessen beanstandete oder als anstößig gemeldete Clips werden von Youtube-MitarbeiterInnen überprüft und gegebenenfalls aus dem System

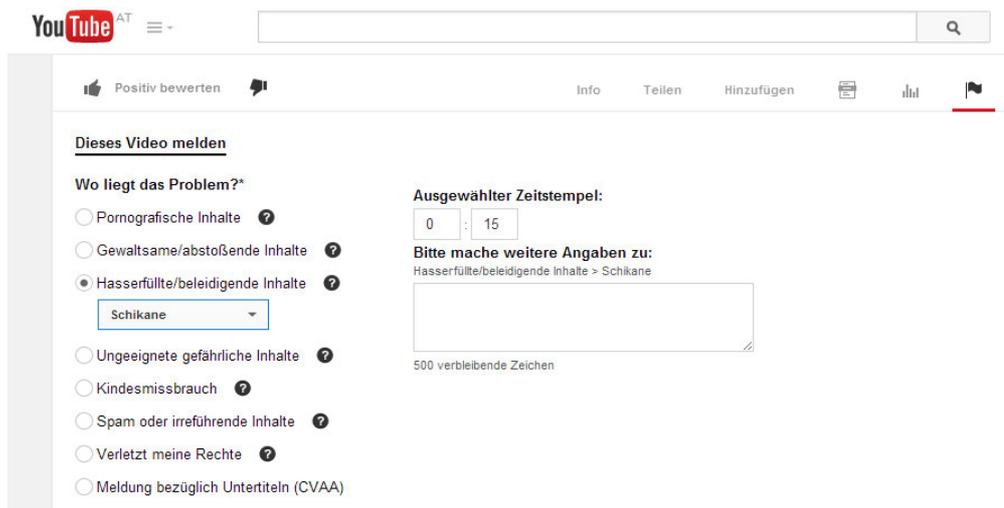
<sup>390</sup> Vgl.: [www.youtube.com/verify\\_age?next\\_url=watch%3DBCLrvSVd27U%26feature%3Ddigest\\_sat](http://www.youtube.com/verify_age?next_url=watch%3DBCLrvSVd27U%26feature%3Ddigest_sat).

Zugriff: 10.08.2014.

<sup>391</sup> Vgl.: <https://www.youtube.com/watch?v=Bqw9Yt26f9I&feature=youtu.be>. Zugriff: 10.08.2014

<sup>392</sup> Vgl.: <https://www.youtube.com/watch?v=vu7PK1vEhrU>. Zugriff: 10.08.2014.

entfernt.<sup>393</sup> So hat zum Beispiel auch Youtube eine anonyme „Verpfeif“-Funktion (flagging)<sup>394</sup>, die bei nahezu jedem Inhalt die Möglichkeit gewährleistet, „Melden“ anzuklicken. Wird dies getan, bekommt man folgende Auswahlmaske (vgl. Abb. 15):



**Abb. 15** Auswahlmaske bei der Meldefunktion von YouTube

Erst danach überprüfen MitarbeiterInnen, wie bereits zuvor angemerkt, die „gemeldeten“ Inhalte, welche gegebenenfalls von der Plattform entfernt werden. Youtube fordert und fördert demnach die Selbst- und Fremdreglementierung und ermuntert die UserInnen, die TeilnehmerInnen zu kontrollieren und zu "verpfeifen".

<sup>393</sup> Obwohl es laut den Nutzungsbedingungen von YouTube nicht erlaubt ist, Videos mit rassistischem bzw. ethnisch diskriminierendem Inhalt hochzuladen, werden diese bisweilen nicht gelöscht, sondern lediglich nur noch für registrierte NutzerInnen zugänglich gemacht. Da bei einer Registrierung jedoch keine Altersverifizierung durchgeführt wird, stößt YouTube vor allem bei JugendschützerInnen auf Kritik. Vgl. dazu: Über Nacht zum Milliardär - Die Geschichte von YouTube (2008): a.a.O.

<sup>394</sup> YouTube-Community-Richtlinien: Flagging on YouTube.

[https://www.youtube.com/t/community\\_guidelines](https://www.youtube.com/t/community_guidelines). Zugriff: 19.12.2014.



**Abb. 16** Bestätigungsmaske

Hier findet sich klar ein Verweis auf die bereits thematisierten technologisch forcierten Techniken des Zwangs zur „Normalität“ (maximierte Selbstkontrolle), die sich nach Foucaults These aus der bloßen Gegenwart des Anderen in der Gestalt einer potentiell gegenwärtigen Kontrollfunktion ergeben. Alleine die vermeintliche „Gefahr“, eventuell „verpetzt“ zu werden, woraus sich das Sperren oder Löschen des Accounts ergeben kann, zwingt die UserInnen gewissermaßen zu einer Selbstzensur.

Der Erfolg dieses Konzeptes spricht dabei auf jeden Fall für sich, werden doch täglich etwa 65.000 neue Videos<sup>395</sup> hochgeladen und 100 Millionen Clips angesehen<sup>396</sup>. Ein weiterer wesentlicher Punkt von Youtube ist seine Community. Durch Registrierung auf der Website, der ein Komplex aus Regeln und Vorgaben vorangeht, können Videoclips zusätzlich auch (für jede/n BesucherIn einsehbar) kommentiert und per Einbetten (Embedding) auf externen Websites wie etwa Facebook, Twitter und Google Reader [u.a.] empfohlen und weiterverbreitet werden (vgl. Abb. 17).



**Abb. 17** Icons der bereitgestellten Embeddingmöglichkeiten auf YouTube

<sup>395</sup> Die Videos können dabei in verschiedenen Formaten (AVI, MPEG, WMV oder Quicktime) zu YouTube hochgeladen werden. Vor der Weiterverbreitung werden diese automatisch von YouTube in das Flash-Video-Format konvertiert. Empfohlen wird dabei eine Videoauflösung von 320x240 Pixeln. Vgl.: Über Nacht zum Milliardär - Die Geschichte von YouTube (2008): a.a.O.

<sup>396</sup> Stand: Oktober 2006. Vgl.: Ebda.

Zusätzlich ist es den Community-Mitgliedern möglich, einen eigenen „Kanal“ (vergleichbar mit Social-Networking-Profilen) zu erstellen, in dem sie persönliche Clips-Uploads-Playlists und Abonnements (von favorisierten UploaderInnen) gesammelt präsentieren sowie Kommentare hinterlassen kann.<sup>397</sup> Youtube ermöglicht es demzufolge ganz normalen Menschen, schnell Aufmerksamkeit zu erlangen; es bleibt dabei zu hinterfragen, welche Eigenschaften die selbsterstellten Videos<sup>398</sup> aufweisen müssen, um bei der Community anzukommen. Laut der Verhaltensforscherin Barbara Niedner käme es vor allem darauf an, „Bereiche zu entdecken, die bisher nicht oder kaum beachtet“<sup>399</sup> wurden, das Veröffentlichte müsse „Neuigkeitswert und ein gewisses Alleinstellungsmerkmal besitzen“<sup>400</sup>. Um einen bestmöglichen Identifizierungseffekt und vor allem Authentizität zu erwirken, ist es des Weiteren sehr wichtig, dass die Videos nicht zu professionell erscheinen und die Inhalte stets aktuell bleiben. Auch der Aspekt der Vernetzung nimmt einen hohen Stellenwert ein. Wenn Videos etwa schon vorher über Twitter angekündigt werden oder man regen Kontakt (Abonnements) innerhalb der Community pflegt, steigt die Wahrscheinlichkeit des dauerhaften Erfolges und Aufmerksamkeit<sup>401</sup>. Ganz im Sinne der ursprünglich auf den Rundfunk bezogenen Forderung<sup>402</sup> Brechts, nach welcher der Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln sei, wurde demnach durch Video-Portale wie Youtube scheinbar eine Plattform geschaffen, welche die tendenziell starre Dichotomie von AnbieterIn und RezipientIn aufhebt und eine neue Form kreiert, den/ die ProsumerIn<sup>403</sup> oder „MitmacherIn“ bzw. die Mitmachgesellschaft. „Dieses Annäherung von ordnender Instanz und Rezipient spiegelt sich auch deutlich im Selbstverständnis des oft mit dem

---

<sup>397</sup> Drotschmann (2010): a.a.O. S. 22.

<sup>398</sup> Natürlich gibt es auch einige Kritikpunkte an Youtube-(videos) zu vermerken, wie die zum Teil geringe Qualität (Asynchronität der Bild- und Tonspur etc.), sowie die immer wieder auftretende Frage der Urheberrechtsverletzung, die nach Schätzungen bis zu 90% des hochgeladenen Materials betrifft. Vgl. Über Nacht zum Milliardär - Die Geschichte von YouTube (2008): a.a.O.

<sup>399</sup> Barbara Niedner: <http://www.verhaltensbiologie.de>. Zugriff: 28.01.2011. Zitiert nach Ebda. S. 23.

<sup>400</sup> Ebda.

<sup>401</sup> Vgl.: Charlene Li: Facebook, YouTube, Xing & Co: Gewinnen mit Social Technologies. München, 2009.

<sup>402</sup> Vgl. dazu Kapitel 6.1.1. Die Brecht'sche Radiotheorie (1932)

<sup>403</sup> Kombination aus den Begriffen Produzent und Konsument bzw. *producer* und *consumer*.

Begriff 2.0 in einem Atemzug genannten Videoportals wider.“<sup>404</sup>. Die Ordnungskriterien unterliegen dabei einem ständigen Aushandlungsprozess der NutzerInnen und sind, zumindest vonseiten einer klar definierten Autorität, kaum zu kontrollieren und erscheinen somit weitgehend „unabhängig, fast schon unzensiert“<sup>405</sup>. Die Ambivalenz von Öffentlichkeit und Privatheit<sup>406</sup>, die alltagsnahe, „kaum ausgeprägte Narrativität, die oft dem Turnus ihres Erscheinens geschuldete technische Unzulänglichkeit und die scheinbare Nutzbarmachung für Jedermann führen zur Konstruktion einer medialen Gegenwelt“<sup>407</sup>.

Do-it-yourself ist somit längst mehr als ein Hobby. Durch die *Community* der Social Media Plattformen des Web 2.0 hat sich das Basteln, Selber- und Mitmachen zu einem neuen sozialen Raum (der *Digital Natives*<sup>408</sup>) entwickelt, der "sowohl unter sozialen Gesichtspunkten von großer Relevanz ist, als [sich gleichzeitig] auch stark beeinflussend auf die Medienlandschaft [auswirkt]"<sup>409</sup>.

Im Folgenden soll nun untersucht werden, welche Rolle sogenannte „MedienamateurlInnen“ für das Bestehen von Social Media Networking Seiten einnehmen und wodurch sie motiviert werden, sich diesem Mitmachweb anzuschließen.

---

<sup>404</sup>Die Begriffe „Teilen“, „Mitwirken“, „Zusammenarbeiten“, oder „Vertrauen“ suggerieren gleichzeitig einen neuen Internetgedanken. Vgl. Torsten Näser (2008): Authentizität 2.0 – Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach ‚Echtheit‘ im Videoportal YouTube. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 9/2. Online-Publikation: [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2\\_2008\\_Naaser.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2_2008_Naaser.pdf). Zugriff: 2.10.2010. S. 7.

<sup>405</sup>Beatrice Tobler: Das Internet an den Graswurzeln packen. Zur Tragweite von Graswurzelbewegungen im Internet am Beispiel von Weblogs. In: Hengartner,Thomas/Moser, Johannes (Hg.): Grenzen und Differenzen. Zur Macht sozialer und kultureller Grenzziehungen. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2006. S. 675-683. S. 675.

<sup>406</sup>Vgl. Anneke Wolf (2002): Diaristen im Internet: Vom schriftlichen Umgang mit Teilöffentlichkeiten. Online-Publikation: [http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B6\\_2002\\_Wolf.pdf](http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B6_2002_Wolf.pdf). Zugriff: 19.11.2007. S. 4.

<sup>407</sup>Näser (2008): a.a.O. S.9.

<sup>408</sup>Innerhalb der Community ist zwischen der Gruppe der *Digital Natives*, die das Medium Internet als selbstverständliches Begleitmittel ansehen und der Gruppe der *Digital Immigrants*, denen vieles Internetspezifisches noch nicht vollständig geläufig ist, zu unterscheiden. Vgl. dazu John Palfrey (2008): Generation Internet.: Die Digital Natives: Wie sie leben, was sie denken, wie sie arbeiten. München.

<sup>409</sup>Drotschmann (2010): a.a.O. S. 26.

### 6.2.1. MedienamateurlInnen und ProsumentInnen

Die Debatten darüber, dass AmateurlInnen gegenwärtig zunehmend an Bedeutung gewinnen, sind in den letzten Jahren in der Medienlandschaft explosionsartig angestiegen. Mit dem Ende des 20. Jahrhunderts werden die KonsumentInnen durch neue Techniken und innovative Internetportale zunehmend in den Produktionsprozess eingebunden. Begriffe wie „Web 2.0“ und „Social Software“ kennzeichnen einen klaren Paradigmenwechsel<sup>410</sup> in der Internetnutzung, welche „längst nicht mehr ausschließlich durch technikbegeisterte, autodidaktisch-medienkompetente und meist jugendliche ‚Computerfreaks‘ betrieben wird“<sup>411</sup>. Das Web 2.0 charakterisiert sich vor allem, wie bereits eingehend thematisiert, durch das sogenannte „Mitmachweb“, das NutzerInnen in theoretisch nahezu allen sozialen und gesellschaftlichen Schichten, die Möglichkeit bietet, ihre passive Rolle zu verlassen und sich aktiv an der Produktion der (Web-)Inhalte zu beteiligen (ProsumentInnen). Der daraus geschaffene Neologismus „Prosumer“ entsteht aus der Verschmelzung der Begriffe „producer“ und „consumer“. Bezeichnend dafür ist vor allem das Schaffen geistiger, medialer, immaterieller Inhalte (user-generated content) durch UserInnen. Als das wohl bekannteste Beispiel ist hierzu Wikipedia<sup>412</sup> anzuführen, ein Online-Lexikon, in dem freiwillige und unbezahlte AutorInnen in mehr als 260 Spracheversionen<sup>413</sup> bereits mehrere Millionen Einträge erstellt haben.<sup>414</sup> Individuen, die früher nur in ihrem Familien- und Freundeskreis selbst gemachte Bilder zeigten<sup>415</sup>, haben nun erstmals die Möglichkeit, sich öffentlich

---

<sup>410</sup> Vor dem Web 2.0 wurde das Internet vor allem als Informationskanal verwendet, zur Übermittlung von Nachrichten [u.a.]. Es herrschte ein unidirektionaler Zugang zum World Wide Web vor: Die Betreiber der Webseite stellen ihre Informationen für die Benutzer bereit; die „Anwender“ suchen die Webseiten auf und konsumieren die dort präsentierten Inhalte. Vgl. Peter Baumgartner; Klaus Himpsl (2008): Web 2.0: Generation „Prosumer“. S. 26-29. S. 26.  
[http://www.peter.baumgartner.name/schriften/publications-de/pdfs/baumgartner\\_web\\_2008.pdf](http://www.peter.baumgartner.name/schriften/publications-de/pdfs/baumgartner_web_2008.pdf).  
Zugriff: 31.01.2011.

<sup>411</sup> Vgl.: Daniela Schnupp: Tagungsbericht zur internationalen und interdisziplinären Tagung der Universität Siegen vom 5.- 7. Juni 2008. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 2008. S. 646.

<sup>412</sup> <http://www.wikipedia.org/>

<sup>413</sup> Wikipedia über sich selbst: <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Sprachen>. Zugriff: 02.02. 2011.

<sup>414</sup> Vgl.: Peter Baumgartner; Klaus Himpsl (2008): a.a.O. S. 27.

<sup>415</sup> Vgl. hierzu auch Kapitel 3. Selbstthematisierung

und vor allem global zu artikulieren, wenngleich die verfassten Artikel stets der Gefahr einer potenziellen Löschung bzw. der fortlaufenden Aktualisierung durch andere UserInnen ausgesetzt sind.

Eine weitere radikale Neuerung wird durch den Begriff der „Social Software“ charakterisiert. „Während Web 1.0 vor allem durch sogenannte Hyperlinks die Inhalte verschiedener Webseiten miteinander verknüpft, gibt es mit Web 2.0 die Möglichkeit, dass sich Personen mit gleichartigen Interessen kennenlernen, zu einem Kooperationsnetzwerk ‚verknüpfen‘<sup>416</sup>“. NutzerInnen haben nun nicht nur die Gelegenheit, an der Erstellung von Inhalten mitzuwirken, sondern sie lernen gleichzeitig auch Gleichgesinnte kennen („Communities of Practice“<sup>417</sup>). Web 2.0 - Anwendungen ermöglichen es nun, dass Inhalte wie etwa Bilder (flickr<sup>418</sup>) oder Videos (Youtube) [u.a.] von der entsprechenden Community bewertet werden können („thumbs up/down“ oder „Ein Stern“ bis „Fünf Sterne“ fungieren hier als die geläufigsten Skalen), ohne die Einmischung eines hierarchischen ExpertInnentums.<sup>419</sup>



**Abb. 18** Bewertung der UserInnen auf Amazon

Viele AnbieterInnen nutzen diese KundInnenbewertungen auch für ihre Marketingstrategie. Eines der berühmtesten Beispiele ist hier wohl die Verkaufsplattform „Amazon“<sup>420</sup>. Eine Community von Freiwilligen (auch hier können

<sup>416</sup> Peter Baumgartner; Klaus Himpsl (2008): a.a.O. S. 26.

<sup>417</sup> praxisbezogene Gemeinschaften von Personen mit ähnlichen Interessen und Problemlagen, die informell miteinander verbunden sind. Vgl.: Ebda.

<sup>418</sup> <http://www.flickr.com/>. Leitsatz: Share your photos: Watch the world.

<sup>419</sup> Vgl.: Peter Baumgartner; Klaus Himpsl (2008): a.a.O. S. 28.

<sup>420</sup> <http://www.amazon.com/>

eigene Profile (vgl. Abb. 19) angelegt werden, auf denen die Anzahl der „nützlichen Stimmen“ vermerkt ist), sorgt hier durch Rezensionen dafür (aufgelistet in einer klassischen Gegenüberstellung von der „hilfreichsten positiven Rezension“ und der „hilfreichsten kritischen Rezensionen“, wobei in weiterer Folge auch diese Rezensionen auf persönlichen Zuspruch hin bewertet werden können) sowie durch Verlinkungen (zu verwandten Artikeln) und einem Chart-System, dass die Verkäufe einzelner Produkte angekurbelt werden, unpopuläre plötzlich interessant werden, andere unvermutet aus dem Sortiment fallen.

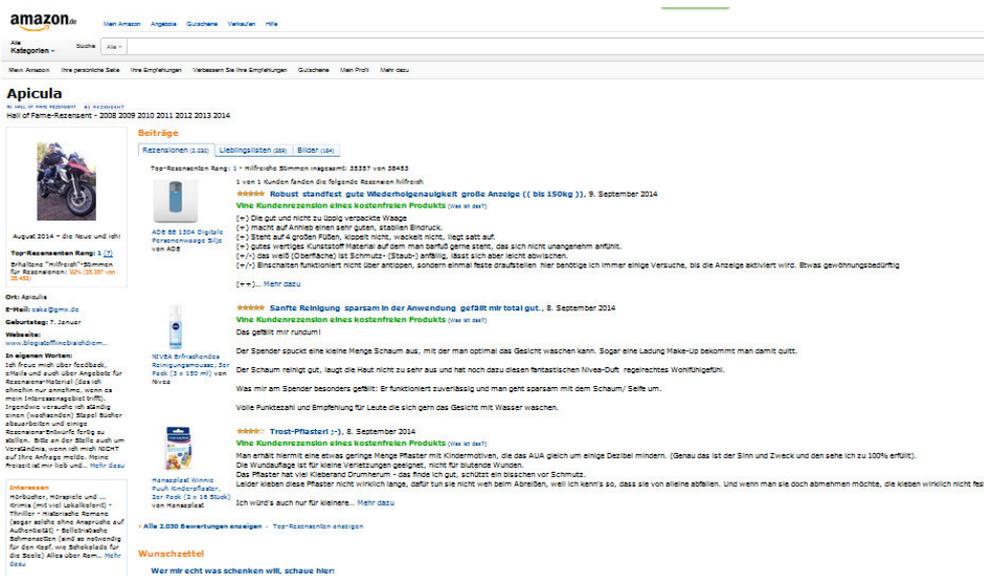


Abb. 19 Profilsicht auf Amazon

Was von der eigenen PR-Abteilung nie zu leisten wäre, machen die „ProsumerInnen“ möglich<sup>421</sup>: Die klassische Rollenverteilung von ProduzentIn und KonsumentIn ist teilweise aufgebrochen worden, wohingegen die RezensentInnen im Gegenzug an sozialer Reputation gewinnen und geradezu eine ExpertInnen-Funktion einnehmen. Bei Amazon herrscht etwa eine Rangliste (Abb. 20)<sup>422</sup> der „Top-RezensentInnen“, mit dem prestigeträchtigen Namen „Hall of Fame“, die täglich aktualisiert wird. Wer zu den 1000 besten RezensentInnen zählt, erhält eine Plakette als Top-RezensentIn. Es gibt hierbei sechs Plaketten: Top 1000-RezensentIn, Top 500-

<sup>421</sup> Peter Baumgartner; Klaus Himpsl (2008): a.a.O. S. 28.

<sup>422</sup> Vgl.: <http://www.amazon.de/review/hall-of-fame>. Zugriff: 09.09.2014.

RezensentIn, Top 100-RezensentIn, Top 50-RezensentIn, Top 10-RezensentIn und #1-RezensentIn.<sup>423</sup>

Kundenrezensent	Bereitschaften	Zuletzt erreicht	Rezensionen insgesamt	Sortiert nach Anzahl der Jahre
<b>Fuchs Werner Dr.</b> Alle 3.287 Bewertungen anzeigen	RE HALL OF FAME REZENSENT TOP 100 REZENSENT REAL NAME	2012	3.287	34.252
<b>Rolf Dobelli</b> Alle 2.793 Bewertungen anzeigen	TOP 100 REZENSENT HALL OF FAME REZENSENT REAL NAME	2011	2.793	13.812
<b>Helga König</b> Alle 1.407 Bewertungen anzeigen	RE HALL OF FAME REZENSENT TOP 100 REZENSENT REAL NAME	2014	1.407	11.633

**Abb. 20** Rangliste der Top-Kunden-RezensentInnen bei Amazon (HALL OF FAME) Stand: 09.09.2014

Es stellt sich nun unweigerlich die Frage, ob und vor allem wie sich unsere visuelle Kultur durch den Einfluss der sogenannten „ProsumentInnen“ verändert hat.

Die vorangegangenen Beispiele machen bei genauerer Betrachtung auf wesentliche Punkte<sup>424</sup> der ProsumerInnen- „Mitarbeit“ aufmerksam:

- UserInnen werden „eingeladen“ und mehr oder weniger „aufgefordert“, mitzuarbeiten, mitverdienen können sie allerdings nicht.
- Die „Mitarbeit“ ist stets „freiwillig“ und vor allem kostenlos.
- Die ProsumentInnen verstehen diese Mitarbeit meist nicht direkt als „Arbeit“, da sie ja in gewisser Hinsicht alle machen (müssen).
- Demnach ist diese viel mehr als Zwang(-shandlung) zu definieren. Besonders ersichtlich wird dies bei Social-Networking-Plattformen. Wer keinen Account bei

<sup>423</sup> Top-Kundenrezensenten Rangliste. [http://www.amazon.de/review/guidelines/top-reviewers.html/ref=cm\\_pdp\\_rev\\_In\\_ntr](http://www.amazon.de/review/guidelines/top-reviewers.html/ref=cm_pdp_rev_In_ntr). Zugriff: 09.09.2014.

<sup>424</sup> Karl Kollmann (2010): Konsumarbeiter werden "Prosumer". <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/32/32843/1.html>. Zugriff: 02.02.2011.

einer der gängigen Sites, wie etwa Facebook- oder Twitter [u.a.] besitzt, kann oft nicht mehr mit dem Zeitgeist mithalten bzw. „mitreden“ und gilt rasch als „out“<sup>425</sup>.

- Die ProsumerInnen machen in vordefinierten Arbeitsfeldern<sup>426</sup>, das „Produkt“/die Website bzw. „sich selbst“ erst konsumfähig.
- Gleichzeitig schafft eine solche Mitarbeit psychologisch eine höhere Identifikation (Gefühl der Dazugehörigkeit), da oftmals auch mit einem prestigeträchtigen „Anerkennungs-/Image-System“ gearbeitet wird (Ranglisten der „erfolgreichsten MitarbeiterInnen“, Admin(-istrative) Funktionen in privaten Foren etc.)
- Insbesondere die Möglichkeit der Selbstdarstellung und der daraus generierten Selbstevaluierung (Feedback), sowie die erleichterte Möglichkeit der Freundschaftspflege sind die gängigsten Gründe der ProsumerInnen, endgeldlos auf den Social Networking Sites des „Mitmach-Webs“<sup>427</sup> tätig zu werden.

Aus dem vormaligen „Mitmach-Web“ hat sich vielmehr ein regelrechtes Geschäftsmodell entwickelt, in dem nicht mehr die BetreiberInnen, denen Lohn zu zahlen ist, die medialen Inhalte produzieren, sondern die KonsumentInnen selbst, die zugleich auch in die Rolle der ProduzentInnen treten.

Es bleibt nun zu hinterfragen, ob diese Mitarbeit tatsächlich als „aktive Mitsprache“ zu verstehen ist, die etwa, wie bereits zuvor thematisiert in den Emanzipationsdiskursen der Medientheorie Enzensbergers<sup>428</sup> gefordert wird, oder ob es sich dabei nicht viel mehr um eine, den offenkundigen Ausbeutungscharakter dieses Modells verschleiende Illusion der Mitbestimmung handelt.

---

<sup>425</sup> „In ist, wer drin ist“. Leitspruch der Event-Community Szene1. Vgl. <http://www.szene1.at/>

<sup>426</sup> Um ein Profil auf Social-Networking-Plattformen erstellen zu können, muss zunächst die eigene Persönlichkeit an ein vorgegebenes und normiertes Rastersystem angepasst werden.

<sup>427</sup> Tobias Mikloweit: Social Software – Zusammengehörigkeit und Demokratisierung im Web2.0. In: Kollmann, Tobias; Häsel, Matthias (Hg.): Web 2.0. Trends und Technologien im Kontext der Net Economy. Deutscher Universitäts Verlag: Wiesbaden. 2007. S.54.

<sup>428</sup> Vgl. dazu auch Kapitel 6.1.2.: Enzensbergers Baukasten zu einer Theorie der Medien (1970)

Die vordergründige These, mit der sich das folgende Kapitel beschäftigen wird, ist daher die, dass eine zugesprochene Handlungsfähigkeit oder gar Demokratisierung in virtuellen Netzwerken nicht automatisch mit Autonomie gleichgesetzt werden darf.

### **6.3. Zum Begriff der Selbstkontrolle**

Gegenwärtig drängt sich im Rahmen der vermeintlich zunehmenden Selbstermächtigung der Individuen unweigerlich die Frage auf, ob es sich bei der zunehmenden Vermarktung der KonsumentInnen und ihrer Selbstinszenierung

„tatsächlich um neue Muster der Vergesellschaftung und Individualisierung handelt, die auf eine gesteigerte Reflexion, Selbstbeobachtung und Formen autonomer Selbstkontrolle verweisen, oder ob es sich nicht doch vielmehr um neue Formen sozialer Kontrolle handelt, die in Selbstkontrollzwänge des Subjekts verlagert sind“<sup>429</sup>.

Laut den Analysen der Soziologin Hannelore Bublitz spricht die Individualisierungsthese, wonach mit der „Befreiung vom stummen Zwang der Verhältnisse und von sozialer<sup>430</sup> Kontrolle“<sup>431</sup> die Zunahme individueller (Wahl-) Freiheiten und Entscheidungsoptionen verbunden ist, für eine neue Autonomie des Individuums. Diese ist wiederum, wie bereits thematisiert, an die Entstandardisierung individueller Biografien gekoppelt. Anstatt durch soziale Herkunft, durch Konfession, Klasse und Geschlecht festgelegt zu sein, folgt die persönliche Lebensform nun dem Modus der Wahl, wie bereits in der Auseinandersetzung mit Foucault herausgearbeitet werden konnte.<sup>432</sup> Subjektivität<sup>433</sup> ist weniger als Selbsterkenntnis, vielmehr als Selbstmodellierung zu verstehen.

---

<sup>429</sup> Hannelore Bublitz: Diskurs und Habitus: Zentrale Kategorien der Herstellung gesellschaftlicher Normalität. In: Jürgen Link; Thomas Loer; Harmut Neuendorff (Hg.): 'Normalität' im Diskursnetz soziologischer Begriffe. Heidelberg: Synchron, 2006. S. 151 - 162. S. 105.

<sup>430</sup> Vgl. dazu auch: Kapitel 2.1.2.: Deleuze - Kontrollgesellschaften

<sup>431</sup> Sighard Neckel: Die Macht der Unterscheidung. Frankfurt a.M.: Campus, 2000. S. 39.

<sup>432</sup> Vgl.: Bublitz (2006): a.a.O. S.106f.

<sup>433</sup> Vgl. hierzu auch: Kapitel 2.1.1.: Foucault - Gouvernementalität

Dieselbe These spricht allerdings nach Bublitz gleichzeitig auch gegen eine neue Autonomie des Subjekts, da sich aus ihr gleichermaßen eine neue Form des Zwangs ergibt. Der Zwang, sich immer wieder neu entscheiden zu müssen, welcher den Subjekten durchaus zur Last werden kann. „Selbstvermarktung und Anschluss des individualisierten Einzelnen an [neue] vorgegebene Muster (des Massen- und Medienkonsums) - kurz Standardisierung pluralisierter Lebensformen - bilden die Schattenseite der zunehmenden Individualisierung.“<sup>434</sup>

Wie der vormals in starren und kontrollierten Systemen eingebettete Körper, wäre demnach das Subjekt selbst unmittelbar an Schnittmustern ästhetischer Moden und Methoden ökonomischer Konkurrenzkämpfe gebunden. Damit offenbarte sich offensichtlich in den Selbstregulierungsmechanismen des Subjekts lediglich

„seine enge Bindung an Machstrukturen und seine Engführung mit gesellschaftlichen Kontroll- und Abrichtungsprozeduren, was wiederum dazu führte, dass es sich in seiner gesteigerten Selbstbeobachtung immer im - gefühlmäßigen - Einklang mit sich und seiner kulturökonomisch operierenden Macht befindet“<sup>435</sup>.

Dies soll allerdings keinesfalls bedeuten, dass sich Autonomie und Abhängigkeit, automatisch ausschließen.

Gegenwärtige Gesellschaftstendenzen zeigen, dass der gelungene Selbstentwurf nicht mehr durch die Autonomie der Individuen, welche in der Gestaltung einer vernünftigen Lebenspraxis scheinbar zeitlosen inneren Werten folgt, gekennzeichnet ist, sondern durch seinen erfolgreichen Selbstbezug, der allerdings immer nur vorläufig und jederzeit revidierbar ist bzw. sein muss. Da dieser jedoch oft nur schwer fassbar ist, muss am Erscheinungsbild der Individuen selbst gearbeitet werden, wodurch diesem unweigerlich eine Normierung unterzogen wird.<sup>436</sup>

Des Weiteren impliziert der Begriff der Subjektivierung in modernen Gesellschaften, wie bereits thematisiert wurde<sup>437</sup>, sowohl Unterwerfung unter soziale Normen und soziale Kontrolle als auch Selbstreflexivität, Selbstregulierung und Selbstkontrolle. Das

---

<sup>434</sup> Ebda.

<sup>435</sup> Ebda.

<sup>436</sup> Vgl.: Bublitz (2006): a.a.O.

<sup>437</sup> Vgl. dazu Kapitel 2

Prinzip der Unterwerfung wird etwa, wie bereits bei Foucault thematisiert wurde, geradezu eine Bedingung der Subjektwerdung. In seinem Aufsatz „Das Subjekt und die Macht“ versucht er zu erklären, dass er eine Geschichte der Verfahren entwerfen will, „durch die in unserer Kultur Menschen zu Subjekten gemacht werden“<sup>438</sup>. Foucault versucht dabei die „Subjektivation“ des Menschen zu beschreiben wobei es sich, wie bereits angesprochen, um ein vermeintliches Paradox der Macht handelt. Zum einen meint sie die Unterwerfung bzw. Unterordnung des Individuums, gleichzeitig aber auch den Prozess der Subjektwerdung selbst. Für Foucault werden Menschen durch Selbst-(Produktion/Erzeugung) zu Subjekten gemacht, welche bereits durch die Macht konstruiert, vorgeformt und inszeniert wird.

„Das Wort *Subjekt* hat einen zweifachen Sinn: vermittels Kontrolle und Abhängigkeit jemandem unterworfen sein und durch Bewußtsein [!] und Selbsterkenntnis seiner eigenen Identität verhaftet sein. Beide Bedeutungen unterstellen eine Form von Macht, die einen unterwirft und zu jemandes Subjekt macht.“<sup>439</sup>

Bei der Subjektivation handelt es sich demzufolge nicht um eine reine Produktion von Subjekten, sondern um eine Selbstverhaftung an eine Identität, an welche man sich durch eine gesellschaftlich bedingte Norm bindet. Diese durch Normen entstandene Selbstverhaftung beschränkt die Individuen auf ein Beharren auf ihr Selbst-Sein und ein damit einhergehendes Begehren nach Anerkennung. Nach Foucault gibt es ohne Anerkennung der Norm kein Subjekt. „Um zu sein, müssen wir anerkennbar sein.“<sup>440</sup> Bei einem Verstoß gegen die Norm gefährdet man demzufolge gleichzeitig sein eigenes Sein.<sup>441</sup> Diese Elemente finden sich, wie bereits eingangs thematisiert, auch auf Social Networking Sites des Web 2.0. wieder. Als Vorbild wirkende Idealbilder sowie Beobachtungsmöglichkeiten liefert das Medium selbst. Gleichzeitig werden Vergleichsmöglichkeiten gewährleistet, etwa durch das Sichtbarmachen der Likes und Besucherzahlen, die von den UserInnen in weiterer Folge als Anreize aufgenommen werden können, inwieweit sie ihr Auftreten verändern und modellieren können (bzw.

---

<sup>438</sup> Michel Foucault (1987): Das Subjekt und die Macht. In: Hubert L. Dreyfus u. Paul Rabinow. *Jenseits von Strukturalismus und Hermeneutik*. Mit einem Nachwort von und einem Interview mit Michel Foucault. Aus d. Amerik. v. Claus Rath u. Ulrich Raulff. Frankfurt a. M.: Athenäum. S. 241-261. S. 240.

<sup>439</sup> Ebd. S. 246f.

<sup>440</sup> Tatjana Schönwälder-Kuntze: *Freiheit als Norm?: Moderne Theoriebildung und der Effekt Kantischer Moralphilosophie*. Transcript, 2010. S. 277.

<sup>441</sup> Vgl. dazu: Kapitel 2.1.1: Foucault - Panopticon

müssen), um eine ähnliche Anerkennung erlangen zu können. Wird die Norm jedoch missachtet und es kommt zu einem Regelverstoß, können die Subjekte jederzeit vom Medium durch das Sperren des Accounts bestraft werden.

In weiterer Folge wird nun untersucht, inwiefern die Software-Codes virtueller Netzwerke die Selbstinszenierung der UserInnen regulieren und steuern. Der Fokus liegt dabei auf den Standardisierungsmaßnahmen und Konventionen, mit denen die Individuen bei der Selbstdarstellung auf diversen Social-Media-Plattformen konfrontiert werden und deren normierende Auswirkungen. Dabei soll auch der Frage nachgegangen werden, inwieweit ein emanzipatorischer Mediengebrauch in diesem Kontext überhaupt möglich und realisierbar ist.

#### **6.4. Emanzipatorischer Mediengebrauch vs. Zwang zur (normierten) Selbstinszenierung-Software-Codes als Regulierungsmechanismen**

Gegenwärtige Medienanalysen zeigen immer deutlicher, dass die Nutzung von Social-Media-Netzwerken nicht nur der verstärkten Selbstreflexivität dienen, sondern auch der Selbststeuerung von UserInnen. „Allerdings dürfen die Prozesse der subjektiven Aneignungen nicht einfach als Durchsetzung der sozialen Regulation im Sinne eines Determinierungsverhältnisses (top down) verstanden werden.“<sup>442</sup> Die freie Zugänglichkeit der Kommunikations- und Produktionsprozesse mithilfe von sozialen Netzwerken scheint also nur in einer oberflächlichen Betrachtung soziale Barrieren aufzuheben und einen „emanzipatorischen Mediengebrauch“<sup>443</sup> unter Beweis zu stellen. Aus der Behauptung heraus, virtuelle Welten seien öffentlich zugänglich, folgt jedoch nicht automatisch, dass diese dadurch auch neue Gleichheiten aktiv produzieren würden.<sup>444</sup> Nach einer genaueren Beobachtung wird immer offensichtlicher, dass die autobiografischen Selbstinszenierungen in virtuellen

---

<sup>442</sup> Ebda. S.72

<sup>443</sup> Hans Magnus Enzensberger: Baukasten zu einer Theorie der Medien (1970). In: ders.; Glotz, Peter (Hg.): Baukasten zu einer Theorie der Medien : Kritische Diskurse zur Pressefreiheit . München: Fischer, 1997. S. 97- 132.

<sup>444</sup> Vgl.: Reichert (2008): a.a.O. S.73.

Netzwerken lediglich neue Identitätskonstruktionen innerhalb normativer Rahmungen darstellen, als zuvor euphorisch vermutete Freiheitstechnologien.

„Die Subjektivierung selbst überlagert Autonomie und Kontrolle, Selbst- und Fremdführung. Individualisierung beruht folglich nicht auf einer freien Entscheidung der Subjekte, sondern ist ein in sich widersprüchlicher Zwang zur vermehrten Selbstreflexion und biografischen Selbstinszenierung (*Individualisierung als Zwang zur Selbstinszenierung*).“<sup>445</sup>

Die in den Social-Media-Netzwerken vermeintlich freiwillig stattfindenden Selbstinszenierungen schaffen in weiterer Folge die Voraussetzungen für eine neue Form der Subjektivierung, der sogenannten freiheitlichen Selbstkontrolle.

So schrieb etwa Michel Foucault in seiner Schrift „Sexualität und Wahrheit“ zur „modernen“ (prozeduralen Macht), dass die „neuen Machtverfahren nicht mit dem Recht [arbeiten], sondern mit der Technik (...), nicht mit dem Gesetz, sondern mit der Normalisierung, nicht mit der Strafe, sondern mit der Kontrolle [...]“<sup>446</sup>.

Die einzelnen Individuen integrieren auf eine scheinbar selbstverständliche Art und Weise, soziale Regulative in das eigene Selbst:

„Die normative Dynamik gesellschaftlicher Kräfteverhältnisse wird reflexiv, wenn sich das Subjekt der Selbstbefragung-/erforschung unterzieht (Entwerfen eines Bildes von sich selbst via multimedialer Tagebucheinträge etc) oder wenn es sich zu objektiveren versucht (E-Portfolios, E-Learning etc). Somit sind Subjektconstitution und gesellschaftliche Regulierung untrennbar mit einander verbunden.“<sup>447</sup>

Digitalfotos, Hyperlinks, Soundfiles, Grafikanimationen [u.a.] etablieren digitale Räume, die einen medienspezifischen Einfluss auf die Art und Weise des Produzierens und Konsumierens von Geschichten ausüben und somit auch in weiterer Folge einen entscheidenden Einfluss auf die Thematisierung des Selbst und seiner sozialen Beziehungen beanspruchen. Es scheint demzufolge an den NutzerInnen selbst und ihren Wahlentscheidungen zu liegen, unter welchen Bedingungen sie den bereits thematisierten user generated content (Webinhalte, die von UserInnen selbst erzeugt

---

<sup>445</sup> Ebd.

<sup>446</sup> Michel Foucault: Der Wille zum Wissen: Sexualität und Wahrheit 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1977. S. 110f.

<sup>447</sup> Ebd. S. 75.

wurden) wahrnehmen und sich mit diesem bestenfalls auch auseinandersetzen.<sup>448</sup> Es scheint allerdings an dieser Stelle sehr wichtig anzumerken, dass die individuellen Merkmale der „Software-Codes“ virtueller Netzwerke jenen Erzählmöglichkeiten einen (standardisierten) Rahmen geben, vorerst lediglich darin, dass erst die Software den Individuen die Möglichkeit eröffnet, bestimmte Aspekte der eigenen Person für andere zugänglich zu machen. „Hinzu kommt jedoch [auch noch] der strukturierende Einfluss, den bestimmte softwareseitige Vorgaben oder Standardeinstellungen auf die Selbstpräsentation haben.“<sup>449</sup> So kann zum Beispiel der Umfang der Mitteilungen eingeschränkt werden (der Microblogging-Dienst Twitter begrenzt etwa einzelne Nachrichten (tweet) auf 140 Zeichen<sup>450</sup>) oder es werden durch normierte Eingabefelder (als typische Beispiele können hier vor allem Social-Networking-Sites wie Facebook oder auch studieVZ [u.a.] vermerkt werden) bereits bestimmte Nutzungsweisen vorgegeben.

Regelhafte Aspekte äußern sich des Weiteren in Routinen und Konventionen, welche Art von Informationen in einem bestimmten zeitlichen und/oder sozialen Kontext preisgegeben werden.

„Ein Blog oder ein Profil auf einer Netzwerkplattform kann genutzt werden, um rollenspezifische Informationen preiszugeben, also zum Beispiel als Experte zu bestimmten Themen oder als Angehöriger einer bestimmten Subkultur oder Fangemeinschaft zu agieren. Welche Facetten der eigenen Person präsentiert werden, hängt auch vom erwartbaren Publikum sowie von Merkmalen und Vorgaben der Software ab.“<sup>451</sup>

Regulierende Erwartungen sind demzufolge also vor allem an Relationen sowie Ausprägungen des (Software-) Codes gekoppelt. Besonders deutlich macht dies etwa ein Vergleich der Selbstdarstellungen auf Netzwerkplattformen, die sich an

---

<sup>448</sup> Vgl.: Reichert (2008): a.a.O. S. 68.

<sup>449</sup> Jan Schmidt: Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK-Verl. Ges., 2009. S. 81.

<sup>450</sup> Jana Herwig (2010): Die 140-Zeichen-Frage: Microblogging, Twitter und dieliminoide Verhandlung des Sozialen im Web 2.0. In: Klaus Neumann-Braun [u.a.]: Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web: Bilder-Handeln und Peergroup- Kommunikation auf Facebook und Co, Baden-Baden: Nomos. S. 1. [http://homepage.univie.ac.at/jana.herwig/PDF/HerwigJana\\_Microblogging\\_Preprint.pdf](http://homepage.univie.ac.at/jana.herwig/PDF/HerwigJana_Microblogging_Preprint.pdf). Zugriff: 31.1.2011.

<sup>451</sup> Schmidt (2009): a.a.O. S. 78.

Privatpersonen wenden, mit solchen, sie sich an Personen in ihrer beruflichen Rolle wenden (etwa durch die Wahl des Profilfotos).<sup>452</sup>

Besonders beeinflusst wird die Identitätsarbeit des Weiteren dadurch, inwiefern innerhalb einer Kommunikationsumgebung authentische Selbstdarstellungen erwartet oder gefordert werden. „Mit Authentizität ist hier die weitgehende Übereinstimmung einer Online-Repräsentation mit der Identität außerhalb des Bildschirms gemeint und von Varianten des *'identity play'* zu unterscheiden, bei dem Nutzer z.B. ein anderes Alter oder Geschlecht vorgeben.“<sup>453</sup>

Viele Anwendungen des Social Web basieren jedoch auf der Leiterwartung, dass NutzerInnen sich mit ihrer „realen“ Identität einbringen. Diese Erwartung kann unterschiedlich fundiert werden: Manche Angebote formulieren sie bereits in ihren Nutzungsbedingungen, wie z.B. Facebook, die von ihren NutzerInnen explizit erwarten, „richtige, aktuelle und vollständige Informationen über [s]ich anzugeben“<sup>454</sup>. In anderen Fällen regulieren die Nutzer selbst den Umgang mit authentischen bzw. nicht-authentischen Selbstpräsentationen. In der Blogosphäre zum Beispiel ist Authentizität ein zentrales Leitbild, das vor allem gegen Professionalisierungs- und Kommerzialisierungsversuche seitens politischer oder unternehmerischer Blogs verteidigt wird.<sup>455</sup>

Als generelle Aussage über die softwaretechnisch unterstützte Selbstinszenierung in Social Web lässt sich nun folglich zusammenfassen, dass Profildaten in gewisser Hinsicht eine Form der „standardisierten Selbstdarstellung“ erzwingen, um dadurch überhaupt erst am sozialen Leben des jeweiligen Angebots teilhaben zu können. NutzerInnen müssen zunächst bei der Registrierung gewisse Aspekte ihrer/seiner Persönlichkeit preisgeben und sich dabei zugleich unweigerlich an den Vorgaben der Profilmaske ausrichten, die bestimmte (standardisierte) Merkmale abfragen bzw. Kategorien für die Selbstdarstellung vorgeben. Obwohl die anzugebenden

---

<sup>452</sup> Vgl.: Ebda.

<sup>453</sup> Vgl.: Lindsay van Gelder: The strange case of the electronic lover: A real-life story of deception, seduction, and technology. In: Rob Kling (Hg.): Computerization and Controversy: Value Conflicts and Social Choices. 2. Aufl. San Diego: CA, 1996. S. 533 - 546.

<sup>454</sup> Vgl. <http://www.facebook.com/reps.php#/terms.php>. Zugriff: 08.08.2009.

<sup>455</sup> Vgl.: Jan Schmidt: Weblogs: Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz, 2006.

Informationen und die gestalterischen Vorgaben im Detail durchaus variieren können, geht es letztlich trotz allem darum, die eigene Person auf bestimmte Eigenschaften und Profildfelder zu komprimieren.<sup>456</sup> „Dieser Standardisierungsaspekt kann jedoch in Konflikt mit dem Bedürfnis (und der gesellschaftlichen Anforderung) geraten, eine eigene, d.h. individuelle, persönliche und spezifische Identität zu entwickeln, auszudrücken und sichtbar zu machen.“<sup>457</sup>

Es ist auch wichtig, in weiterer Folge anzumerken, dass die digitalen Erzählmöglichkeiten und Codes nicht nur einen Einfluss darauf haben, „auf welche Weise sich ein Subjekt für andere entwirft und dadurch sein Selbstbild kommuniziert; sondern sie sind den Prozeduren der Subjektivierung vielmehr bereits vorgelagert und strukturieren ein Ensemble der Kräfte, die auf das Subjekt einwirken.“<sup>458</sup>

Den Subjekten, die Vorstellungen von sich selbst ausbilden, gehen in ihren Erzählungen über sich selbst, wie bereits bei Bublitz thematisiert wurde, stets die Perspektiven eines anderen auf sich selbst voraus, auf die diese ihrerseits einzuwirken versuchen. Der Akt der Selbstkonstitution geht demnach „nicht aus einer aktiv- heroischen Selbstschöpfung hervor, sondern das Subjekt entsteht innerhalb eines bereits vorgegebenen Möglichkeitsfeldes, welches das Handeln der Subjekte zugleich bedingt und offen hält“<sup>459</sup>.

Individualisierung beruht demzufolge also nicht auf einer freien Entscheidung der Subjekte, sondern ist vielmehr eine in sich widersprüchliche Zwangshandlung zu vermehrten Selbstinszenierungen.

Dennoch kann abschließend gesagt werden, dass es voreilig erscheint, UserInnen per se als machtlose und unmündige „Unterworfenen“ des medialen Codes zu missverstehen. Hat sich doch etwa im vorhergehenden Kapitel bei der Untersuchung

---

<sup>456</sup> Vgl.: Schmidt (2009): a.a.O. S. 83.

<sup>457</sup> Ebda.

<sup>458</sup> Ebda. S. 69.

<sup>459</sup> Ebda.

des Beispiels zu Zilla van den Borns Fakecation gezeigt, dass sich Individuen sehr wohl Gegen-Strategien aneignen können, um sich so den Code zu eigen zu machen. Gleichzeitig werden so die stereotypen Erwartungshaltungen für eine erfolgreiche Lebensweise entlarvt und die zugrunde liegenden Normen sichtbar gemacht.

## 7. KONKLUSION

Abschließend werden nun jene Erkenntnisse, die sich im Zuge dieser Analyse als grundlegend herauskristallisiert haben, erneut aufgegriffen und schlüssig zur Beantwortung der Forschungsfragen zusammengefasst.

Die erste Forschungsfrage dieser Arbeit befasst sich mit den Selbstdarstellungsstrategien, die von den UserInnen angewendet werden, um ein möglichst authentisches Idealbild von sich selbst konstruieren zu können. Unter Zuhilfenahme der Studien zu den Authentisierungsstrategien im Dokumentarfilmen von Nichols und Hattendorf wurde hier versucht, unterschiedliche Strategien zur Authentifizierung aufzuzeigen, die auch von UserInnen auf Social-Media-Seiten imitiert werden. Es wurde hier deutlich, dass weniger der Inhalt als die Form der Darstellung entscheidend ist um ein Gefühl von Authentizität generieren zu können, welches es ermöglicht, einen Wahrnehmungsvertrag zwischen den Individuen und ihren RezipientInnen abschließen zu können. Wie mit Goffman und Döring thematisiert wurde spielen Individuen unterschiedliche Rollen. Soziale Netzwerke eröffnen nun UserInnen die Möglichkeit, ihre Persönlichkeit so darzustellen, wie sie gerne sein möchten, und schrecken bei ihrem „profile tuning“<sup>460</sup> auch nicht vor Bluffs oder „Maskierungen“ zurück. Interessanterweise konnte hier auch aufgezeigt werden, dass eine erfolgreiche, authentische Selbstdarstellung auf den Social-Media-Plattformen „Fake“ nicht zwingend ausschließt. Vielmehr ist es für UserInnen paradoxerweise geradezu notwendig, gewisse Dinge einfach zu faken und nicht authentisch darzustellen, um bestimmten Erwartungen und Normen ihres selbst aufgebauten Images gerecht zu werden und somit weiterhin als „echt“ und „authentisch“ zu wirken.

Die zweite Forschungsfrage beschäftigt sich mit den Gründen und Motiven, warum Individuen ihr Leben im virtuellen Raum zur Schau stellen, hier ihre privatesten Dinge preisgeben und warum die Meinungen von Individuen, die man offline vielleicht noch nie getroffen hat oder kaum kennt, für den Einzelnen auf einmal so wichtig zu sein

---

<sup>460</sup> Uski/Lampinen (2014): a.a.O.

scheinen. Dies wurde zunächst mit der These von Hannelore Bublitz untersucht, nach der Individuen erst durch die Möglichkeit der öffentlichen Selbstreflexion zu Subjekten werden und sich so als Objekte der Erkenntnis betrachten können. Durch diese Prozesse der medialen Selbstpräsentation verschwimmen oftmals die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit. Allerdings wird gerade durch diese Entgrenzung das Individuum sichtbar, welches sich so unter dem öffentlichen Blick als Subjekt wahrnehmen und produzieren kann.<sup>461</sup> Tendenzen, die sich besonders bei den Selbstinszenierungen auf Social-Media-Netzwerken abzeichnen, sind, dass die Individuen nicht mehr zwingend darstellen, wer sie sind, sondern wer sie sein möchten, und das vor allem auf eine Art und Weise, dass möglichst viele UserInnen Notiz von ihnen nehmen, um sich so in ihrem Image produzieren zu können. Anhand der Analyse zweier Selbstdarstellungsbühnen konnte herausgearbeitet werden, dass Selbstthematizierung vor allem Anerkennung, Aufmerksamkeit und Selbstbestätigung erzeugen möchte. Die Individuen bekommen hier einen Raum, sich ihrer eigenen Existenz versichern zu können. Auch anhand der Untersuchungen zu den ProsumentInnen konnte aufgezeigt werden, dass das Gefühl von Dazugehörigkeit und dabeizusein motivierende Element sind. Mit einem erfolgreichen Online-Auftritt als flexibles, kreatives, veränderbares und authentisches Subjekt wird auch gleichzeitig eine erfolgreiche Lebensführung assoziiert.

Die abschließende Forschungsfrage beschäftigt sich mit den Normen, denen sich die Individuen bei einer Inszenierung auf Social Media Plattformen, einschreiben müssen, und ob es hier auch die Möglichkeit für Gegenstrategien gibt, wodurch ein emanzipatorischer Mediengebrauch ermöglicht wird. Im Laufe der Arbeit konnte aufgezeigt werden, dass sich UserInnen bei ihrer Selbstinszenierung dem standardisierten Rahmen der Software Codes der jeweiligen virtuellen Netzwerke angleichen müssen. Anhand der Theorien von Foucault und Deleuze konnten hier enge Parallelen zu den Kontroll- und Disziplinierungsgesellschaften herausgearbeitet werden. So basieren auch Social-Media-Plattformen auf dem gegenseitig regulierenden Zusammenspiel aus Selbst- und Fremdkontrolle. Hier wird auch in

---

<sup>461</sup> Bublitz (2010): a.a.O. S. 23.

Anlehnung an Foucault das Paradoxon erkennbar, dass Subjekte zugleich als Effekte wie auch als Voraussetzungen von Macht bezeichnet werden können. So integrieren sich Individuen durch standardisierte Eingabefelder freiwillig und geradezu selbstverständlich in eine normative Maske, welche wie bei Baudrillard herausgearbeitet werden konnte, selbstzensierend auf das Bedürfnis nach individueller und spezifischer Selbstdarstellung wirkt, und werden so zu vergleichbaren und messbaren Elementen. Dem Medium wird es so ermöglicht, normierte Idealbilder zu generieren, die den Individuen Anreize zu immer neuen Selbstoptimierungen bieten. Es bleibt hier zu hinterfragen, inwieweit Selbstinszenierungen auf freien Entscheidungen der Subjekte beruhen, oder doch als ein in sich widersprüchlicher Zwang zu vermehrter Selbstreflexion zu verstehen ist. Dennoch hat es sich im Laufe der Arbeit als voreilig erwiesen, UserInnen per se als machtlose und unmündige „Unterworfenen“ des medialen Codes zu missverstehen. So konnte etwa anhand der Untersuchung des Beispiels der Fakecation Zilla van den Borns aufgezeigt werden, dass sich Individuen sehr wohl Gegenstrategien aneignen können, um sich so den Code zu eigen zu machen und so das emanzipatorische Potential, das auch Brecht und Enzensberger in den Medien gesehen haben, zunutze zu machen. Gleichzeitig konnte sie die stereotypen Erwartungshaltungen für eine erfolgreiche Lebensweise entlarven und die zugrunde liegenden Normen sichtbar machen.

Ziel der vorliegenden Arbeit war es, unter Zuhilfenahme der Theorien verschiedener MedienwissenschaftlerInnen, SoziologInnen und PhilosophInnen und anhand ausgewählter Social-Media-Plattformen lediglich allgemeingültige Antworten auf Fragestellungen zu vermeiden, die sich im Zuge der Recherche hinsichtlich der Identitätskonstruktionen auf Social-Media-Plattformen ergeben haben, vielmehr sollten signifikante Tendenzen aufgezeigt und beschrieben werden.

Diesbezüglich muss noch einmal darauf hingewiesen werden, dass Identität, sowohl im virtuellen wie auch im realen Raum, keineswegs als ein autonomes Ergebnis von Selbstäußerungen der Einzelnen gedeutet werden kann, sondern vielmehr als ein Produkt sozialer Interaktionen im jeweiligen Kontext. Die Frage nach der eigenen Identität und der idealen Selbstdarstellung begleitet die Individuen fortwährend und

zeichnet sich so durch ihre Prozesshaftigkeit aus, da sie sich stetig verändert und weiterentwickelt.

## 8. LITERATURVERZEICHNIS

### 8.1. Primärquellen

ABELS, Heinz (2006): Identität : Über die Entstehung des Gedankens, dass der Mensch ein Individuum ist. Wiesbaden : VS, Verl. für Sozlw.

ALTMAN, Irwin (1975): The Environment and Social Behavior: Privacy- Personal Space - Territory- Crowding. Monterey.

BAHL, Anke (1997): Zwischen On- und Offline. Identität und Selbstdarstellung im Internet. München: KoPäd-Verl.

BATINIC, Bernad (2000): Internet für Psychologen. Göttingen.

BAUMAN, Zygmunt (1978): Hermeneutics and Social Science. London.

BAUMAN, Zygmunt (1997): Flaneure, Spieler und Touristen: Essays zu postmodernen Lebensformen. Hamburg: Hamburger Edition.

BAUMAN, Zygmunt (2000): Liquid modernity. Cambridge: Polity Press.

BECKER, Barbara; Schneider, Irmela (Hg.) (2000): Was vom Körper übrig bleibt: Körperlichkeit – Identität – Medien. Frankfurt [u.a.]: Campus.

BELL, Daniel (1976): The Cultural Contradictions of Capitalism. London.

BENDIX, Regina (1997): In search of authenticity : the formation of folklore studies. Madison, Wis. [u.a.] : Univ. of Wisconsin Press.

BERGER, Peter L. (1994): Sehnsucht nach Sinn: Glauben in einer Zeit der Leichtgläubigkeit. Frankfurt: Campus.

BEYERLE, Monika (1997): Authentisierungsstrategien im Dokumentarfilm: Das amerikanische Direct Cinema der 60er Jahre. Trier: Wissenschaftlicher Verlag Trier.

BRECHT, Bertolt (1932 b): Radiotheorie. Gesammelte Werke, Band VIII.

BRÖCKLING, Ulrich; Susanne Krasmann; Thomas Lemke (Hrsg.) (2000): Gouvernementalität der Gegenwart: Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

BRUNS, Axel (2008): Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage. New York; Berlin.

BUBLITZ Hannelore (2010): Im Beichtstuhl der Medien: Die Produktion des Selbst im öffentlichen Raum. Bielefeld: Transcript.

BUKATMAN, Scott (1993): Terminal Identity: The Virtual Subject in Postmodern Science Fiction. Durham: Duke University Press.

BURKART, Roland (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder: Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien [u.a.]: Böhlau.

BUTLER, Judith (2001): Psyche der Macht: Das Subjekt der Unterwerfung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

CASTELL, Manuel (1996): The rise of the network society. Vol. I von The information age: Economy, society and culture. Oxford: Blackwell.

DÜNNE, Jörg; Christian Moser (2008): Automedialität: Subjektkonstruktion in Schrift, Bild und neuen Medien. München: Wilhelm Fink.

FÄBLER, Manfred (1996 a): Strukturen medialer Interaktion: Speicher, Individualität, Öffentlichkeit. München: Wilhelm Fink.

FISCHER-LICHTE, Erika; Isabel Pflug (Hg.) (2000): Inszenierung von Authentizität. Tübingen [u.a.]: Francke.

FOUCAULT, Michel (1976): Überwachen und Strafen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

FOUCAULT, Michel (1977): Der Wille zum Wissen: Sexualität und Wahrheit 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

FOUCAULT, Michel (1981): Archäologie des Wissens. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

FOUCAULT, Michel (1989): Die Sorge um sich: Sexualität und Wahrheit 3. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

FOUCAULT, Michel (2005): Schriften in vier Bänden: Dits et Ecrits: Band IV: 1980-1988. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

FRANCK, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf. München; Wien: Hanser.

FRÜCHTL, Josef; Jörg Zimmermann (Hg.) (2001): Ästhetik der Inszenierung. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

GEIER, Manfred (1999): FAKE: Leben in künstlichen Welten: Mythos - Literatur - Wissenschaft. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch-Verl.

GIDDENS, Anthony (1991): Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Oxford: Polity Press.

GOFFMAN, Erving (1973): Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag. 2. Aufl. München: Piper.

GOFFMAN, Erving (1974): Das Individuum im öffentlichen Austausch: Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

GOFFMAN, Erving (1986): Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Boston.

GROSS, Peter [u.a.] (1985): Kleine Konstruktionen - Zur Theorie der Bastel- Mentalität. Bamberg: Manuskript.

HAHN, Kornelia (1999): Öffentlichkeit und Offenbarung: Eine interdisziplinäre Mediendiskussion. Konstanz: Universitätsverlag, 2002. vgl. Peter Winterhoff-Spurk; Konrad Hilpert (Hg.): Die Lust am öffentlichen Bekenntnis: Persönliche Probleme in den Medien. St. Ingbert: Röhring Universitätsverlag.

HATTENDORF, Manfred (1994): Dokumentarfilm und Authentizität [...]. Konstanz: Universitätsverlag Konstanz.

HOHENBERGER, Eva (1988): Die Wirklichkeit des Films: Dokumentarfilm Ethnographischer Film. Hildesheim [u.a.]: Georg Olms.

ILLOUZ, Eva (2006): Gefühle in Zeiten des Kapitalismus: Adorno- Vorlesungen 2004. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

ISER, Wolfgang (1991): Das Fiktive und das Imaginäre. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

KATZENBACH, Christian (2008): Weblogs und ihre Öffentlichkeiten: Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0. München: Reinhard Fischer.

KNALLER, Susanne (2007): Ein Wort aus der Fremde: Geschichte und Theorie des Begriffs Authentizität. Heidelberg: Universitätsverlag Winter.

KOLESCH, Doris (1996): Die ästhetische Inszenierung von Subjektivität. Wien: Passagen.

KRÄMER, Sybille (Hg.) (2004): Performativität und Medialität. München: Fink.

LI, Charlene (2009): Facebook, YouTube, Xing & Co: Gewinnen mit Social Technologies. München.

- LIFTON, Robert Jay (1993): The Protean Self: Human Resilience in an Age of Fragmentation.
- LOVINK, Geert (2008): Zero comments: Elemente einer kritischen Internetkultur. Bielefeld: Transcript.
- LUTHER, Henning (1992): Religion und Alltag: Bausteine zu einer praktischen Theorie des Subjekts. Stuttgart: Radius.
- MAASEN, Sabine (1998): Genealogie der Unmoral: Zur Therapeutisierung sexueller Selbste. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- MATZKER, Rainer (2008): Die Ästhetik der Medialität: Zur Vermittlung von künstlerischen Welten und ästhetischen Theorien. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- MEAD, George Herbert (1968): Geist, Identität und Gesellschaft: aus der Sicht des Sozialbehaviorismus. Aus d. Amerikan. von Ulf Pacher. 8. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- MISOCH, Sabine (2004): Identitäten im Internet: Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- MOCK, Otto (1933): Befreiung des Lebens: Razzia im Dickicht der Probleme. München: Langen-Müller.
- MONTAIGNE, M. de (1998): Essais: Erste moderne Gesamtübersetzung von Hans Stillet. Frankfurt a.M.: Eichborn.
- MÜHLDORFER, Marc (1999): Gesellschaftskritische Ansätze: Brecht, Enzensberger. München.
- NAYAR, Pramod K. (2010): An introduction to new media and cybercultures. Oxford: Wiley-Blackwell.
- NECKEL, Sighard (2000): Die Macht der Unterscheidung. Frankfurt a.M.: Campus.
- NICHOLS, Bill (1991): Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary.
- PALFREY, John (2008): Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben, was sie denken, wie sie arbeiten. München.
- PIAS, Claus [u.a.] (1999): Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.
- PLESSNER, Helmuth (1982): Gesammelte Schriften, Bd. VII. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

PRISCHING, Manfred (2009): Das Selbst, die Maske, der Bluff: Über die Inszenierung der eigenen Person. Wien [u.a.]: Molden.

RECKWITZ, Andreas (2006): Das hybride Subjekt: Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Velbrück: Weilerswist.

REICHERT, Ramón (2008): Amateure im Netz : Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. Bielefeld: Transcript.

RHEINGOLD, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaft: Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Reading, Mass.: Addison-Wesley.

RICHARD, Birgit (u.a.) (2010): Flickernde Jugend-rauschende Bilder. Netzkulturen im Web 2.0. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

RÖMER, Stefan (2001): Künstlerische Strategien des Fake: Kritik von Original und Fälschung. Köln: DuMont.

SCHAFFERT, Sandra (Hg.) (2009): (Meta-)Informationen von Communitys und Netzwerken : Entstehung und Nutzungsmöglichkeiten. Salzburg: NewMediaLab.

SCHMIDT, Jan (2009): Das neue Netz: Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz : UVK-Verl.-Ges.

SCHROER, Markus (2001): Das Individuum der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

SENNETT, Richard (1998): Der flexible Mensch: Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: Berlin Verlag.

SEXTRO, Maren (2009): Mockumentaries und die Dekonstruktion des klassischen Dokumentarfilms. Berlin: Verlag der TU Berlin.

STRAUSS, Anselm (1968): Spiegel und Masken: Die Suche nach Identität. FfM: Suhrkamp. S.87.

TAYLOR, Charles (1995): Das Unbehagen an der Moderne. Frankfurt: Suhrkamp.

TILLMANN, Angela (Hg.) (2006): Abenteuer Cyberspace: Jugendliche in virtuellen Welten. Frankfurt am Main; Wien [u.a.]: Lang.

TURKLE, Sherry (1984): The Second Self: Computers and the Human Spirit. New York.

TURKLE, Sherry (1998): Leben im Netz: Identität im Zeitalter des Internet. Reinbek.

WABNER, Rolf (1997): Selbstmanagement: Werden Sie zum Unternehmer Ihres Lebens. Niederhausen [u.a.].

WAGNER, Peter (1994): A Sociology of Modernity: Liberty and discipline. London.

WILLEMS, Herbert; Martin Jurga (Hg.) (1998): Inszenierungsgesellschaft: Ein einführendes Handbuch. Opladen: Westdeutscher Verlag.

WINSTON, Brian (1995): Claiming the Real: The Documentary Film Revisited. London: British Film Institute.

WIMBER, Bernhard (1972): Objektiver Dokumentarfilm. Berlin: Colloquium Verlag.

ZEGER, Hans G. (2009): Paralleluniversum Web 2.0: Wie Online-Netzwerke unsere Gesellschaft verändern. Wien: Kremayr & Scheriau.

## **8.2. Sekundärquellen**

BAUDRILLARD, Jean (1978): Requiem für die Medien. In: ders.: Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen. Berlin: Merve Verlag. S. 83-118, S. 83.

BAUMAN, Zygmunt (1995): Zeit des Recycling: Das Vermeiden des Festgelegt-Seins. Fitneß als Ziel. In: Psychologie und Gesellschaftskritik, Heft 74/75, Vol. 19. S. 7-24.

BECKER, Barbara (1997): Virtuelle Identitäten: Die Technik, das Subjekt und das Imaginäre. In: dies.; Michael Paetau (Hg.): Virtualisierung des Sozialen. Frankfurt a.M. [u.a.]. S. 163-184.

BECKER, Barbara (2004): Selbstinszenierung im NETZ. In: Krämer, Sybille (Hg.): Performativität und Medialität. München: Fink. S. 413-429.

BENJAMIN, Walter (1977): Da Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: ders.: Illuminationen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 136-169.

BRECHT, Bertolt (1932 a): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat: Rede über die Funktion des Rundfunks. In: Pias, Claus [u.a.] (1999): Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt. S. 259-263.

BUBLITZ, Hannelore (2003): Diskurs und Habitus: Zentrale Kategorien der Herstellung gesellschaftlicher Normalität. In: Jürgen Link; Thomas Loer; Harmut Neuendorff (Hg.): 'Normalität' im Diskursnetz soziologischer Begriffe. Heidelberg: Synchron. S. 151 - 162.

BUBLITZ, Hannelore (2006): 'Magic Mirrors': Zur extensiven Ausleuchtung des Subjekts. In: Günter Burkart (Hg.): Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization? Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss. S.105 - 125.

BUHR, Thomas de; Tweraser Stefan (2010): My time is prime time. In: Achim Beißwenger (Hg.): Youtube und seine Kinder: Wie Online-Video und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren. Baden-Baden. S. 71-91.

BURCHELL, Graham (1993): Liberal government and techniques of the self. In: *Economy and Society* 22. S. 267-282. S. 271.

BURKART, Günter (Hg.) (2006 a): Einleitung: Selbstreflexion und Bekenntniskultur. In: ders.: Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematierung? Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss. S. 7-40.

BURKART, Günter (Hg.) (2006 b); Fröhlich, Melanie; Heidel, Marlene; Watkins, Vanessa: Gibt es Virtuosen der Selbstthematierung? In: Günter Burkart (Hg.): Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematierung? Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss. S.313 - 337.

CASTELL, Manuel (1991): Informatisierte Stadt und soziale Bewegungen. In: M. Wentz (Hg.): Die Zukunft des Städtischen. Frankfurt: Campus. S. 137 - 147.

DELEUZE, Gilles (1993): Postskriptum über die Kontrollgesellschaften. In: ders.: Unterhandlungen: 1972-1990. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 254 - 262.

DON, Abbe (1999): Narrative and the Interface. In: Brenda Laurel (Hg.): The Art of Human-Computer Interface Design. Reading, MA: Addison-Wesley. S. 383-391.

ENZENSBERGER, Hans Magnus (1970 a): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20. S. 159-186

ENZENSBERGER, Hans Magnus (1970 b): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Pias, Claus [u.a.] (1999): Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt. S. 264- 278.

ENZENSBERGER, Hans Magnus (1997): Baukasten zu einer Theorie der Medien (1970). In: ders.; Glotz, Peter (Hg.): Baukasten zu einer Theorie der Medien : Kritische Diskurse zur Pressefreiheit . München: Fischer. S. 97- 132.

FAßLER, Manfred (1996 b): Rätselhafte Abstände. In: Tübinger Korrespondenzblatt Nr. 46. April 1996. S.58-75. S.65.

FAßLER, Manfred (1996 c): Stile der Anwesenheit: Technologien, Traumgesichter, Medien. In: Wunschmaschine Welterfindung: Eine Geschichte der Technikvision seit dem 18. Jahrhundert. Wien, New York: Springer. S.250-271.

FISCHER-LICHTE, Erika (1998): Inszenierung und Theatralität. In: Willems [u.a.]. S. 81 - 90.

FOUCAULT, Michel (1993): About the Beginning of the Hermeneutics of the Self. In: Political Theory 21. S. 198-227. S. 203f.

FOUCAULT, Michel (1992): La population (Transkript der Vorlesung vom 25.1.78 erstellt von Stéphane Olivesi). In: Mémoire de DEA de philosophie sous la direction de Monsieur P. Macherey. Université de Paris I, Année 1991-1992, Paris 1992a (Archiv Foucault: A 271).

FOUCAULT, Michel (1993): Technologien des Selbst. In: Martin Luther (Hg.); Gutman Huck: Technologien des Selbst. Frankfurt am Main: Fischer. S.24-62.

FOUCAULT, Michel (2008): Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses: Aus dem Französischen von Walter Seitter. In: ders.: Die Hauptwerke: Mit einem Nachwort von Axel Honneth und Martin Saar. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 701-1019.

FUNKE, Harald; Markus Schroer (1998): Lebensstilökonomie: Von der Balance zwischen objektivem Zwang und subjektiver Wahl. In: Frank Hillebrandt; Georg Kneer; Klaus Kraemer (Hg.): Verlust der Sicherheit?: Lebensstile zwischen Multioptionalität und Knappheit. Opladen [u.a.]: Westdeutscher Verlag. S. 219 - 244.

FUNKEN, Christiane (2000): Körpertext oder Textkörper: Zur vermeintlichen Neutralisierung geschlechtlicher Körperinszenierungen im elektronischen Netz. In: Becker, Barbara; Schneider, Irmela (Hg.): Was vom Körper übrig blieb: Körperlichkeit – Identität – Medien. Frankfurt [u.a.]: Campus. S. 103 - 130.

GELDER van, Lindsay (1996): The strange case of the electronic lover: A real-life story of deception, seduction, and technology. In: Rob Kling (Hg.): Computerization and Controversy: Value Conflicts and Social Choices. 2. Aufl. San Diego: CA. S. 533 - 546.

GLOMB, Stefan: Identität, persönliche. In: Nünning, Ansgar (Hrsg): Grundbegriffe der Kulturtheorie und Kulturwissenschaften. Stuttgart- Weimar: Metzler, 2005. S. 72

GOFFMAN, Erving (1994): Die Interaktionsordnung. In: ders.: Interaktion und Geschlecht. Hg. u. eingeleitet v. Hubert A. Knoblauch. Mit e. Nachw. v. Helga Kotthoff. FfM/New York: Campus. S. 50-104. S.58.

GOFFMAN, Erving (1994b): Techniken der Imagepflege: Eine Analyse ritueller Elemente in sozialer Interaktion. In: ders.: Interaktionsrituale: über Verhalten in direkter Kommunikation. FfM: Suhrkamp. S. 10- 53; S.10.

HAHN, Alois (1987): Identität und Selbstthematisierung. In: Alois Hahn, Volker Knapp (Hg.): Selbstthematisierung und Selbstzeugnis: Bekenntnis und Geständnis. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 9-24.

HALL, Stuart (1994): Die Frage der kulturellen Identität. In: Stuart Hall: Rassismus und kulturelle Identität: Ausgewählte Schriften 2. Hamburg: Argument. S. 182.

HALL, Stuart (2004): Wer braucht 'Identität'?. In: Stuart Hall: Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Hamburg: Argument. S. 170.

KEUPP, Heiner (1996): Bedrohte und befreite Identitäten in der Risikogesellschaft. In: A. Barkhaus et al. (Hg.): Identität, Leiblichkeit, Normativität. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 380- 403.

KEUPP, Heiner (1997): Diskursarena Identität: Lernprozesse in der Identitätsforschung. In: Ders.; Renate Höfer (Hg.): Identitätsarbeit heute: Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. S. 11 - 39.

KOHLER, Georg (2009): Rolle, Maske, Person oder: echt falsch: Über den vieldeutigen Ausdruck von >Authentizität<. In: Ursula Amrein (Hg.): Das Authentische: Referenzen und Repräsentationen. Zürich: Chronos. S. 197- 208.

KÖGLER, Hans Herbert (2004): Michel Foucault. Stuttgart/Weimar. In: Sammlung Metzler. 2. aktualisierte und erweiterte Aufl. S. 90 - 93.

KRACAUER, Siegfried (1977): Langeweile (1924). In: ders.: Das Ornament der Masse. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 321 - 325.

LINDER, Rolf (1996): Arbeiterkultur und Authentizität. In: Kaschuba, Wolfgang [u.a] (Hg.): Alltagskultur im Umbruch: (Alltag und Kultur, I). Weimar [u.a]: Böhlau. S. 71-80.

LABEYRONNIE, Didier (1998): Jugendkrawalle und Ethnizität. In: Wilhelm Heitmeyer; Günter Albrecht; Otto Backes; Rainer Dollase (Hg.): Die Krise der Städte: Analysen zu den Folgen desintegrativer Stadtentwicklung für das ethnisch- kulturelle Zusammenleben. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 297 - 316.

LINDER, Rolf (1998): Die Idee des Authentischen. In: Kuckuck 1. S. 58-61.

LUCKMANN, Thomas: Persönliche Identität, Rolle, Rollendistanz. In: Odo Marquard, Karlheinz Stierle (Hrsg.): Identität. München , 1979. S.299

LUHMANN, Niklas (1993): "Individuum, Individualität, Individualismus". In: ders.: Gesellschaftsstruktur und Semantik : Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft. Bd. 3. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 149- 258.

LÜBBE, Hermann (1994): Schrumpft die Zeit? Zivilisationsdynamik und Zeitumgangsmoral. In: Weis, K. (Hg.): Was ist die Zeit?. München. 53-80.

MARTINEZ, Daniel E. (2011): Beyond disciplinary enclosures: Management control in the society of control. In: Critical Perspectives on Accounting 22. S. 200-211. S.204.

MIKLOWEIT, Tobias (2007): Social Software – Zusammengehörigkeit und Demokratisierung im Web 2.0. In: Kollmann, Tobias; Häsel, Matthias (Hg.): Web 2.0. Trends und Technologien im Kontext der Net Economy. Deutscher Universitäts Verlag: Wiesbaden.

RECKWITZ, Andreas (2001): Der Identitätsdiskurs: Zum Bedeutungswandel einer sozialwissenschaftlichen Semantik. In: Werner Rammert (Hg.): Kollektive Identitäten und kulturelle Innovationen. Leipzig: Ethnologische, soziologische und historische Studien. S. 21- 38.

REID-STEERE, Elizabeth (2000): Das Selbst und das Internet: Wandlungen und Illusionen von einem Selbst. In: U. Thiedeke (Hg.): Virtuelle Gruppen: Charakteristika und Problemdiskussionen. Wiesbaden. S. 273 - 291.

RÖSSLER, Beate (2003): Der Wert des Privaten. In: Ralf Grötter (Hg.): Privat!: Kontrollierte Freiheit in einer vernetzten Welt. Hannover: Heise. S. 15 - 32

SCHERGER, Simone (2000): Die Kunst der Selbstgestaltung. In: Schneider, Irmela (Hg.) [u.a.]: Was vom Körper übrigbleibt: Körperlichkeit – Identität – Medien. Frankfurt a. M.: Campus. S. 235-251.

SCHNEIDER, Irmela (2000): Anthropologische Kränkungen: Zum Zusammenhang von Medialität und Körperlichkeit in Mediendiskursen. In: Becker, Barbara; Schneider, Irmela (Hg.): Was vom Körper übrig bleibt: Körperlichkeit – Identität – Medien. Frankfurt [u.a.]: Campus. S. 13-39.

SCHÖNBERGER, Klaus (2006): "Online ± offline". In: Hengartner, Thomas; Moser, Johannes (Hg.): Grenzen & Differenzen: Zur Macht sozialer und kultureller Grenzziehungen; 35. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde, Dresden 2005. Leipzig : Leipziger Univ.-Verl. S. 627- 637.

SCHROER, Markus (2006): Selbstthematization: Von der (Er-) Findung des Selbst und der Suche nach Aufmerksamkeit. In: Burkart, Günter (Hg.): Die Ausweitung der Bekenntniskultur - neue Formen der Selbstthematization? Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss. S. 41-72.

SIMANOWSKI, Roberto (2008): Aufmerksamkeitskämpfe. In: ders.,: Digitale Medien in der Erlebnisgesellschaft: Kultur- Kunst- Utopien. Reinbek: Rohwolt. S55- 74.

SOLOM-GODEAU, Abigail (2003): Wer spricht so? [...] In: Wolf, Herta (Hg): Diskurse der Fotografie [...] Bd 2. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 53-74.

STONE, Allucquère Rosanne (1995): Der Blick des Vampirs: Über den Untoten am Beginn des virtuellen Zeitalters. In: Marie-Luise Angerer (Hg.): The Body of Gender: Geschlechter: Identitäten. Wien: Passagen. S.187-204.

TOBLER, Beatrice (2006): Das Internet an den Graswurzeln packen. Zur Tragweite von Graswurzelbewegungen im Internet am Beispiel von Weblogs. In: Hengartner, Thomas;

Moser, Johannes (Hg.): Grenzen und Differenzen. Zur Macht sozialer und kultureller Grenzziehungen. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag. S. 675-683.

WEBER, Max (1963): Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus. In: ders.: Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I. Tübingen: J.C.B. Mohr. S. 17- 206.

WEIß, Ralph (2002): Vom gewandelten Sinn für das Private. In: Ralph Weiß; Jo Groebel (Hg.): Privatheit im öffentlichen Raum: Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Schriftreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein -Westfalen. Bd. 43. Opladen. S. 27 - 87

WELZ, Gisela (2001): Die Inszenierung von Authentizität im Kulturbetrieb [...]. In: Löffler, Klara (Hg): Dazwischen [...]. Wien: Selbstverlag des Instituts für Europäische Ethnologie. S. 93-99.

WETZSTEIN, Th, [u.a.] (1995): Datenreisende: Die Kultur der Computernetze. Opladen: Westdt. Verlag. S. 86.

WIEGERLING, Klaus (2002): Medienethik als Symboltheorie - Handeln im Zeitalter virtueller Welterzeugungen und Weltordnungen. In: Concordia 1. 13-24.

WILLIAMS, Herbert (1999): Institutionelle Selbstthematizierungen und Identitätsbildungen im Modernisierungsprozess. In: Herbert Williams, Alois Hahn (Hg.): Identität und Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 62- 102.

### **8.3. Zeitungen/ Zeitschriften**

BENDIX, Regina (1997): In: Search of Authenticity: The Formation of Folklore Studies. Madison: The University of Wisconsin Press. S. 63.

BERGMANN, Wolfgang (1995): Keine Ahnung, was los ist mit Roland: Wenn Erwachsene nichts begreifen oder Vom Versickern der Kommunikation in einer computergesteuerten Welt. In: Süddeutsche Zeitung vom 14./15. Januar 1995, S. 5.

GENATH, Peter; Alexander Boden (2005): Ethnografie und Internet. In: Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde 50. S. 13-29.

GERGEN, Kenneth J. (1990): Die Konstruktion des Selbst im Zeitalter der Postmoderne. In: Psychologische Rundschau 41. S. 191 - 199.

Glück, Marke Eigenbau (2009). In: Focus. Heft 23/ 2009. S.82.

HAHN, Alois (2000): Zur Soziologie der Beichte und anderen Formen institutionalisierter Bekenntnisse: Selbstthematization und Zivilisationsprozess. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 34, 1982. S. 407-434. - wiederabgedruckt in: Alois Hahn: Konstruktionen des Selbst, der Welt und der Geschichte. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 197-236.

HALL, Stuart (1992): The Question of Cultural Identity. In: Stuart Hall, David Held u Anthony McGrew: Modernity and its Futures. Cambridge: Polity Pres. S. 274-325. S. 277.

HITZLER, Ronald (1996): Die Bastelexistenz. In: Psychologie Heute, Vol 7. S. 30-35.

PARK, Ezra (1950): Race and culture. Free Press: New York, 1950. S. 249.

SCHNUPP, Daniela (2008): Tagungsbericht zur internationalen und interdisziplinären Tagung der Universität Siegen vom 5.- 7. Juni 2008. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. S. 646.

SONTAG, Susan (2004): Endloser Krieg, endloser Strom von Fotos: Die Folter der Gefangenen ist keine simple Verfehlung. In: Süddeutsche Zeitung. Nr. 118, 24.05.2004. S. 13.

STONE, Allucquère Rosanne (1991): Will the Real Body Please Stand Up?: Boundary Stories about Virtual Cultures. In: Michael Benedikt (Hg.): Cyberspace: First Steps. Cambridge; Mass: MIT Press. S. 81-118.

#### **8.4. Onlinequellen**

BAUMGARTNER, Peter; Himpsl, Klaus (2008): Web 2.0: Generation "Prosumer". S. 26-29. [http://www.peter.baumgartner.name/schriften/publications-de/pdfs/baumgartner\\_web\\_2008.pdf](http://www.peter.baumgartner.name/schriften/publications-de/pdfs/baumgartner_web_2008.pdf). Zugriff: 31.01.2011.

BEISCH, Stephanie (2014) Studentin täuscht Familie und Freunde: Auf Facebook im Asien-Urlaub. <http://www.stern.de/panorama/studentin-taeuscht-familie-und-freunde-auf-facebook-im-asien-urlaub-2136073.html> . Zugriff: 20.11.2014.

BENDRATH, Ralf (2007): Der "gläserne Bürger" und der vorsorgliche Staat: Zum Verhältnis von Überwachung und Sicherheit in der Informationsgesellschaft. In: kommunikation@gesellschaft. Jg. 8, Beitrag 7. Online Publikation: [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B7\\_2007\\_Bendrath.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B7_2007_Bendrath.pdf). Zugriff: 15.11.2010.

- CARR, Nicholas (2005): The amorality of Web 2.0. In: ROUGH TYPE, 3.10.2005. [http://www.roughype.com/archives/2005/10/the\\_amorality\\_o.php](http://www.roughype.com/archives/2005/10/the_amorality_o.php). Zugriff: 15.11.2010.
- CHANDLER, Daniel (1997) : Writing Oneself in Cyberspace. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/homepgid.html>. Zugriff: 4.11.2010.
- DELEUZE, Gilles (1990): Postskriptum über die Kontrollgesellschaften. In: L'autre Journal1. S. 254-262. S. 255. <http://www.formatlabor.net/nds/Deleuze-Postskriptum.pdf>. Zugriff: 08.09.2014
- DELEUZE, Gilles (1993): Unterhandlungen 1972-1990: Aus dem Französischem von Gustav Roßler. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. S. 251. [http://library.mpib-berlin.mpg.de/toc/z2012\\_1134.pdf](http://library.mpib-berlin.mpg.de/toc/z2012_1134.pdf). Zugriff: 08.09.2014.
- DÖRING, Nicola: Identität + Internet = Virtuelle Identität? In: [http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user\\_upload/Medienbildung\\_MCO/fileadmin/bibliothek/doering\\_identitaet/doering\\_identitaet.pdf](http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/doering_identitaet/doering_identitaet.pdf). Zugriff: 13.12.2014.
- DÖRING, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hofgreffe. [http://www.unihildesheim.de/meum/index.php?option=com\\_content&task=view&id=257&Itemid=262](http://www.unihildesheim.de/meum/index.php?option=com_content&task=view&id=257&Itemid=262). Zugriff: 14.12.2014.
- DROTSCHMAN, Mirko (2010): Baumarkt 2.0.: Do-It-Yourself: Youtube und die Digital Natives. In: Journal of New Frontiers in Spatial Concepts. Volume 2. S. 18- 27. [http://ejournal.uvka.de/spatialconcepts/wpcontent/uploads/2010/03/spatialconcepts\\_article\\_1083.pdf](http://ejournal.uvka.de/spatialconcepts/wpcontent/uploads/2010/03/spatialconcepts_article_1083.pdf). Zugriff: 25.01. 2011.
- ERKEN, Rebecca (2014): Fake-Bilder auf Facebook: Urlaubslüge nach Thailand: Ein Interview mit Zilla van den Born. <http://www.spiegel.de/unispiegel/heft/facebook-luege-hollaendische-studentin-taeuscht-asien-reise-vor-a-998943.html>. Zugriff: 20.11.2014
- FISCHER, Jan: Viralkritik: Das Netz erzählt Geschichten. [http://www.huffingtonpost.de/jan-fischer/viralkritik-das-netz-erzaehlt-geschichten--zoe-quinn\\_b\\_5834262.html](http://www.huffingtonpost.de/jan-fischer/viralkritik-das-netz-erzaehlt-geschichten--zoe-quinn_b_5834262.html). Zugriff: 20.11.2014.
- GLASER, Mark (2007): Twitter Founders Thrive on Micro-Blogging Constraints. Public Broadcasting Service (PBS), 17. Mai 2007. <http://www.pbs.org/mediashift/2007/05/twitter-founders-thrive-on-micro-blogging-constraints137.html>. Zugriff: 26.5.2010.
- HEWIG, Jana (2010): Die 140-Zeichen-Frage: Microblogging, Twitter und die eliminoide Verhandlung des Sozialen im Web 2.0. In: Klaus Neumann-Braun [u.a.]: Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web: Bilder-Handeln und Peergroup- Kommunikation auf Facebook und Co, Baden-Baden: Nomos. S. 1.

[http://homepage.univie.ac.at/jana.herwig/PDF/HerwigJana\\_Microblogging\\_Preprint.pdf](http://homepage.univie.ac.at/jana.herwig/PDF/HerwigJana_Microblogging_Preprint.pdf). Zugriff: 21.1.2011.

KELLY, Paul J.: Human Identity Part 1: Who Are You?. 1995. In: <http://www-home.calumet.yorku.ca/pkelly/www/id1.htm>. Zugriff: 12.12.2014.

KEUPP, Heiner (1999): Postmoderne Identitäten. Material zum Vortrag im Rahmen der Tagung „Die Grammatik urbanen Zusammenlebens“ an der Universität Köln. Köln: 9./10.9.1999. [http://www.ipp-muenchen.de/texte/postmoderne\\_identitaeten.pdf](http://www.ipp-muenchen.de/texte/postmoderne_identitaeten.pdf). Zugriff: 12.10.2010.

KEUPP, Heiner (2004): Individuelle Auswirkungen der Globalisierung. Material zum Vortrag bei der Tagung „Globalisierung und soziale Arbeit“ in der Akademie für politische Bildung. Tutzing, 3.1.2004. <http://www.ipp-muenchen.de/texte/globalisierung.pdf>. Zugriff: 12.10.2010.

KNATZ, Birgit: Facetten des Ich - Identitäten im Netz. <http://www.schreiben-tut-der-seele-gut.de/pdf/identitaet.pdf>. Zugriff: 27.11.2010.

KOLLMANN, Karl (2010): Konsumarbeiter werden "Prosumer". <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/32/32843/1.html>. Zugriff: 02.02.2011.

LEMKE, Thomas (2001): Gouvernamentalität. In: [http://www.thomaslemkeweb.de/publikationen/Gouvernamentalit%E4t%20\\_Kleiner-Sammelband\\_.pdf](http://www.thomaslemkeweb.de/publikationen/Gouvernamentalit%E4t%20_Kleiner-Sammelband_.pdf). Zugriff: 19.08.2014. S 6.

LUHMANN, Niklas: Soziologische Aufklärung 4: Beiträge zur funktionalen Differenzierung der Gesellschaft. In: <http://steffenroth.files.wordpress.com/2012/03/84045842-luhmann-soziologische-aufklarung-4.pdf>. Zugriff: 10.12.2014.

MEDIENBAUKASTEN. In: Kefk Network. <http://kefk.net/Medium/Terminologie/Medienbaukasten/index.asp>. Zugriff: 27.11.2010.

MÜLLER, Jörg (1996): Virtuelle Körper: Aspekte sozialer Körperlichkeit im Cyberspace. In: WZB Discussion Paper FS II 96-105. Berlin. S.14. <http://duplox.wz-berlin.de/dokumente.html/>. Zugriff: 4.10.2010.

NÄSER, Torsten (2008): Authentizität 2.0 – Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach ‚Echtheit‘ im Videoportal YouTube. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 9/2. Online-Publikation: [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2\\_2008\\_Naerer.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2_2008_Naerer.pdf). Zugriff: 2.10.2010.

NIEDNER, Barbara: <http://www.verhaltensbiologie.de>. Zugriff: 28.01.2011.

PETERS, Anne (2014): Scheinwelt im Netz: Studentin täuscht auf Facebook Asien-Reise vor. <http://www.rp-online.de/digitales/studentin-taeuscht-auf-facebook-asien-reise-vor-aid-1.4515161>. Zugriff: 20.11.2014.

PETERSEN, Søren Mørk (2008): Loser Generated Content. From Participation to Exploitation. In: First Monday, Vol.13/3. <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2141/1948>. Zugriff: 3.5.2010.

REGENER, Susanne (2008): Medienamateure: Wie verändern Laien unsere visuelle Kultur?. Siegen. [http://www.medienamateure.de/bericht\\_szope.html](http://www.medienamateure.de/bericht_szope.html). Zugriff: 28.11.2010

SCHÖNBERGER, Klaus (2005): Scheinbar un-wahr. In: Kuckuck 1: 18-23. Zitiert nach: Torsten (2008): Authentizität 2.0 - Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach 'Echtheit' im Videoportal YouTube. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 9, Beitrag 2. Online-Publikation: [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2\\_2008\\_Naeser.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B2_2008_Naeser.pdf). Zugriff: 09.05.2014.

SCHRÖDER, Bernhard: Identität im historischen Wandel aus machttheoretischer Perspektive. Diplomica, 2010. S. 1. In: <http://www.diplom.de/e-book/227553/identitaet-im-historischen-wandel-aus-machttheoretischer-perspektive>. Zugriff: 10.12. 2014.

SCHULZE, Tobias: Internet und Brechts Radiotheorie. In: LINKSNET: UTOPIEkreativ. <http://www.linksnet.de/de/artikel/19844>. Zugriff: 26.11.2010.

Selbstdarstellung im Netz: Gepostete Urlaubsfotos erzeugen Neid. <http://www.wort.lu/de/lifestyle/selbstdarstellung-im-netz-gepostete-urlaubsfotos-erzeugen-neid-541c2a9eb9b3988708067803>. Zugriff: 20.11.2014.

SONDEREGGER, Ralf (1997): Werte, Identität und neue soziale Bewegungen. In: Social Movements, Pressure Groups and Political Parties: Online Publications. [http://socio.ch/movpar/t\\_rsonder1.htm](http://socio.ch/movpar/t_rsonder1.htm). Zugriff: 10.10.2010.

STÄHLER, Patrick (2001): Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie: Merkmale, Strategien und Auswirkungen. Köln-Lohmar: Josef Eul. S. 107. <http://www.business-model-innovation.com/definitionen/neuemedien.html>. Zugriff: 05.01. 2011.

Top-Kundenrezensenten Rangliste. [http://www.amazon.de/review/guidelines/top-reviewers.html/ref=cm\\_pdp\\_rev\\_ln\\_ntr](http://www.amazon.de/review/guidelines/top-reviewers.html/ref=cm_pdp_rev_ln_ntr). Zugriff: 01.02.2011.

Über Nacht zum Milliardär - Die Geschichte von YouTube (2008). <http://www.infohammer.de/uber-nacht-zum-milliardar-die-geschichte-von-youtube/>. Zugriff: 27.01.2011.

Urlaubsfake auf Facebook: Schöne falsche Welt. <http://www.taz.de/!145957/>. Zugriff: 20.11.2014.

USKI, Suvij; Airi Lampinen (2014): Social norms and self-presentation on social network sites: Profile work in action. Helsinki: New Media & Society, 2014. zitiert in: To Look Authentic On Social Media, Fake It Up A Little?. Science 2.0: [http://www.science20.com/news\\_articles/to\\_look\\_authentic\\_on\\_social\\_media\\_fake\\_it\\_up\\_a\\_little-142586](http://www.science20.com/news_articles/to_look_authentic_on_social_media_fake_it_up_a_little-142586). Zugriff: 18.11.2014.

Wikipedia über sich selbst: <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Sprachen>. Zugriff: 02.02. 2011.

WOLF, Anneke (2002): Diaristen im Internet: Vom schriftlichen Umgang mit Teilöffentlichkeiten. Online-Publikation: [http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B6\\_2002\\_Wolf.pdf](http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B6_2002_Wolf.pdf). (Zugriff: 19.11.2007). S. 4.

WONG, Yishan: Facebook around the world. <http://blog.facebook.com/blog.php?post=10056937130>. Zugriff: 26.5.2010.

Zum Begriff der Identität: <http://www.kulturglossar.de/html/i-begriffe.html#identitaetspolitik>. Zugriff: 10.12.2014.

Zum Begriff der Virtualität: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Virtualitaet>. Zugriff: 12.12.2014.

## 8.5. Film/ YT-Videos

BORN van den, Zilla: Video von der Fake-Auflösung. <http://vimeo.com/album/2458259/video/69182140>. Zugriff: 29.11.2014.

BORN van den, Zilla: Skype-Telefonate. <http://vimeo.com/album/2458259/video/68079152>. Zugriff: 29.11.2014.

## 8.6. Abbildungen

*Abb. 1:* Darstellung des benthamschen Panopticons In: [https://gedankenfrei.files.wordpress.com/2010/11/panopticon\\_bentham.jpg?w=595](https://gedankenfrei.files.wordpress.com/2010/11/panopticon_bentham.jpg?w=595). Zugriff: 18.12.2014.

*Abb. 2:* Registrierungsmaske für die Social Networking Plattform *Facebook* In: <https://de-de.facebook.com/>. Zugriff: 18.12.2014.

*Abb. 3:* Facebookprofil von Zilla van den Born In: [www.zillavandenborn.nl](http://www.zillavandenborn.nl)

*Abb. 4:* Erzeugung von Privatheit. Zeit: 00:20". In: <http://vimeo.com/album/2458259/video/68079152>. Zugriff: 29.11.2014.

- Abb. 5:* Authentische Darstellung des Klimas. Zeit: 00:15". In:  
<http://vimeo.com/album/2458259/video/68079152>. Zugriff: 29.11.2014.
- Abb. 6:* Gezieltes Manipulieren der Umgebung. Zeit: 00:17". In:  
<http://vimeo.com/album/2458259/video/68079152>. Zugriff: 29.11.2014.
- Abb. 7:* Screenshots von der Videoaufnahme, wie Zilla van den Born den Fake auflöst.  
 Zeiten: 00:18"; 00:15"; 00:16"; 00:32". In:  
<http://vimeo.com/album/2458259/video/69182140>. Zugriff: 29.11.2014.
- Abb. 8:* Bild aus dem Internet. In: <http://www.zillavandenborn.nl/portfolio/sjezus-zeg-zilla/>. Zugriff: 29.11.2014.
- Abb. 9:* Eigenes Foto darübergerlegt. In:  
<http://www.zillavandenborn.nl/portfolio/sjezus-zeg-zilla/>. Zugriff: 29.11.2014.
- Abb. 10:* Photoshopretusche. In: <http://www.zillavandenborn.nl/portfolio/sjezus-zeg-zilla/>. Zugriff: 29.11.2014.
- Abb. 11:* Gegenüberstellung des Repressiven und Emanzipatorischen Mediengebrauchs.  
 In: Hans Magnus Enzensberger (1970 b): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Pias, Claus [u.a.] (1999): Kursbuch Medienkultur: Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt. S. 264- 278. S. 278.
- Abb. 12:* Warnhinweis vor einem potentiell unangemessenen Inhalt. In:  
<https://www.youtube.com/watch?v=Bqw9Yt26f9I&feature=youtu.be>. Zugriff: 10.08.2014.
- Abb. 13:* Hinweis auf ein von der Community gemeldetes Video. In:  
[www.youtube.com/verify\\_age?next\\_url=watch%3DBCLrvSVd27U%26feature%3Ddigest\\_sat](http://www.youtube.com/verify_age?next_url=watch%3DBCLrvSVd27U%26feature%3Ddigest_sat). Zugriff: 10.08.2014.
- Abb. 14:* Bestätigungsfunktion für die Altersfreigabe. In:  
<https://www.youtube.com/watch?v=vu7PK1vEhrU>. Zugriff: 10.08.2014.
- Abb. 15:* Auswahlmaske bei der Meldefunktion von YouTube. In:  
<https://www.youtube.com/> Zugriff: 12.12.2014.
- Abb. 16:* Bestätigungsmaske. In: <https://www.youtube.com/>. Zugriff: 12.12. 2014.
- Abb. 17:* Icons der bereitgestellten Embeddingmöglichkeiten auf YouTube. In:  
<https://www.youtube.com/>. Zugriff: 12.12.2014.

*Abb. 18:* Bewertungen der UserInnen auf *amazon*. In: <http://www.amazon.de/>. Zugriff: 09.09.2014.

*Abb. 19:* Profilansicht auf *amazon*. In: [http://www.amazon.de/gp/pdp/profile/A49P2WJF75SZP/ref=cm\\_cr\\_tr\\_tbl\\_hof\\_name](http://www.amazon.de/gp/pdp/profile/A49P2WJF75SZP/ref=cm_cr_tr_tbl_hof_name). Zugriff: 09.09.2014.

*Abb. 20:* Rangliste der Top-Kunden-RezendentInnen bei *amazon* (HALL OF FAME). Stand: 09.09.2014. In: <http://www.amazon.de/review/hall-of-fame>. Zugriff: 09.09.2014.

## 9. ANHANG

### 9.1. Abstract [D]

In der vorliegenden Arbeit wird der Einfluss der normierenden Machtmechanismen der Social-Media-Plattformen auf die Identitätskonstruktionen der UserInnen untersucht. Unter Zuhilfenahme der (Macht-)Theorien von Foucault und Deleuze sowie den Analysen von Bublitz, Hall und Reckwitz zu Identitäts- und Subjektivierungsfragen wird versucht, signifikante Trends der idealisierten Selbstinszenierung auf Social Media Seiten aufzuzeigen. Im Fokus des Interesses stehen dabei die Machtmechanismen der sozialen Medien, die Selbstdarstellungsstrategien der UserInnen sowie den Auswirkungen und Möglichkeiten der daraus resultierenden Wechselwirkungen.

Es wird dabei analysiert, inwieweit die softwaretechnisch unterstützte Identitätsarbeit soziale Barrieren aufzuheben vermag, um damit einen emanzipatorischen Mediengebrauch ermöglichen zu können, oder ob diese lediglich neue Identitätskonstruktionen innerhalb normativer Rahmungen darstellen. Eine entscheidende Rolle für die Erzählmöglichkeiten der UserInnen spielen hier etwa die Software Codes virtueller Netzwerke und ihren Funktionalitäten, in denen sich die Kontroll- und Überwachungsmuster, in einem Zusammenspiel aus Selbst- und Fremdkontrolle, widerspiegeln. Diesbezüglich wird untersucht, inwieweit Selbstinszenierungen eine autonome Entscheidung sind, oder ob es sich dabei vielmehr um einen widersprüchlichen Zwang zur Selbstreflexion handelt, indem sich Individuen in einem Akt der freiwilligen Selbstkontrolle auf scheinbar selbstverständliche Art und Weise soziale Regulative in das eigene Selbst integrieren.

## 9.2. Abstract [E]

The presented thesis attempts to investigate the influence of normative power mechanisms of social media platforms on the construction of identities.

Based on the theories of Foucault and Deleuze as well as the identity analysis of Bublitz, Hall and Reckwitz, it attempts to identify significant trends of the idealized self-presentation on social media sites. The focus of interest is on the mechanisms of power of social media, self-presentation strategies of the users and the impact and opportunities of the resulting interactions.

Furthermore, it will analyze to which extent the software technology supported identity work is able to abolish social barriers in order to allow an emancipatory use of media or whether it merely represents new constructions of identity within normative framing. Construction of identity, as well as the representation of the self is directly impacted by the software code of virtual networks and their functionalities, in which the control and monitoring patterns reflect themselves in a combination of self and foreign control. In this regard, the thesis will examine to which extent self-constructions are an autonomous decision or whether it is, rather, a contradictory compulsion for self-reflection, which integrate individuals in an act of self-regulation on seemingly obvious way and manner social regulative in one's own self.

### 9.3.

## LEBENS LAUF

### PERSÖNLICHE DATEN

---

Name: Claudia Atteneder  
Geburtsdatum: 30.03.1987  
Geburtsort: Linz  
Staatsbürgerschaft: Österreich

### SCHULISCHE UND UNIVERSITÄRE AUSBILDUNG

---

01/ 12/ 2014 Studienbeginn an der Hauptuniversität Wien  
Bachelorstudium Betriebswirtschaft

01/ 10/ 2005 Studienbeginn an der Hauptuniversität Wien  
Theater- Film- und Medienwissenschaften mit  
Spezialisierung(en): Betriebswirtschaft (IBWL)  
Kulturmanagement  
Gender Studies

10/ 2001 - 06/ 2005 Bundesoberstufenrealgymnasium mit  
Schwerpunkt Kunst und Medien; Perg  
Matura mit gutem Erfolg abgeschlossen

### PRAKTISCHE ERFAHRUNG

---

seit 07/ 03/ 2012 Avnet Technology Solutions (Zweigstelle Wien)  
Tätigkeit: Assistentin

27/ 10/ 2011 - 16/ 11/ 2011 Praktikum in der TFM - StudienServiceStelle an  
der Universität Wien  
Tätigkeit: Organisation & Archiv

09/ 02/ 2011 - 20/ 03/ 2011 Cirque du Soleil's Corteo European Tour - Staff  
member

01/ 04/ 2010 - 30/ 04/ 2010	Praktikum im Staatsarchiv Wien (ÖStA) Ausbildungsplatz: Archiv der Republik (AdR) - Einführung in das Archivwesen; Restaurierwerkstätte Fond: Sonderarchiv Moskau Tätigkeit: Datenordnung & Sicherung nach archivischen und konservatorischen Grundsätzen zur Einspeisung in das Archivinformationssystem (AIS)
29/ 03/ 2010 - 30/ 09/ 2010	Mitarbeit bei UTV (unabhängiges Unifernsehen) Ausbildung: Kamera/Schnitt/Ton

### SONSTIGE KENNTNISSE

---

Sprachen	Deutsch (Muttersprache) Englisch (Maturaniveau) Französisch (Grundkenntnisse)
EDV	Sehr gut im Umgang mit MS-Office; Social Media Schnittprogramme (Audio & Video) Photoshop- & Gimp 2- Erfahrung