



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Schrift- und bildsprachliche Wissenstechniken und
Kommunikationsformen auf der Sozialen Netzwerkseite
Facebook“

Verfasserin

Bakk. Phil. Jeanne Nickels

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Diplomstudium Theater- Film- und Medienwissenschaften

Betreuerin ODER Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Ramón Reichert

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle sehr herzlich bei Herrn Univ.-Prof. Dr. Ramón Reichert für seine Unterstützung und seine Geduld bedanken. Ganz besonderen Dank gilt meiner Familie und meinen FreundInnen, die mir mit wunderbaren Momenten mein Leben versüßen.

Inhaltsverzeichnis

O. Einleitung	6
I. Facebook: Eine Einführung	9
II. Überwachung und Subjektkonstitution auf Facebook.....	12
II. 1. Grundlagen für kontroll- und überwachungsgesellschaftliche Diskurse und Sprachverständnis	12
II. 1. 1. Gesellschaft, Überwachung und Kontrolle	12
II. 1. 2. Sprachverständnis und Macht	18
II. 2. Grundlagen der Identitätsarbeit und des Selbstmanagements auf Facebook	20
II. 2. 1. Schriftliche Kommunikation auf der SNS Facebook	21
II. 2. 2. Identitätskonstruktion der UserInnen	29
II. 2. 3. Selbstmanagement und Praktiken der Fremdaneignung auf Facebook.....	33
III. Das Profil	47
III. 1. Wissenstechniken im Rahmen der Profilseite.....	47
III. 1. 1. Anleitung und Funktion der Profilseite.....	47
III. 1. 2. Unternehmerische Taktiken und Taktiken des Unternehmens	50
III. 1. 3. Wichtigkeit der „benutzerfreundlichen“ Software für das „gemischte“ Medium Facebook	58
III. 1. 4. Aufmerksamkeitskämpfe im Web 2.0.	63
III. 1. 5. Zwischen Selbstbeobachtung und Fremdbeobachtung	66
III. 1. 6. Evaluationen als Selbstkontrolle	69
III. 2. Die dritte Person als Nicht-Person	70
III. 2. 1. Benveniste über die dritte Person.....	71
III. 2. 2. Barthes und die Paranoia.....	73
III. 2. 3. Selbstbeobachtung der UserInnen auf Facebook	74
IV. Der/die unsichere AdressatIn.....	77
IV. 1. Datenverarbeitung im Medium	77
IV. 2. Sprache (Schrift- und Bildsprache) als Antwort auf den/die unsichere AdressatIn	79
IV. 2. 1. Schrift als Gedächtnis. Die Tagebuchfunktion der Pinnwandeinträge	80
IV. 2. 2. Schriftbildlichkeit im Medium Facebook	86
IV. 2. 3 Emoticons und <i>Emoji</i>	87
IV. 2. 4 Herzen	89
IV. 2. 5 Bildsprache und „Geschenke“	89
IV. 2. 6 Verlinkungen auf Facebook.....	91
IV. 2. 7 „I-Like“ Facebook	91
IV. 3 Soziales Kapital	93
V. <i>Conclusio</i>	96
VI. Bibliographie	101
VII. Abstract.....	108
VIII. Lebenslauf.....	109

O. Einleitung

Die soziale Netzwerkseite Facebook, die sich selbst als Anführerin interaktiver Online Kommunikationsplattformen betrachtet¹, zählt heute über 500 Millionen angemeldete NutzerInnen², ist Thema von diversen Artikeln in Zeitungen und Inhalt von Studien und wissenschaftlichen Arbeiten: Facebook ist in aller Munde.

International relevant wurde die Netzwerkseite erst 2006, als sie erstmals auch für Nicht-StudentInnen auf der ganzen Welt freigeschaltet wurde. Die Anzahl an wissenschaftlichen Studien ist aus diesem Grund noch eher gering, entwickelt sich jedoch rasant weiter. Neben einigen Monografien über soziale Netzwerke³ werden immer mehr wissenschaftliche Aufsätze⁴ und Diplomarbeiten zu diesem Thema veröffentlicht. Es ist in diesem Kontext interessant zu untersuchen, was über Facebook geschrieben wird. Je nach Arbeitsgebiet stehen beispielsweise entweder die sozialen Beziehungen, die wirtschaftlichen Vorteile der Plattform, die persönlichen Selbstdarstellungsstrategien, die Privatsphäre oder die Kommunikationsformen der UserInnen im Vordergrund.

Diese Diplomarbeit hingegen wird sowohl linguistische Fragestellungen erörtern, als auch medienwissenschaftliche und sozialwissenschaftliche Perspektiven anwenden, um die Frage zu erläutern, inwiefern Facebook und seine schrift- und bildsprachlichen Wissenstechniken und Kommunikationsformen die UserInnen beeinflussen.

Im Zentrum der Arbeit stehen die einzelnen Mechanismen des Mediums, die Strategien der NutzerInnen und vor allem die Konsequenzen dieser Wechselwirkungen. Um der Frage nach dem Einfluss des Mediums Facebook auf die NutzerInnen nachzugehen, habe ich die Schrift- und die Bildsprache als Basis meiner Untersuchungen genommen. Analysiert wird hierfür die Sprache von Facebook einerseits und andererseits auch die der UserInnen auf Facebook. Der Terminus Sprache wurde hier anderen Termini vorgezogen, weil er jede Art von Kommunikation (schriftliche, mündliche, zwischenmenschliche und maschinelle) umfasst. Mehr dazu in Kapitel II.1.2.

Im Zuge meiner Recherchen wurden folgende Hypothesen aufgestellt:

- 1) Die soziale Netzwerkseite Facebook übernimmt anhand einer standardisierten Inventarisierung und einer benutzerfreundlichen Software bestimmte Muster überwachungs-

¹Vgl. Cohen, Nicole. „The Valorization of Surveillance: Towards a Political Economy of Facebook.“ *Democratic communication*. 22, 2008, S.5-19.S.6.

²Where Facebook's Half a Billion Users Reside <http://radar.oreilly.com/2010/07/facebook-reaches-half-a-billion.html>
Stand: 14.11.10.

³Beispielsweise: Li Charlene „Facebook, YouTube, Xing und co“ (2009), Christoph Mörl „Soziale Netzwerke im Internet“ (2008).

⁴Viele davon sind im „Journal of Communication“ oder auch „Social Science Information“ zu finden.

und kontrollgesellschaftlicher Dispositive.⁵

- 2) In der Partizipationskultur⁶ Facebooks sind Taktiken der Selbst- und Fremdkontrolle der UserInnen eng miteinander verbunden. Sie werden vor allem durch wirtschaftliche Strategien generiert und sind für die Subjektkonstitution der UserInnen auf dem Medium unablässig.
- 3) Das Medium Schrift und die Symbolik, die Facebook bereitstellt, beeinflussen die UserInnen in ihrer zwischenmenschlichen Kommunikation. Hier spielen unter anderem Emoticons und spezielle schrift- und bildsprachliche Erfindungen Facebooks, wie die „Like“-Funktion eine wichtige Rolle.

Für diese Diplomarbeit war es grundlegend, eine klare Arbeitsmethode aufzustellen, die auf den Wechselwirkungen zwischen Subjekt und Medium basiert. Das Medium wird nicht getrennt von seinem Kontext betrachtet sondern immer in Kombination mit den jeweiligen Handlungen der UserInnen analysiert. Dabei ist die immer größer werdende Rolle der UserInnen im Web 2.0 nicht zu unterschätzen: Sie produzieren den Inhalt der sozialen Netzwerkseiten. Es ist in diesem Kontext wichtig, die Problematik des Techno-Optimismus und des Techno-Pessimismus, die in vielen wissenschaftlichen Arbeiten zu finden ist, zu berücksichtigen. Häufig trifft man auf eine übertriebene Begeisterung gegenüber sozialen Netzwerkseiten wie Facebook, oder auf eine gleichermaßen emotionale Ablehnung⁷.

Der Medienwissenschaftler Christian Fuchs erläutert diese Problematik und stellt in seinen Schriften eine dritte Option zur Verfügung, die er „kritische ISNS Forschung“⁸ nennt. Diese erfolgt durch eine ontologische Analyse des Mediums und untersucht Letzteres im Kontext asymmetrischer (ökonomischer) Verhältnisse. Die kritische ISNS (Integrated Social Networking Sites) Forschung setzt sich zum Ziel, eine möglichst große Anzahl an Auswirkungen und Einflüssen der Gesellschaft zu berücksichtigen und analysiert aus diesem Grund die verschiedenen Wechselwirkungen zwischen Medium, Kapitalismus, Politik und Kultur.⁹ Die Technologie und die Gesellschaft stehen hier in einer dialektischen Beziehung zueinander, da sie sich gegenseitig beeinflussen. Dialektische

⁵Bublitz verwendet den Begriff des Dispositivs in Anlehnung an Foucault, um die vielfältig miteinander verbundenen diskursiven und nichtdiskursiven Praktiken, die zur Machtsteigerung benutzt werden, zu beschreiben. (Bublitz 2010: 21). Ich werde mich für diesen Forschungsgegenstand vor allem an Foucault und Deleuze orientieren, mehr dazu in Kapitel II.1.1.

⁶Die Partizipationskultur entsteht mit den Anfängen des Web 2.0 in den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts, als die NutzerInnen ins Zentrum des Interesses gerückt sind. (Geert, Lovink. *Vortrag* <http://www.twentytwenty.at/2010/09/geert-lovink-%E2%80%99Edie-ungeteilte-online-identitat/> **Stand:** 29.10.10)

⁷Vgl. Cohen (2008), S.1.

⁸Fuchs, Christian. *Social Networking Sites and the Surveillance Society: A Critical Case Study of the Usage of studiVZ, Facebook, and MySpace by Students in Salzburg in the Context of Electronic Surveillance*. Salzburg/Vienna: Forschungsgruppe “Unified Theory of Information”, 2009. S.108.

⁹Vgl. Fuchs (2009), S.108.

Analysen, die sich diese Diplomarbeit zum Vorbild genommen hat, untersuchen die verschiedenen Potentiale und Kräfte der jeweiligen Gegenstände und versuchen die scheinbaren Widersprüche der unterschiedlichen Kanäle zu erklären und ihren Ursprung zu deuten¹⁰. In dieser Diplomarbeit wird versucht, wenn auch in kleinerem Umfang, auf eine ähnliche Art und Weise auf die Auswirkungen der Facebook- Kommunikation einzugehen.

Da mir weder qualitative noch quantitative empirische Studien für das Thema passend erschienen, basiert diese Diplomarbeit auf den Theorien verschiedener PhilosophInnen, LinguistInnen und MedienwissenschaftlerInnen, die ich für diese spezifische Problematik ausgesucht habe. Beispielsweise bildet das Konzept der Selbsttechnologien von Foucault eine wichtige Stütze für die Analyse sprachlicher Äußerungen von UserInnen auf Facebook. Ich werde versuchen, verschiedene ausgewählte Termini und Konzepte unterschiedlicher AutorInnen auf bestimmte Bereiche Facebooks anzuwenden, um deren Relevanz für das Medium zu untersuchen. Anhand meines eigenen Profils¹¹ werde ich Beispiele von Statusmeldungen von FreundInnen geben und die Architektur des Mediums untersuchen. Ziel meiner Arbeit ist es aus diesem Grund nicht, allgemeingültige Aussagen über das Verhalten der UserInnen auf Facebook zu machen, sondern vielmehr gewisse Tendenzen (der UserInnen und des Mediums) zu beleuchten und zu beschreiben.

Das erste Kapitel wird den Forschungsgegenstand und die wichtigsten Termini kurz erläutern. In Kapitel II werden die Grundlagen für das Verständnis von Überwachung einerseits und von Sprache¹² andererseits erklärt. Es werden die politischen und soziologischen Theorien von Foucault und Deleuze und die sprachwissenschaftlichen Konzepte Krämers, Bourdieus und Benvenistes erläutert. Anschließend wird auf die Identitätskonstruktion eingegangen, bei der kurz die wichtigsten Eigenschaften von Facebook skizziert werden.

Kapitel III wird als umfangreichstes Kapitel die Profilseite analysieren und anhand mehrerer Beispiele zeigen, inwiefern wir uns als UserIn selbst beobachten und überwachen. Schließlich wird in Kapitel IV die Rolle des/der unsicheren AdressatIn und die Relevanz von Sprache in diesem Kontext erläutert. Hier wird letztlich versucht, einen anderen Blickwinkel anzuwenden, um das Beobachten auch in einer Partizipationskultur des Web 2.0 zu verorten.

¹⁰Vgl. Ebda, S. 22.

¹¹Wie sie auf meinem Profil zu sehen ist, wird die Terminologie des Mediums in dieser Arbeit auf Englisch zitiert.

¹²Fotografien werden in dieser Diplomarbeit nicht behandelt.

I. Facebook: Eine Einführung

Ich werde in den folgenden Zeilen den Forschungsgegenstand, wie auch einige Grundbegriffe kurz einführen und anschließend auch den Kontext dieser Arbeit näher erläutern.

Facebook ist eine Internetplattform zur Entwicklung sozialer Netzwerke, die im Februar 2004 von Mark Zuckerberg (und anderen Beteiligten) an der Harvard University gegründet wurde. Ihre Entstehung ist in einer allgemeinen Entwicklung sozialer Netzwerke, bei denen Friendster 2002, LinkedIn und MySpace 2003 eine grundlegende Rolle spielen, zu verorten¹³. Ursprünglich war Facebook nur für StudentInnen Harvards zugänglich, wurde aber später auch für andere Universitäten freigegeben. 2006 konnten auch ausländische StudentInnen und erstmals Nicht-StudentInnen Facebook benutzen. Hiermit wurde die Plattform international relevant und konnte nicht nur soziale sondern auch politische Interessen fördern. Es ist wichtig das Ausmaß und die Möglichkeitsspanne Facebooks immer im Auge zu behalten, denn es handelt sich um ein Instrumentarium, das für verschiedene Zwecke benützt werden kann.

In den wissenschaftlichen Diskursen über Facebook werden verschiedene Termini benützt, beispielsweise „social network site“, „social networking site“ oder auch „integrated social networking site“. Der Text von Boyd und Ellison von 2007 gilt als Referenz für das Schreiben über soziale Netzwerke. Sie definieren „social network sites“ als „web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system.“¹⁴ Sie benutzen den Ausdruck „network“, weil „networking“ sich ihrer Meinung nach besser für das Netzwerken zwischen Fremden eignet und daher für Facebook unpassender erscheint. Im Gegensatz dazu, beschreibt Fuchs in seiner Studie „Social Networking Sites and the Surveillance Society“ den Begriff der „Integrated Social Networking Sites“ als einen für Facebook besser geeigneten Begriff als „social network(ing) sites“, da er auf eine Web-basierte Plattform verweist, die mehrere Medien, Informations- und Kommunikationstechnologien vereint und eine Hybridform von Web 2.0, Web 3.0 und Web 1.0 darstellt.¹⁵

Fuchs Definition ist einerseits umfangreicher, andererseits auch für Facebook passender, da sie verschiedene Funktionen des Mediums beinhaltet. Gleichzeitig sind einige Aspekte von Facebook

¹³*The history of Social Networking* <http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/>
Stand: 17.11.10.

¹⁴Boyd, Danah & Ellison, Nicole. “Social network sites: Definition, history, and scholarship.” *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13, article 11 (2007), S.1-13.S.2.

¹⁵Vgl. Fuchs (2009), S. 108.

nicht in der Definition von Boyd enthalten, wie zum Beispiel die Technologie, die das Medium zur Verfügung stellt, um bestehende Beziehungen aufrecht zu erhalten. Ich werde jedoch in dieser Arbeit aus Gründen der Einfachheit den Terminus „social network site“, also „soziale Netzwerkseite“ (SNS) benutzen, mit dem Hintergedanken, dass diese Netzwerkseite nicht nur für soziale, sondern auch für politische und wirtschaftliche Zwecke benutzt werden kann. Das „Soziale“ kann hier nämlich auch als Alibi fungieren.

Zwei Grundbegriffe, die für meine Arbeit wichtig sind, sind „Überwachung“ und „Kontrolle“. Für das Verständnis dieser Konzepte wird auf die Theorien von Foucault, Deleuze und Fuchs zurückgegriffen. Sie sind deshalb für die Arbeit relevant, weil die Privatsphäre der UserInnen sehr oft im Mittelpunkt des Diskurses über Facebook in den Medien steht. Interessant ist hier, dass die Frage nach Überwachungsmaßnahmen immer mit der Frage nach Sicherheit geknüpft ist. Der entstandene Diskurs dreht sich um die Gegenüberstellung von Überwachung und Privatsphäre, wobei Letztere als viel weniger relevant, sogar als trivial betrachtet wird.¹⁶

Das Schlüsseldatum für die Intensivierung elektronischer Überwachung ist der 11. September 2001. Der darauf folgende Kampf gegen den Terrorismus spielt eine wesentliche Rolle für die Berechtigung von Überwachung im Allgemeinen.¹⁷ Es entsteht ein Druck auf die verschiedenen Staaten, möglichst viele Informationen über ihre BürgerInnen zu sammeln, um diese zu „beschützen“. Diese Veränderungen, könnte man als den Beginn einer Entwicklung hin zu einer Überwachungsgesellschaft betrachten. In dieser Gesellschaft werden die BürgerInnen von vornherein als potenzielle TäterInnen angesehen.

„In the surveillance society, the state is suspicious of individuals, everyone is suspected to be a potential criminal, the principle that you are not guilty before proven guilty seems to be reverted, one seems to be automatically suspected as being guilty as long as one cannot prove that one does not have criminal or terrorist intents.“¹⁸

Es ist demnach entscheidend, Überwachung als kritisches Konzept zu betrachten. Fuchs unterscheidet zwischen „electronic monitoring“ und „electronic surveillance“, wobei sich ersteres auf die Möglichkeit elektronischer Systeme bezieht, das Bereitstellen und Sammeln von Informationen zustande zu bringen. Zweiteres wird als das Sammeln von Informationen über Individuen oder Gruppen mit dem Ziel institutionelle oder wirtschaftliche Gewalt auf diese auszuüben, definiert.¹⁹ Der Überwachungsdiskurs erfolgt also prinzipiell auf zwei Ebenen: Auf der einen Seite steht die Datenarchitektur, die durch elektronisch angefertigte Software bestimmte Normen festlegt, Infor-

¹⁶Vgl. Lakits, Sonja. *Ich habe nichts zu verbergen: Eine empirische Studie über das Privatsphären-Verhalten von Facebook-NutzerInnen in Hinblick auf die Identitätskonstruktion und die Vorratsdatenspeicherung*. Wien: Univ., Mag.-Arb., 2009. S.12.

¹⁷ Vgl. Cohen, (2008), S.16.

¹⁸Fuchs (2008), S.28.

¹⁹Vgl. Ebda S.24.

mationen speichert und für eine gewisse Transparenz sorgt. Auf der anderen Seite sind der Gebrauch und die Rolle der UserInnen zu verorten, die sich in einer Geständniskultur zu bewegen scheinen – eine Kultur, in der UserInnen immer mehr persönliche Informationen freigeben (müssen). Der Diskurs über die Privatsphäre der NutzerInnen Facebooks scheint in den Medien im Zentrum der Kritik an SNS zu stehen.

Diese Arbeit wird nicht so sehr auf die Bedingungen von Privatsphäre auf der SNS Facebook und die dadurch entstandene Macht des Mediums eingehen, weil diese Problematik schon Inhalt verschiedenster Arbeiten ist.²⁰ Es wird versucht jene sprachlichen und technischen Phänomene näher zu beleuchten, die implizite Bedingungen für Überwachungsmechanismen schaffen. Ich werde versuchen folgende Fragen zu beantworten: „Was sind die Bedingungen, die Facebook schafft, um bestimmte Muster und Mechanismen eines Überwachungssystems zu kreieren?“, „Welche Reaktion erfolgt von Seiten der UserInnen?“.

Der Umfang dieser Arbeit erlaubt es nicht alle Mechanismen adäquat zu analysieren. Stattdessen werde ich versuchen einige Muster oder bestimmte auffallende Tendenzen zu beschreiben und ihren Ursprung zu finden.

Diese Diplomarbeit ist auch im Kontext eines Plädoyers für die Notwendigkeit das Problem der Sprachmedialität in den Diskurs der Medientheorie mit einzubeziehen, zu verorten. Der Linguist Ludwig Jäger spricht von einer Sprachvergessenheit des Mediendiskurses einerseits, und von einer Medialitätsvergessenheit der kognitivistischen Sprachtheorie andererseits.²¹ Er kritisiert den niedrigen Stellenwert und die Funktion der Sprache in den neuen medialen Kontexten. Wie später erläutert wird, muss Sprache selbst auch als Medium definiert werden, als anthropologisches Rahmen-Medium und als metamediales Bezugssystem.²²

²⁰Beispielsweise: Fuchs, Cohen etc.

²¹Vgl. Jäger, Ludwig. „Die Sprachvergessenheit der Medientheorie. Ein Plädoyer für das Medium Sprache.“ Kallmeyer, Werner (Hg.). *Sprache und neue Medien*. Berlin [u.a.]: de Gruyter Verlag, 2000. S.9.

²²Vgl. Ebda S.10-20.

II. Überwachung und Subjektkonstitution auf Facebook

Dieses Kapitel setzt sich vor allem mit dem theoretischen Hintergrundwissen über Sprache und Überwachung auseinander. Hier sollen die Grundbegriffe, wie auch die Grundtheorien, auf die ich mich beziehe, erläutert werden. Im Laufe der Arbeit wird versucht diese Theorien und Begriffe in Hinblick auf die soziale Netzwerkseite Facebook anzuwenden. Im ersten Teil werden die wichtigsten Thesen von verschiedenen PhilosophInnen und LinguistInnen analysiert, um das Verständnis von Sprache und Überwachung in Hinblick auf die Arbeit sinnvoll zu erläutern. Anschließend werden Taktiken der Identitätskonstruktion und des Selbstmanagements der UserInnen auf Facebook untersucht.

II. 1. Grundlagen für kontroll- und überwachungsgesellschaftliche Diskurse und Sprachverständnis

In dieser Diplomarbeit wird für das Grundverständnis von Überwachungs- und Kontrollgesellschaft auf die Theorien zweier französischer Philosophen zurückgegriffen: Foucault und Deleuze. Ihre Werke: „Überwachen und Strafen“²³, die Vorlesungsreihen „Technologien des Selbst“, „Gouvernementalität“ von Foucault und Deleuzes „Postskriptum über die Kontrollgesellschaften“²⁴ bilden das Grundgerüst, auf das sich die nachfolgenden Reflexionen stützen werden.

II. 1. 1. Gesellschaft, Überwachung und Kontrolle

II. 1. 1. 1. Disziplinalgesellschaften, Gouvernementalität und Technologien des Selbst

Foucaults Arbeitsmethode besteht prinzipiell darin, die verschiedenen zu untersuchenden Techniken und Mechanismen in ein historisches Feld, das die Konzeptionen und deren universellen Geltungsanspruch akzeptiert hat, zu verorten.²⁵ In „Überwachen und Strafen“ beschreibt Foucault die Veränderungen im 18. und 19. Jahrhundert, die zwischen dem klassischen Zeitalter und den Disziplinalgesellschaften stattgefunden haben, als die Marterrituale des 17. Jahrhunderts von der modernen Strafjustiz abgelöst wurden. Er vergleicht die Rolle des Körpers im neuen Machtsystem, das über Kontrolle und Disziplin und eine Architektur von Institutionen funktioniert, mit den Straftechniken des klassischen Zeitalters. Für beide Systeme steht der Körper im Mittelpunkt,

²³Foucault, Michel. *Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1976.

²⁴Deleuze, Gilles. « Post-scriptum sur les sociétés de contrôle. » *L'autre journal*. 1, 1990.
<http://libertaire.free.fr/DeleuzePostScriptum.html> Stand: 14.10.10

²⁵Vgl. Bröckling, Ulrich. (Lenke, T. Krasman, S.) *Gouvernementalität der Gegenwart: Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag, 2000. S.24.

jedoch auf unterschiedliche Art und Weise. Während im klassischen Zeitalter der gebranntmarkte Körper relevant war, handelt es sich in den Disziplinargesellschaften um eine Politik bezüglich der „Vielfalt von Körpern und Kräften einer Bevölkerung“²⁶. Der Körper wird in seine Einzelteile zerlegt: alle Gesten werden erfasst und überwacht.

„Was sich abzeichnet, ist weniger ein neuer Respekt vor dem Menschen im Verurteilten (...) sondern vielmehr eine Tendenz zu einer sorgfältigeren und verfeinerten Justiz, zu einem lückenloseren Durchkämmen des Gesellschaftskörpers. Es handelt sich um eine kreisförmige Entwicklung, in der sich die Zugangsschwelle zu den Gewaltverbrechen erhöht, die Unduldsamkeit gegenüber Eigentumsdelikten zunimmt, die Kontrollen dichter werden und die Strafmaßnahmen früher einsetzen und zahlreicher werden.“²⁷

Die Reformer des 18. Jahrhunderts wollen ein geregeltes System, streben also nach mehr Effektivität. Das, was kritisiert wird, ist die Willkür und die Unangemessenheit des klassischen Strafsystems, nicht so sehr dessen Strenge. Es geht nicht um eine gemäßigte Herangehensweise per se, sondern um eine fairere, um eine neue „Ökonomie der Strafgewalt“, also eine bessere Verteilung von Macht. Die neue Theorie der Strafgewalt ist also grundlegend für den Übergang zu den Disziplinargesellschaften.²⁸

Der Vergleich beider Systeme weist einen besonderen Unterschied auf: Während die traditionelle Macht sich selbst zeigt und kundtut, liegt die wichtigste Eigenschaft der Disziplinarmacht darin, unsichtbar zu sein. Hier sei die Parallele zu Facebook kurz zu erwähnen. Als Facebook-UserIn wird die ganze „Community“ sichtbar. Diejenigen jedoch, die hinter der Sozialen Netzwerkseite stehen und die Daten sammeln, bleiben unsichtbar. Kann man aber behaupten, dass sie die Macht hätten?

„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.“²⁹

Eine andere für das Thema relevante Komponente ist das Aufkommen von Dokumentationen in der modernen Strafgewalt. Alles wird dokumentiert da durch dieses Dokumentieren das Subjekt zum Objekt wird, und somit auch zum Gegenstand der Wissenschaft. Aus dem Individuum wird ein „Fall“.³⁰

In seinen frühen Werken und unter anderem in „Überwachen und Strafen“ benützt Foucault das Modell bestimmter Institutionen (das Gefängnis, die Schule, die Kirche), um drei Mechanismen

²⁶Foucault (1976), S.99.

²⁷Ebda.

²⁸Vgl. Foucault (1976), S.114.

²⁹Foucault (1976), S.241.

³⁰Vgl. Foucault (1976), S.246.

aufzuzeigen, die diesen Institutionen zugrunde liegen: die Norm, die dem Idealbild entsprechen muss, die verschiedenen Instrumente der Überwachung und die Strafe. Wie in weiterer Folge argumentiert wird, finden sich auf Facebook alle drei Ebenen wieder: Idealbilder werden von dem Medium erzeugt, Vergleichs- und Beobachtungsausensilien werden bereitgestellt und UserInnen können jederzeit mit dem Löschen ihres Accounts vom Medium bestraft werden.

Das Disziplinarsystem geht von einer präskriptiven Norm aus, ganz im Gegensatz zu den Sicherheitstechnologien, die mit dem Aufkommen der liberalen Gouvernamentalität im 18. Jahrhundert entwickelt wurden und die vom empirischen Normalen ausgehen. Letztere verstehen die Realität als Norm, als statistische Verteilung von Häufigkeiten (durch die Geburtenrate zum Beispiel)³¹.

Laut Foucault ist der moderne westliche Staat das „Ergebnis einer komplexen Verbindung ‚politischer‘ und ‚pastoraler‘ Machttechniken“³². Die Auflösung feudalständischer Strukturen, der Aufbau großer Territorial- und Kolonialmächte und die reformatorische und gegenreformatorische Bewegungen sorgten für die Verallgemeinerung der Pastoralmacht über den kirchlich religiösen Kontext hinaus und leiteten durch ihre pastoralen Führungstechniken die Entstehung von Subjektivierungsformen, die zum modernen und später zum kapitalistischen System führten, ein. Diese Regierungsformen wollten, im Vergleich zu früheren Modellen, die **Regierung vom Menschen** in den Mittelpunkt rücken und wurden durch allgemeine Reflexionen über den Terminus Regierung herbeigeführt. Die Rationalität von Regierung zielte auf das „richtige Verfügen über die Dinge“³³, also auf das richtige Nutzen der Macht, nach dem Vorbild der Ökonomie. Der Begriff der Rationalität bezieht sich bei Foucault auf die historischen Praktiken, die Wahrnehmungs- und Beurteilungsstrategien generieren. Es geht ihm darum zu untersuchen, „wie Rationalitätsformen sich selbst in Praktiken oder Systemen von Praktiken einschreiben und welche Rolle sie in ihnen spielen“³⁴. Foucaults Neuschöpfung „Gouvernamentalität“, ein Neologismus, der die französischen Begriffe „gouvernement“ und „mentalité“ verbindet, erlaubt es ihm eine dynamische Analyse zu entwickeln, die bestimmte Ereignisse als politisches Programm dechiffriert.³⁵

Der Begriff der Regierung öffnet die Mikrophysik der Macht für die makro-politische Problematik des Staates. In diesem Fall wird der Staat als „bewegliche(r) Effekt eines Regimes vielfältiger Gouvernamentalität“³⁶ verstanden. Der Staat wird selbst zum Gegenstand des Regierens. In dieser

³¹Vgl. Bröckling (2000), S.13.

³²Ebda S.11.

³³Ebda. S.12.

³⁴Ebda. S.20.

³⁵Vgl. Ebda. S.26.

³⁶Ebda. S.27.

Hinsicht ist es auch grundlegend zwischen Herrschaftstechniken und Selbsttechnologien zu unterscheiden. Während es sich bei den ersteren um die Bestimmung des Verhaltens von Individuen zu ihrer Unterwerfung unter Herrschaftszwecke handelt, definieren sich Selbsttechnologien als das, was den Individuen ermöglicht „mit eigenen Mitteln bestimmte Operationen mit ihren Körpern, Seelen, Lebensführung zu vollziehen, so, dass sie sich selber transformieren, modifizieren und einen bestimmten Zustand von Vollkommenheit, Glück, Reinheit, übernatürlicher Kraft erlangen“³⁷. Die Beziehung zwischen Herrschafts- und Selbsttechnologien bestimmen, laut Foucault, die Machtverhältnisse innerhalb der Machtmechanismen einer Gesellschaft. Die Regierung bezieht sich nicht in erster Linie auf die Unterdrückung von Subjektivität, sondern auf ihre „Selbst-Produktion“, also auf die Erfindung und Förderung bestimmter Selbsttechnologien, die an Regierungsziele gekoppelt werden können. In der neoliberalen Gouvernamentalität gehört die Eigenverantwortung zu den Instrumenten, die das Verhältnis der Subjekte zu sich selbst und zu den anderen verändern. Die Durchsetzung des autonomen Subjekts, eine Idee, die in dieser Diplomarbeit von großer Bedeutung sein wird, wird zum gesellschaftlichen Leitbild. Die Selbstverantwortung im Hinblick auf das eigene Leben wird hier an betriebswirtschaftliche Effizienzkriterien und unternehmerische Kalküle gekoppelt.³⁸

Die Technologien des Selbst sind Teil von vier Untersuchungsgegenständen von Foucaults Arbeiten. Diese Praktiken der Selbsttechnologien wurden schon in der griechischen Antike als Gebot „Sorge um dich selbst“ verwendet, und der Delphischen Maxime „Erkenne dich selbst“ übergeordnet. Diese galt damals als einer der zentralen Grundsätze der Polis, als wichtigste Regel für das persönliche wie auch soziale Verhalten³⁹. Laut Foucault kam es jedoch in der Moderne zu einer Umkehrung in der Rangordnung der Maxime, da hier die Selbsterkenntnis zum fundamentalen Prinzip wurde.

Foucault führt die Frage nach dem Selbst auf eine andere Frage zurück „Was ist der Rahmen, in dem ich meine Identität finden werde?“⁴⁰. Die Sorge um das Selbst ist die Sorge um die Aktivität und nicht die Sorge um die Seele als Substanz. Diese Sorge um sich galt in der griechischen Antike als Netz von Verpflichtungen. Zu den wichtigsten Praktiken gehörten Aufzeichnungen über das Selbst, in der Absicht, sie später wieder zu lesen. Dazu gehörten Briefe und vor allem Tagebücher. Im hellenistischen Zeitalter war die Sorge um sich selbst an eine unablässige Schreibtätigkeit gekoppelt. Durch die Verbindung von Schreiben und Wachsamkeit führte der Akt des Schreibens zu einer Intensivierung der Selbsterfahrung. In diesem Sinne ist die Sorge um sich selbst auch eine

³⁷Ebda S.28-29.

³⁸Vgl. Ebda. 29-30.

³⁹Vgl. Foucault, Michel. „Technologien des Selbst.“ Martin, Luther (H.) und Gutman, Huck. *Technologien des Selbst*. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag, 1993. S.24-62. Hier S. 26-29.

⁴⁰Foucault (1993), S.35.

Lebensform.⁴¹ In den ersten Jahrhunderten des Christentums, beschreibt Foucault weiter, gebrauchte man andere Formen, um die Wahrheit über sich selbst zu enthüllen und zu entziffern. Die zwei wichtigsten Wege waren einerseits die Situation des Büßers als Sünder, der seinen Status publik macht, andererseits wird die spirituelle Sprache genannt, als Verbalisierung von Gedanken.⁴² Für Foucault hatte Letzteres ein größeres Gewicht. Die **Praktiken der Verbalisierung** markieren für Foucault eine historische Wende.

„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. Die Anwendung dieser Techniken, ohne die ursprünglich mit ihnen verknüpfte Verzichtleistung einzufordern, markiert einen historischen Bruch.“⁴³

Die kurze Einleitung zu Foucault ist deshalb relevant, weil sie als Grundlage für die theoretische Fundierung von Kontrollgesellschaft dient. In seiner Beschreibung der neuen Strafjustiz sind, wie bereits erwähnt, viele Parallelen zu Facebook festzustellen. So kann das Aufkommen der Dokumentation, das heutzutage im evaluativen Charakter der Fragebögen und unter anderem in Sozialen Netzwerkseiten zu finden ist, zitiert werden. Aus dem Überwachungsdiskurs ist Foucault nicht wegzudenken, da seine Theorien als Fundament der Disziplargesellschaften und somit auch der Kontrollgesellschaften fungieren. Zusätzlich beschreibt er mit den Technologien des Selbst ein wichtiges Instrumentarium, das auch für diese Diplomarbeit grundlegend ist, da im Laufe der Arbeit immer wieder darauf zurückgegriffen wird.

II. 1. 1. 2. Die Deleuzsche Kontrollgesellschaft

In „Postskriptum über die Kontrollgesellschaften“ erklärt Deleuze, dass die Kontrollgesellschaften die Disziplargesellschaften abgelöst haben.⁴⁴ Unsere derzeitige Gesellschaft ist einer permanenten Kontrolle ausgesetzt, die sich flexibler und mobiler gestaltet als je zuvor. Die soziale Kontrolle findet hier, wie es schon ansatzweise in den Disziplargesellschaften der Fall war, über maschinelle Systeme statt. Sie operieren jedoch mit „Maschinen Dritter Art“ also mit Informations- und Kommunikationsmaschinen und schließen diese an Märkte und Konkurrenzmechanismen an.⁴⁵

In der Machtstrategie der Kontrollgesellschaften wurde das Unternehmen an Stelle der Fabrik konstruiert. Ziel ist es innerhalb des Unternehmens Rivalitäten zu erzeugen, um die Produktivität der MitarbeiterInnen zu steigern. Der Kampf findet jetzt nicht nur zwischen ArbeiterInnen und

⁴¹Vgl. Foucault (1993), S.37-41.

⁴²Vgl. Foucault (1993), S.53-62.

⁴³Foucault (1993), S. 62.

⁴⁴Vgl. Deleuze (1990), S.2.

⁴⁵ Vgl. Bublitz, Hannelore. *Im Beichtstuhl der Medien: Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2010. S.89.

Vorgesetzten statt, sondern zusätzlich auch innerhalb der Gruppe, was eine Spaltung des Individuums zur Folge hat. „L'entreprise ne cesse d'introduire une rivalité inexpiable comme saine émulation, excellente motivation qui oppose les individus entre eux et traverse chacun, le divisant en lui-même.“⁴⁶

Während die Disziplinargesellschaften die Individualität einerseits und die Masse andererseits unterstützen, funktionieren die Kontrollgesellschaften durch Ziffern.

„le chiffre est un mot de passe, tandis que les sociétés disciplinaires sont réglées par des mots d'ordre (...). Le langage numérique du contrôle est fait de chiffres, qui marquent l'accès à l'information ou le rejet.“⁴⁷

Die Individuen sind „dividuel“ geworden.⁴⁸ Deleuze spricht auch von einer wirtschaftlichen Entwicklung, die als eine „Mutation des Kapitalismus“⁴⁹, für die technische Entwicklung mitverantwortlich ist. Dieser Kapitalismus stünde nicht mehr für die Produktion sondern für die Überproduktion. Die neuen Machtmechanismen der Kontrollgesellschaft übernehmen eine neue Form. Sie befänden sich in ständiger autodeformierender Modulation. Die Kontrolle hat laut Deleuze eine kurze, sich schnell verändernde und unlimitierte Form. „Le marketing est maintenant l'instrument du contrôle social, et forme la race impudente de nos maîtres. Le contrôle est à court terme et à rotation rapide, mais aussi continu et illimité, tandis que la discipline était de longue durée, infinie et discontinue.“⁵⁰ Die Kontrollgesellschaft beruhe also auf unmittelbarer Kontrolle und unablässiger Kommunikation. Die unbegrenzte Modulation, die durch permanente Kommunikation und ökonomische Konkurrenz bewerkstelligt wird, findet sich auch in verschiedenen Ebenen des Erziehungs- und Bildungswesens wieder. Kontrolltechnologien sind dem gesellschaftlichen Feld immanent, verteilen sich auf alle Köpfe und Körper der BürgerInnen und dehnen sich auf ein Netzwerk von Dispositiven und Apparaten aus.⁵¹

Wichtig ist hier zu verstehen, dass Deleuze mit seinem Postskriptum über die Kontrollgesellschaften den wissenschaftlichen Diskurs über Kontrollgesellschaften einführt. Auch hier sind einige grundlegende Eigenschaften und Mechanismen des kontrollgesellschaftlichen Diskurses auch auf der sozialen Netzwerkseite Facebook wiederzuentdecken, wie zum Beispiel die Macht der Ziffern, oder der wandelbare Charakter von Kontrolle.

⁴⁶Deleuze (1990), S. 4.

⁴⁷Ebda.

⁴⁸Vgl. Ebda.

⁴⁹Deleuze, (1990), S.5.

⁵⁰Deleuze (1990), S. 6.

⁵¹ Vgl. Bublitz (2010), S.90-91.

II. 1. 2. Sprachverständnis und Macht

Die zweite Grundlage dieser Diplomarbeit ist die Sprache. Hier wurde auf die Theorie von Bourdieu mit der symbolischen Macht der Wörter, und auf die von Benveniste, die sich auf die Wechselwirkungen zwischen Sprechen und Denken bezieht, zurückgegriffen.

II. 1. 2. 1. Bourdieus Sprachverständnis

Für Bourdieu verhält sich die Sprache wie ein Code, da dank Ziffern eine Äquivalenz zwischen Ton und Sinn bewerkstelligt werden kann. Zusätzlich kann Sprache auch als Normsystem verstanden werden, das die linguistischen Praktiken reguliert⁵². Sprache ist für Bourdieu jedoch immer an einen Autoritäten-Diskurs gekoppelt. Hier ist eine der wichtigsten Feststellungen Bourdieus: Worte besitzen immer eine symbolische Dimension und können nicht von ihrem sozialen Kontext getrennt betrachtet werden.

„Le pouvoir de suggestion qui s'exerce à travers les choses et les personnes et qui, en annonçant à l'enfant non ce qu'il a à faire, comme les ordres, mais ce qu'il est, l'amène à devenir durablement ce qu'il a à être, est la condition de l'efficacité de toutes les espèces de pouvoir symbolique qui pourront s'exercer par la suite sur un habitus prédisposé à les ressentir.“⁵³

Der Begriff „Habitus“ richtet sich für Bourdieu auf die Gesamtheit der Dispositionen und Haltungen, die die Menschen dazu bringen, auf eine bestimmte Art zu handeln⁵⁴. Somit bestimmt der Habitus nicht unbedingt die Handlungen, sondern *lenkt* sie in eine bestimmte Richtung. Im vorigen Zitat beschreibt Bourdieu, dass die Macht der Suggestion eine der wichtigsten Komponenten der symbolischen Macht ist und in einen Habitus entwickelt werden kann. Dadurch, dass man einem Kind nicht sagt, wie es sein sollte, sondern wie es ist, wird es so werden, wie es sein sollte. Im Laufe der Arbeit wird argumentiert, dass gewisse Praktiken auf der SNS Facebook als natürlich und selbstverständlich von den UserInnen akzeptiert werden, beispielsweise Wissenstechniken zur Erstellung von NutzerInnenprofile und Evaluationen.

Weiters ist für diesen Autor der linguistische Austausch immer auch ein wirtschaftlicher Austausch, der sich in einem bestimmten Kräfteverhältnis zwischen Produzenten (die über ein bestimmtes linguistisches Kapital verfügen) und Konsumenten (die sich einen bestimmten materiellen oder symbolischen Profit verschaffen können) widerspiegelt. Somit sind Diskurse immer auch Zeichen von Reichtum, die evaluiert oder anerkannt werden müssen, und Zeichen von Autorität, die

⁵²Vgl. Bourdieu, Pierre. *Langage et pouvoir symbolique*. Paris: Édition du Seuil, 2001.S.70.

⁵³Bourdieu (2001), S.80.

⁵⁴Vgl. Bourdieu (2001), S. 24.

geglaubt und befolgt werden müssen⁵⁵. Jede zwischenmenschliche Aussage würde, laut Bourdieu, auch alle gesellschaftlichen Informationen der jeweiligen Beteiligten beinhalten. „Dans chaque interaction entre locuteurs, toute la structure sociale est présente.“⁵⁶

Die hier angeführten Thesen Bourdieus, wie beispielsweise der symbolische Charakter von Worten, sind für die späteren Hypothesen meiner Diplomarbeit von Relevanz. Es geht prinzipiell um die Prämisse, Sprache als komplexes Instrument zu betrachten und eine möglichst vielschichtige Sichtweise anzuwenden.

II. 1. 2. 2. Sprache. Denken. Medien.

Der zweite Philosoph und Linguist, auf dessen Theorie ich mich für das Sprachverständnis beziehe, ist Benveniste. So sieht auch er die Sprache als komplexes, mehrdeutiges Phänomen. „Cessons de croire qu'on appréhende dans la langue un objet simple, existant par soi-même, et susceptible d'une saisie totale.“⁵⁷ Sprache ist, laut Benveniste, eine „structure informée de signification“⁵⁸, also eine Struktur, bei der jedes Element Information/en beinhaltet, die dann gemeinsam Bedeutung erzeugen. Auch für ihn spielt der soziale Kontext eine große Rolle.

Sprache und Denken beeinflussen sich gegenseitig, jedoch ist die Unabhängigkeit von Denken nicht zu unterschätzen. Das, was wir sagen können, grenzt das, was wir denken können, ab. Sprache gibt den grundlegenden Aufbau der Eigenschaften an, die vom Denken anerkannt werden.⁵⁹

Für Benveniste funktioniert das Denken immer gleich, es unternimmt die gleiche Methodik egal um welche konkrete Sprache es sich handelt. Das Denken ist deshalb nicht als unabhängig von der Sprache sondern von den jeweiligen linguistischen Strukturen zu verstehen. Benveniste unternimmt in diesem Sinn keine Hierarchisierung von Sprachen.

„C'est un fait que, soumise aux exigences des méthodes scientifiques, la pensée adopte partout les mêmes démarches en quelque langue qu'elle choisisse de décrire l'expérience. En ce sens, elle devient indépendante, non de la langue, mais des structures linguistiques particulières.“⁶⁰

„Or la langue est structure socialisée, que la parole asservit à des fins individuelles et

⁵⁵Vgl. Bourdieu (2001), S.98-99.

⁵⁶Bourdieu (2001), S.101.

⁵⁷Benveniste, Émile. *La communication: extrait de Problèmes de linguistique générale*. Paris : Éditions Gallimard, 2009. S.77.

⁵⁸Ebda. S.81.

⁵⁹Ebda. S.35.

⁶⁰Ebda. S.39.

intersubjectives, lui ajoutant ainsi un dessin nouveau et strictement personnel.“⁶¹ Sprache ist eine soziale Struktur, die dann durch das Sprechen für individuelle Bedürfnisse benutzt werden kann. Dieser individuelle Gebrauch von Sprache spielt eine wesentliche Rolle für Benveniste.

Auch wenn Benveniste hier einige wichtige Informationen für das Grundverständnis von Sprache erläutert: Erstens den Einfluss von Sprache auf unser Denken, zweitens die soziale Ebene hinter der Sprache, basiert seine Theorie auf einem Zwei-Welten-Modell. Auf der einen Seite ist Sprache als System und Regelstruktur zu verstehen, auf der anderen ist das Sprechen die Realisierung dieser Struktur. Diese Sprachtheorie lässt die Rolle der Medien verblassen. Sie werden als bloßes Realisierungsphänomen behandelt, also als Realisierung einer Form, die es schon vorher gab. Die Sprachwissenschaftlerin Sybille Krämer kritisiert diesen Standpunkt und insistiert darauf, dass Medien vielmehr als Konstituierung der Form von Sprache und Kommunikation aufgefasst werden sollten⁶². Als Beispiel kann hier die Bildhaftigkeit der Schrift zitiert werden: Erst im Medium der phonetischen Schrift wird die Form der Sprache beobachtbar. Unser Bild von Sprache veränderte sich also durch die Visualität des Schriftbildes.⁶³

In dieser Diplomarbeit wurde versucht auf diese Problematik Rücksicht zu nehmen. Deshalb wurde einerseits die „Sprache“ des Mediums Facebooks, also die Architektur der Software, analysiert, andererseits auch die Sprache selbst als Medium und in Hinblick auf die Kommunikation der UserInnen untersucht.

II. 2. Grundlagen der Identitätsarbeit und des Selbstmanagements auf Facebook

In diesem Kapitel werden einige zentrale Aspekte der Identitätsarbeit und des Selbstmanagements auf Facebook untersucht, um allgemeine Taktiken der Subjektkonstitution der UserInnen herauszufiltern. Als erstes wird die Schrift für allgemeine Kommunikationsprozesse analysiert. Dazu müssen die Grundlagen für das Kommunikationsverständnis geklärt werden.

⁶¹Benveniste(2009), S.43.

⁶²Vgl. Krämer, Sybille in: Kallmeyer, Werner (Hg.). *Sprache und neue Medien*. Berlin [u.a.]: de Gruyter Verlag, 2000. S.31-36.

⁶³Vgl. Ebda. S.43.

II. 2. 1. Schriftliche Kommunikation auf der SNS Facebook

Welche schriftlichen Möglichkeiten gibt es auf Facebook? Wann und wie können sich UserInnen schriftlich äußern? Ich unterscheide hier zwischen den Aussagen der UserInnen und den Aussagen des Mediums über die UserInnen (beispielsweise „Alexander X. is single“). Zu den ersteren gehören: die Chat-Funktion, die Pinnwandeinträge, die Kommentare und die Informationen über das Selbst (im Profil).

Für das Grundverständnis von Kommunikation habe ich mich vor allem auf die Axiome von Paul Watzlawick gestützt. Letzterer sieht Kommunikation als Austausch von Signalen zwischen mindestens zwei Beteiligten. Sobald mehrere Personen vorhanden sind herrsche Kommunikation, denn jedes Verhalten sei kommunikativ: „Man kann nicht nicht kommunizieren“⁶⁴. Zudem komme hinzu, dass jede Kommunikation einen Beziehungsaspekt und einen Inhaltsaspekt besitze. Gesendet werden ständig unbewusste und bewusste Signale: Sprache, Parasprache und nonverbale Signale (im Fall der mündlichen Kommunikation).⁶⁵

Schultz von Thun erweitert die Axiome Watzlawicks und beschreibt die vier Seiten eines Kommunikationsprozesses. Sachinhalt, Appell, Beziehung, Selbstoffenbarung wären immer in einem bestimmten Maße in einer Botschaft vorhanden.⁶⁶ Somit stehe nicht immer nur der Inhalt der Botschaft im Vordergrund, sondern manchmal der Appell an den/die AdressatIn, die Beziehung zwischen den Beteiligten oder die Information über das Ich. Diese eher einfache Definition von Kommunikation ist für Facebook von Relevanz. Die verschiedenen Seiten dieses Kommunikationsmodells können bei jeder sprachlichen Mitteilung angewendet und untersucht werden. Beispielsweise sind bei Statusmeldungen besonders zwei Seiten wichtig: Appell und Selbstoffenbarung.

Beispiel:

Brian L.⁶⁷ (20. August 2010) „love you all.“

Der User schreibt „liebe euch alle“ nachdem ihm einige seiner *friends* Geburtstagswünsche gesendet haben. Die Botschaft ist vor allem expressiv, gibt also Auskunft über das Ich des Senders. Gleichzeitig adressiert sie sich an „alle“, also an alle *friends* des Users, oder vielleicht doch nur an jene, die ihm auch alles Gute gewünscht haben.

Im Kommunikationsprozess spielen außersprachliche Mittel eine grundlegende Rolle, darunter

⁶⁴Einführung in die Systemwissenschaften <http://wwwu.uni-klu.ac.at> S.6. **Stand:** 18.11.10

⁶⁵Vgl. Kadric, Mira (Kaindl, K.).*Translatorische Methodik*. Wien: Facultas-Verlag, 2005. S.11-15.

⁶⁶Vgl. Ebda. S.16.

⁶⁷Im Gegensatz zu den Möglichkeiten des Mediums mit den Daten seiner UserInnen frei umzugehen, werden in den unterschiedlichen Beispielen meiner *friends* nur die Vornamen vollständig erwähnt.

seien die Wichtigsten, laut Schultz von Thun, körperbezogene Ausdrucksmittel, Kommunikationsräume, Kommunikationsobjekte: also all das, was uns umgibt.⁶⁸ Hier könnte man sich die Frage stellen, ob bei Facebook diese außersprachlichen Mittel ebenfalls vorhanden sind. Wo liegt im spezifischen Beispiel Facebooks der wesentliche Unterschied zwischen einer Kommunikation Online und einer Face-to-Face Kommunikation?

II. 2. 1. 1. Unterschied zwischen Face-to-Face und Online Kommunikation

Laut Walther und Burgoon entwickeln UserInnen bei der Textproduktion und Textinterpretation neue soziale Fertigkeiten, mit denen sie eine befriedigende Kommunikation realisieren können. Dadurch sei das Defizit, das durch die nicht vorhandenen außersprachlichen Mittel der mündlichen Kommunikation entsteht, durch andere Fertigkeiten aufgelöst.⁶⁹ Beispiele hierfür seien Emoticons, Soundwörter, Akronyme, Aktionswörter, grafische Charts, Großbuchstaben, Emoting etc. Nach diesem Modell würden ebenfalls Informationslücken antizipiert werden, da UserInnen von vornherein die Kommunikationsprobleme erkennen und hiermit auch versuchen würden für eine optimale Kommunikation zu sorgen.

Die Theorie der sozialen Informationsverarbeitung geht noch einen Schritt weiter und besagt, dass die medialen Restriktionen nicht nur textuell kompensierbar sind, sondern sogar erweiterte Möglichkeiten des Selbstaustausdrucks möglich machen.⁷⁰ Wichtig hierfür sei der Ausdruck, da die Übermittlung paraverbaler und nonverbaler Botschaften per Tastatur durch Verbalisierung erfolgt. Durch die ausführliche Beschreibung von Gedanken und Gefühlen und mit Hilfe einer tradierten Parasprache, wird versucht den möglichen Mangel einer Online-Kommunikation möglichst erfolgreich zu kompensieren.

Dieser Aspekt der Verbalisierung ist für Facebook sehr wichtig. Auch wenn bei Döring in diesem Fall vor allem von Chat-Kommunikation die Rede ist, können einige Merkmale auch auf die allgemeine Kommunikation über Facebook angewandt werden. Die Grundlage dafür ist, dass es sich bei Facebook um eine **Kommunikationsplattform** handelt. Somit diene all das, was auf dieser Plattform geschieht, der Kommunikation zwischen den verschiedenen Beteiligten. So behandle ich beispielsweise Statusmeldung oder Informationen über eine Person ebenfalls als Teil von Kommunikationsprozessen. In diesem Fall gilt für die Beschreibung der eigenen Person die Verbalisierung als Prämisse für die weitere Kommunikation. Ziel ist es, sich in einer bestimmten Sprache zu beschreiben, mithilfe von Worten, Begriffen, die nicht-verbale, der mündlichen

⁶⁸Vgl. Ebda S.17.

⁶⁹Vgl. Döring, Nicola. *Sozialpsychologie des Internets: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen [u.a.]: Hogrefe, Verlag für Psychologie, 2003. S.162

⁷⁰Vgl. Döring (2003), S.164.

Kommunikation entnommene Formen beinhalten. Gestische Merkmale können somit beispielsweise in Charaktereigenschaften (in *About me*) zusammengefasst werden. Man kann sich also als nervös, schüchtern etc. beschreiben. Natürlich gilt in diesem Fall, dass die schriftliche Sprache der eigenen Kontrolle mehr unterliegt als ein Erröten oder wildes Gestikulieren in der mündlichen Kommunikation.

Das Spezifische auf Facebook ist jedoch das durch diese Verbalisierung entstandene Gefühl der Nähe. Auch verlinkte Fotografien und Pinnwandbeiträge sorgen für eine bestimmte Nähe zu den UserInnen. In diesem Fall könnte man sagen, dass die parasprachliche Kommunikation eine neue Dimension erreicht. Die in der mündlichen Kommunikation verwendeten nicht-verbale Sprachebenen werden durch eine neue verbale Sprache (größtenteils) ersetzt.

Auch kann man behaupten, dass Facebook eine Sprache der Nähe aufzubauen versucht. Nicht nur werden jene Menschen, mit denen die UserInnen kommunizieren „*Friends*“ genannt, sondern zusätzlich bietet das Profil ein „*Home*“, in dem das „*News Feed*“ oder die „*Top News*“ zu finden sind. Die Sprache ist eine Sprache der Nähe, die das Wohlfühlen der NutzerInnen zum Ziel hat.

Ein weiterer interessanter Unterschied zwischen Face-to-Face und Online Kommunikation ist der Zeitfaktor, das heißt die zeitliche Verzögerung zwischen dem Senden und dem Empfangen der Botschaft. Döring vergleicht diese Eigenschaft auf Facebook mit dem Austausch von Briefen in einem Klassenzimmer: Das Weitergeben von Zetteln ist verbunden mit einer spannungsvollen Verzögerung und mit der Herstellung eines symbolischen Objektes.⁷¹ Auch wenn dieser Vergleich nur teilweise adäquat ist, da das Schreiben auf Facebook der technischen Architektur der Software unterliegt, wird im Beispiel des Klassenzimmers die Spannung unter anderem auch dadurch entwickelt, dass man sieht, wie der/die andere schreibt, eine Möglichkeit, die bei Facebook nur im Chat vorhanden ist (durch das Symbol einer Sprechblase neben dem Namen der jeweiligen Person). Ansonsten kann man nie wissen, ob die Botschaft überhaupt wahrgenommen wird. Das Schreiben und das Gelesen-Werden gilt immer nur als Möglichkeit. Mehr dazu im vierten Kapitel.

Ein weiterer Exkurs in die pragmatisch-kommunikative Dimension von Texten aus sprachwissenschaftlicher Sicht kann zusätzliche Informationen bieten, um die Spezifität von Facebook zu erkennen.⁷² Laut dem Wiener Sprachwissenschaftler Wolfgang Dressler gibt es mehrere Kriterien der Textualität, die die Prämisse für eine adäquate Rezeption seitens der LeserInnen von Texten bilden. Diese sind: Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptabilität,

⁷¹Vgl. Döring (2003), S.164.

⁷²Vgl. Kadric (2005), S.74.

Situationalität, Informativität, Intertextualität und Kulturalität.⁷³ Hier stellt sich die allgemeine Frage, ob die Einträge auf Facebook auch als Texte wahrgenommen werden können. Viele Statusmeldungen zum Beispiel sind für ein ganz spezifisches Publikum geschrieben, es sind meistens „Insider-Jokes“, die Außenseiter nicht verstehen können. Sie generieren dadurch ein bestimmtes Zugehörigkeitsgefühl innerhalb eines (Freundes-)Kreises. Akzeptabilität, Situationalität und Intertextualität sind deshalb nur für bestimmte Menschen vorhanden.

Eine andere Methode, um die schriftliche Sprache auf Facebook zu analysieren, ist die Unterteilung von Texttypen. Diese werden nach Funktion geordnet und unterscheiden sich vor allem zwischen: informativen, expressiven, appellativen und phatischen Texten.⁷⁴ Dieses Modell erinnert an die vier Seiten des Kommunikationsprozesses von Schultz von Thun. Bei einem informativen Texttyp steht die Information im Vordergrund, bei einem expressiven der/die UserIn, bei einem appellativen die gewünschte Handlung des anderen und bei dem phatischen der Kontakt zwischen SenderIn und EmpfängerIn. Texte entsprechen in der Regel nicht ausschließlich einem Texttyp, oft gibt es aber einen dominanten Texttyp.

Bei den meisten Statusmeldungen auf Facebook dominiert der appellative Texttyp, weil der Appell auch zur Grundfunktion von Netzwirkommunikation gehört. Durch appellative Statusmeldungen werden die UserInnen dazu aufgerufen zu antworten.

Beispiel:

Asma M. (9. August 2010) „Ramadan Ramadan, c'est quand finalement? Suis perdue...“⁷⁵

Antworten:

Eve A. „normalement mercredi inchaAllah à dakar“

Oummah A. „c le 11 inshallah mercredi!!!“

Asma M. „Merci les filles...“

Moussa B. „g ss sur ke tu ne va mm pas faire 10..tu nous derange avc les c kan c kan loooooooooo!!!“

Wie schon vorher erwähnt ist auch der expressive Texttyp von grundlegender Bedeutung: Der/die UserIn will über sich oder seine/ihre Handlungen etwas kundgeben. In diese Kategorie fällt die Ortsangabe, beispielsweise die Bekanntgabe des Urlaubsortes.

Beispiele:

Kat K. (3. August 2010) „wieder wien!“

⁷³Vgl. Dressler, Wolfgang. *Einführung in die Sprachwissenschaft*. Wien: Univ. Skript. S 74- 77.

⁷⁴Vgl. Kadric (2005), S.78.

⁷⁵Das Mädchen fragt, wann der Ramadan stattfinden wird, die erste und die zweite Freundin antworten: „normalerweise Mittwoch“, woraufhin sich die Userin bedankt. Anschließend antwortet die zweite Userin in einem veränderten, vereinfachten Französisch „ich bin mir sicher, dass du nicht mal 10 Tage schaffst, du nervst uns nur mit deinem ‚wann, wann‘ lol“.

Beispiele:

Ina Z. (20. August 2010) „Warum bin i so ble äh ... blaad?“

Martin P. (23. August 2010) „freut sich auf den neustifter kirtag. na sapperlot des wird a hetz werden!“

Martina M. (19. August 2010) „so leitlan, morgn fongt mei uuuuurlaub on.....oba erst noch 8 std arbeit.....:(oba des schoff i a noch.....und donn bin i schon unterwegs in die heimat :) :) :) :) :) :“

Das Wienerische im ersten und zweiten Beispiel und das Kärntnerische im dritten zeigen, dass auf Facebook die Grenzen zwischen mündlicher und schriftlicher Kommunikation oft verschwimmen. Es können verschiedenste Aspekte der mündlichen Sprache miteinbezogen werden (weitere sprachliche Besonderheiten werden in Kapitel IV. 2. näher erläutert). Diese beinhalten meistens auch eine wichtige identitätsstiftende Rolle.

II. 2. 1. 2. Wirklichkeit, Simulation und Imagination im Kommunikationsprozess

Für die Identitätsproblematik ist die Frage nach Simulation, Virtualität und Wirklichkeit besonders relevant. Der Philosoph Wolfgang Iser erläutert in seinem Essay⁷⁸, dass Simulation und Virtualität die neuen Matadore der Gegenwart seien und den Begriff der Wirklichkeit ersetzt hätten. Gleichzeitig entstehe laut Iser auch ein neues Bedürfnis nach Wirklichkeit in einem elektronisch unsubstituierbaren Sinn.⁷⁹ Der Autor analysiert den Begriff der Wirklichkeit und kommt zur Schlussfolgerung, dass dieser Terminus nicht nur eine sondern sieben Hauptbedeutungen beinhalte: das Insgesamt des Gegebenen, das Tatsächliche, das handgreiflich Geschehende (im Unterschied zur Simulation), die wahrhafte Verkörperung eines Wesens, das Außerordentliche, das Wirksame und Intensive, die höhere Wirklichkeit als wahres Maß des scheinbar Wirklichen.⁸⁰

Anschließend untersucht Iser mehrere Wirklichkeitsmodelle in der Philosophie, wie zum Beispiel das von Leibniz, bei dem der Zusammenhangscharakter eine grundlegende Rolle spielt, oder das Platons als philosophische Urthese, für das die wahre Wirklichkeit anderswo zu suchen wäre als in der Realität. Nietzsche sieht im Gegensatz zu anderen Philosophen die Wirklichkeit als

⁷⁸Vgl. Iser, Wolfgang. „Wirklich. Bedeutungsvarianten- Modelle- Wirklichkeit und Virtualität.“ Krämer, Sybille. *Medien Computer Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998. S.169-212.

⁷⁹Vgl. Ebd. S.169.

⁸⁰Vgl. Ebd. S.174-184.

Fiktionsverfestigung und als Konstrukt der Menschen.⁸¹ Im Diskurs über Wirklichkeit und Virtualität ist eine Tatsache grundlegend: Durch den Terminus „wirklich“ bezeichnet man nicht nur etwas als wirklich, sondern man hebt es gleichzeitig von anderen ab, die im gleichen Zug als weniger wirklich, scheinhaft, virtuell, unwahr etc. qualifiziert wird.⁸²

Welche Bedeutung hat der Begriff der Wirklichkeit für Facebook? Auch wenn die Kommunikation auf einer technischen Basis erfolgt und die körperliche Präsenz nicht vorhanden ist, also Körper nicht per se „wirklich“ interagieren, kann man sagen, dass der Inhalt der meisten Pinnwandeinträge oder Kommentare von der realen Welt (im Gegensatz zur fiktiven) übernommen ist. Die Inhalte beziehen sich also auf die „Wirklichkeit“. Das Konzept der Wirklichkeit als Konstrukt kann hier ebenfalls angewendet werden. Ein relevanter Hinweis zu diesem Thema bietet Rolf Sachsse in seinem Beitrag zur Erinnerung⁸³. Er zitiert die Studien der „International Society of Traumatic Stress“, die die Wechselwirkungen zwischen Erinnerungen und Bildern beschreiben. Einerseits würden Erinnerungen als Bilder im Gehirn gespeichert, andererseits könne auch ein Bild zur Erinnerung werden, allerdings gälte hier jede Erinnerung als Fragment eines Ganzen, „das sich erst im Akt des Erinnerns als Konstruktion fügt“⁸⁴. Diese **Konstruktion** sei laut Sachsse das, was wir als Wirklichkeit bezeichnen. Wirklichkeit ist also nicht mehr und nicht weniger als ein von Menschen geschaffenes Konstrukt. Für Facebook ist das insofern relevant, als dass die Schrift- oder die Bildsprache bestimmte Erinnerungen auch formen und somit auch die Wirklichkeit gestalten können.

Ein interessantes Unterscheidungsmerkmal zwischen mündlicher und schriftlicher Kommunikation ist der zwischen Simulation und Imagination. „Als Simulationen können sich Selbstdarstellungen und als Imaginationen können sich Personenwahrnehmungen im Netz sehr grundlegend von den Face-to-Face-Eindrücken der entsprechenden Personen unterscheiden.“⁸⁵

Dadurch, dass in der schriftlichen Online-Kommunikation die UserInnen über die Informationen, die sie über sich preisgeben, selbst bestimmen können, ist eine Diskrepanz zwischen Sein und Schein möglich. In diesem Sinne besagt auch das Simulations-Modell, dass die Beschränkung auf den Textkanal dem Menschen große Kontrolle darüber gibt, welche Informationen in sozialen Kommunikationsprozessen offenbart werden und welche nicht. Zwar seien Imagination und Simulation auch bei Face-to-Face Kommunikation vorhanden, aber trotzdem sei in diesem Fall der Körper stets die Garantie dafür, dass es sich um eine bestimmte Person handle. Gerade diese

⁸¹Vgl. Ebda. S.190-196.

⁸²Vgl. Ebda. S.201.

⁸³Vgl. Sachsse, Rolf. „Zur Zukunft der Erinnerung.“ Ziehe, Irene und Hägele, Ulrich. *Digitale Fotografie: Kulturelle Praxen eines neuen Mediums*. Münster (u.A.): Waxmann, 2009. S.13-22.

⁸⁴Vgl. Sachsse (2009), S.17.

⁸⁵Döring (2003), S.167.

fehlende Personenwahrnehmung im Netz würden die kognitiven Konstruktionsprozesse in Gang setzen, also die Imagination bzw. Projektion (das Bild des Anderen) fördern. „Durch aktive Imagination, die durch unbewusste und bewusste Informationsfilterung und Informationsergänzung auf Seiten der Rezipienten geprägt ist, verbindet sich mit einer Reduktion der Sinneskanäle oftmals eher eine Steigerung als eine Verarmung des Empfindens.“⁸⁶ Somit sei der Austausch über persönliche und schambesetzte Themen durch die fehlende visuelle Kontrolle in Online Kommunikation begünstigt, und offener gestaltet.

Döring spricht vor allem von Online-Kommunikation in Chatrooms. Man muss die Chatroom-Kommunikation insofern von Facebook unterscheiden, als dass sich die „FreundInnen“ auf der SNS Facebook untereinander meistens kennen. Auch spiele diese Authentizität für Facebook eine wichtige Rolle: jede/r UserIn müsse ihren/seinen echten Namen, echte E-Mail-Adresse etc. hergeben, denn das Ziel dieser Plattform sei es Freundschaftsbeziehungen (also meistens schon vorhandene Bekanntschaften) zu erleichtern.

Einige Punkte bleiben jedoch trotzdem von Relevanz. Die technische Apparatur des Mediums, und das ist zum Beispiel die nicht vorhandene physische Präsenz, beeinflusst die UserInnen im Kommunikationsprozess. Auch wenn die NutzerInnen sich untereinander kennen, spielen jene Informationen, die sie über Facebook erfahren, sei es in Form von Fotografien oder in Form von schriftlichen Kommentaren, eine grundlegende Rolle im Kommunikationsprozess, da sie den Eindruck vermitteln, die Person „wirklich“ zu zeigen.

Siegfried J. Schmidts These beleuchtet Kommunikation im Kontext der Medien: laut seinen Überlegungen würden Individuen kommunizieren indem sie Medienangebote produzieren und präsentieren, Meinungen in Äußerungen übersetzen und zum Verstehen anbieten. Kommunikation beinhalte im Großen und Ganzen drei Leistungen: soziale Handlung, Reproduktion von Erwartungsstrukturen und Koordination der Sinnzuweisung der Akteure. Erst in der Kommunikation würde der/die SprecherIn erfahren, was er/sie gemeint hat. „Aus diesem Grunde braucht Kognition Kommunikation, gleichsam um wissen zu können, was sie tut – und *vice versa*.“⁸⁷ Angewendet auf Facebook sei die Kommunikation zwischen den UserInnen notwendig für die Identitätsbildung der jeweiligen TeilnehmerInnen. Erst durch das Schreiben des/der SenderIn und das Lesen der EmpfängerInnen würde der Inhalt der Botschaft zur Wirklichkeit werden, das heißt erstens zur Wirklichkeit des/der SenderIn und zweitens zur allgemeinen (also von allen UserInnen beobachtbaren) Wirklichkeit. Bietet die tatsächliche Beschreibung und das Feedback der

⁸⁶Ebda. S.167- 169.

⁸⁷Schmidt, Siegfried (J.). „Medien: Die Kopplung von Kommunikation und Kognition.“ Krämer, Sybille. *Medien Computer Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998. S55-52. Hier S.60-61.

anderen den UserInnen also tatsächlich die Möglichkeit sich selbst besser zu verstehen? Dies wird in den nächsten Kapiteln in Frage gestellt.

II. 2. 2. Identitätskonstruktion der UserInnen

In diesem Unterkapitel sollen folgende Fragen ansatzweise beantwortet werden: Wie erfolgt die Identitätskonstruktion der UserInnen und was ist das Besondere auf Facebook, im Vergleich zu anderen SNS? Verschiedene Überlegungen und wissenschaftliche Ansätze zu Identität/en und Selbstkonzept werden hier herangezogen, um die Identitätskonstruktion in einem breiteren Kontext zu betrachten.

II. 2. 2. 1. Identität, Selbstkonzept und Anonymität im Web 2.0

Döring unterscheidet bei der Frage nach Identität zwischen Selbstkonzept und Identität, um dem sozialpsychologischen Forschungsansatz gerecht zu werden. Das Selbst(-Konzept) lässt sich hier als die Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen Inhalte samt der auf ihnen operierenden Prozesse verstehen. „Die Gesamtheit der kognitiven Selbstinhalte bildet das selbstbezogene Wissen oder *Selbstkonzept*.“⁸⁸ Dieses resultiert prinzipiell aus Selbstbeobachtungs- und Selbstexplorationsprozessen. Grundlegend für das Selbstkonzept sind die so genannten „Selbst-Aspekte“: übersituativ thematisch gebündelte Selbstwahrnehmungen, die temporär aktiviert sind und aktiv gesteuert werden. Sie lassen sich nach ihrer Relevanz für die Person ordnen.

Im Gegensatz zu diesem Modell lassen sich Identitäten laut Döring als „kontextspezifisch gebündelte und strukturierte kognitive, emotionale und konative Selbstinhalte hoher subjektiver Relevanz“ definieren. Identitäten, und hier kann ein Bogen zur Definition des Selbstkonzepts geschlossen werden, sind subjektive sehr wichtige Selbst-Aspekte. Für die Identität spielen jedoch nicht nur reale Selbstinhalte eine Rolle, sondern auch imaginäre oder mögliche Selbstinhalte (Wunschvorstellungen zum Beispiel).⁸⁹

Für die Philosophin Hannelore Bublitz, wird das Individuum erst zum Subjekt, wenn es in der Lage ist, sich auf sich selbst zu beziehen und sich als Objekt der Erkenntnis zu betrachten. Erst durch diverse Subjektivierungsprozesse, in der Fremd- und Eigensteuerung involviert sind, kann das Selbst entstehen. Voraussetzung ist jedoch, dass es sich den sozialen Regeln fügt, sie verinnerlicht und verkörpert und sich in das soziale Gefüge der Gesellschaft integriert. In diesen Prozessen sind die Integration des Blicks des anderen wie auch die Fremdwahrnehmung des eigenen Ich wichtige

⁸⁸Döring (2003), S.327.

⁸⁹Vgl. Döring (2003), S.326-328.

Bestandteile.⁹⁰ Bublitz orientiert sich für diese Konzeption des Selbst an Foucault. Erst in sozial generierten Selbstbeobachtungsformen kann das soziale Selbst entstehen. In der Gestalt einer „freiwilligen Selbstkontrolle“ zeigt sich die Macht als gezwungene Selbstvorsorge im Kontext der Säkularisierung der Pastormalmacht.⁹¹ In dieser Diplomarbeit wird sowohl der Begriff der Identität, als auch des Selbst verwendet, mit der von Bublitz beschriebenen Unterscheidung.

Eine nähere Erklärung zur „Identität“ bietet der sozialpsychologische Ansatz, darunter die Überlegungen der US-amerikanischen Psychologin Sherry Turkle in den 90er Jahren⁹². Turkle sieht das Internet als Bühne der Selbstdarstellung, auf der das Subjekt seine vielfältigen Facetten unterschiedlich ausleben kann. Dieser Ansatz stützt sich auf die allgemeine postmoderne Auffassung des Subjekts als vielfältig und undurchsichtig. Anstatt Identität als einheitliches Ganzes zu betrachten, stehen hier multiple Identitäten im Vordergrund.⁹³ Das neue Subjekt in Online-Medien wird als „decentered“, „fluid“, „non-linear“ und „opaque“ charakterisiert.⁹⁴ Eine ähnliche Meinung hat auch der amerikanische Soziologe Erving Goffman, der das Internet als Theaterbühne, auf der immer exzessivere Rollen gespielt werden, betrachtet. Allerdings würden Menschen auch im Alltag ständig Rollen wechseln und auf mehreren Bühnen agieren. Die Akteure müssten aber heutzutage erhöhte Fähigkeiten zu Mobilität und Statusveränderungen und zum „gekonnten Einsatz von Stil, Ton und Habitus“⁹⁵ besitzen.

Die Philosophin und Medienwissenschaftlerin Sybille Krämer sieht auch in der Inszenierung des Selbst viele Parallelen zum Theatralischen. Sie wählt eine linguistische Herangehensweise, indem sie auf die Etymologie des Wortes „Person“ zurückgreift. Das lateinische „persona“ komme aus „personare“, was so viel bedeute wie durchtönen. Es beziehe sich auf die akustische Wirkung des Sprechens des Schauspielers durch seine Maske. Die Rolle des Menschen in der Gesellschaft wird also hier mit der Rolle des Schauspielers verknüpft. Krämer greift auf den Philosophen Thomas Hobbes zurück, für den die Unterscheidung zwischen Individuum und Person eine grundlegende Rolle spielt, da ein Individuum mehrere Personen spielen/sein/haben kann. Im Zuge der Entfaltung des neuzeitlichen Subjektbegriffes sei, laut Krämer, der Begriff der Person aus einer „bloßen“ Repräsentationsbeziehung zu einem Attribut selbstreflexiver Innerlichkeit und unverwechselbarer Individualität geworden. Folglich stellt sie die These auf, dass im Cyberspace ein Wiederanknüpfen

⁹⁰Vgl. Bublitz (2010), S.26-27.

⁹¹Vgl. Bublitz (2010), S.65.

⁹²Vgl. Maresch, Rudolf. Vortrag: *Das Zweite, das das Erste ist: Im Mit-Mach-Web spiegeln sich vor allem Vorlieben, Neigungen und Geschäftsinteressen der realen Welt.* 16.05.2007, Galerie der Heinrich-Böll-Stiftung. http://www.boell.de/downloads/internet_vortrag_maresch.pdf Stand: 13.10.10. S.8.

⁹³Vgl. Döring (2003), S.173.

⁹⁴Vgl. Folger, Robert. „New kids on the blog? Subjektconstitution im Internet.“ Dünne, Jörg. *Automedialität: Subjekt-constitution in Schrift, Bild und neue Medien.* München: Fink Verlag, 2008. S.283-295. S.283.

⁹⁵Maresch (2007), S.5-6.

an vormoderne Person-Konzepte wie Theatralität und Inszenierung stattgefunden hat.⁹⁶

Dieser Ansatz ist insofern interessant, als dass er auf Facebook sehr gut angewendet werden kann. Auf dieser sozialen Netzwerksplattform haben die NutzerInnen die Möglichkeit ihre Persönlichkeit samt all ihren Facetten kundzugeben. Durch Beschreibungen, Gruppenzugehörigkeiten (Filme, Musikgruppen, die sie mögen, werden als Identifikationsmuster benutzt), Profifotos und verlinkte Fotos (auf denen die UserInnen im „wahren Leben“ zu sehen sind) können sie ein vielfältiges Ich zur Schau stellen und dieses, je nach Situation, effektiv benützen.

Laut der Medienwissenschaftlerin Barbara Becker gilt Identität nicht mehr als „statische, durch klare Rollenverteilungen, Tradition und sozialen Status festgelegte Größe, vielmehr wird Identität als ständig changierendes Resultat von Inszenierungsstrategien und Selbsterfindungen begriffen.“⁹⁷

Imagination und Simulation spielen also eine wichtige Rolle für die Identitätssuche. Facebook ermöglicht es nicht nur gewisse reale Charaktereigenschaften mithilfe von schriftlicher Sprache (zum Beispiel „schüchtern“) an einem bestimmten Ort festzuhalten, sondern bietet auch einen Weg Wunschvorstellungen, also mögliche Selbstaspekte zu beschreiben.

Welche Rolle spielt Anonymität für die Identitätsarbeit auf Facebook? Und kann man überhaupt von Anonymität sprechen? Anonymität spielt in Online-Kommunikation laut Krämer eine wichtige Rolle. Selbstgeschaffene Namen, künstliche Identitäten können von den UserInnen benutzt werden um bestimmte Ziele zu verfolgen.⁹⁸ Krämer bezieht sich für diese These jedoch vor allem auf die Chat-Kommunikation. Diese bietet andere Voraussetzungen als Facebook, da erstens meistens die UserInnen anonym erscheinen und zweitens die Kommunikation synchron erfolgt. Der Kontext ist also ein anderer. SIDE, das von Reicher, Spears und Lea (später auch Postmes) 1995⁹⁹ gegründete Modell der sozialen Identität und Deindividuation) geht davon aus, dass bei Anonymität im Netz die zuvor aktivierten sozialen/kollektiven und personalen Identitäten kognitiv besonders akzentuiert werden. Soziale Identitäten werden durch Anonymität verstärkt sodass Gruppen illusorisch homogen erscheinen.¹⁰⁰

Wie verhält es sich auf Facebook? Auf dieser spezifischen SNS können sich UserInnen bestimmte „Networks“ aussuchen: Universitäten, Länder usw. Als Grundeinstellung gilt, dass sich UserInnen desselben Netzwerks untereinander austauschen können. Es stellt sich die Frage, ob dadurch Gruppenzugehörigkeiten tatsächlich intensiviert werden?

Eine andere Möglichkeit, die Facebook zur Verfügung stellt und in den letzten Monaten (seit April

⁹⁶Vgl. Kallmeyer (2000), S.49-50.

⁹⁷Zitiert nach Reichert, Ramón. *Amateure im Netz: Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2008. S.49.

⁹⁸Krämer (1998), S.88.

⁹⁹*Computervermittelte Kommunikation* <https://elearn.jku.at/wiki/images/8/8a/Glas05.pdf> Stand: 14.11.10

¹⁰⁰Vgl. Döring (2003), S.174.

2010) intensiver genutzt wird, sind die Gruppen. Um sich zum Beispiel mit Musikgruppen direkt identifizieren zu können und Fans zum direkten Austausch zu bewegen, können UserInnen ihre Lieblingsgruppen „like(n)“. Mit einem Klick erscheinen somit die „gemochten“ Gruppen auf der Profilseite als identitätsstiftende Merkmale. Ganz im Sinne von „Du bist, was du magst“. Interessant ist jedoch hier der Vergleich zu den Gruppen auf StudiVZ (einer in Deutschland 2005 gegründeten sozialen Netzwerkseite¹⁰¹, für die die Zugehörigkeit der UserInnen zu Gruppen eine große Rolle spielt). Es wäre interessant zu untersuchen, ob auf Facebook diese Gruppen das gleiche Gewicht übernehmen, wie für diese andere SNS. Ob diese Anonymität, also in diesem Fall, die Möglichkeit „fremde“ Menschen mit gleichen Interessen zu vereinen, tatsächlich die Gruppenzugehörigkeit intensiviert, ist fraglich.

Inwiefern spielt Anonymität sonst eine Rolle? Die Anmeldung auf Facebook erfolgt nur durch eine IP-Adresse. So gennante *fake profiles* sind nicht erlaubt und die jeweiligen Profile werden auch von den *Facebook administrators* gelöscht, wenn sie von Facebook entdeckt werden.¹⁰² Von Seiten des Mediums ist Anonymität verpönt. Allein erwünscht sind „reale“ Identitäten und wirkliche Freundschaften. Der Medienwissenschaftler Geert Lovink erklärte in seinem Vortrag, dass Anonymität im Netz schon längst nicht mehr existiere, da man mit dem nötigen Know-How immer die Möglichkeit hätte der realen Person auf die Spur zu kommen.¹⁰³ Technisch gesehen, sei komplette Anonymität aus diesem Grund unmöglich. Wenn man also das Konzept der Anonymität mit Facebook knüpft, muss dessen Bedeutung ein wenig verändert werden. Anonymität muss eher als Teilanonymität verstanden werden, denn auch wenn sich die *friends* untereinander kennen oder sich zumindest einmal physisch kennen gelernt haben, weiß niemand wer tatsächlich SenderIn und RezipientIn ist, auch Mark Zuckerberg nicht.

II. 2. 2. 2. Offline vs. Online Identitäten

Die Unterscheidung zwischen Online und Offline Identitäten wurde vor allem im Kontext von Chat-Kommunikation untersucht. Die Online Identität bezieht sich auf die Identität, die im Internet erzeugt wird, wohingegen die Offline-Identität die Identität außerhalb des Netzes beschreibt. Die Unterscheidung ist in der Chat-Kommunikation deshalb relevant, weil die UserInnen im Internet gelegentlich eine völlig neue Identität übernehmen (wie eine Veränderung von Charakter-, Körper-

¹⁰¹Fuchs (2009), S.111.

¹⁰²Vgl. Westlake, E.J. „Friend Me if You Facebook: Generation Y and Performative Surveillance.“ *The Drama Review*. http://muse.jhu.edu/journals/the_drama_review/summary/v052/52.4.westlake.html **Stand:** 13.10.10. S.29.

¹⁰³Vgl. Geert Lovink- Vortrag <http://www.twentytwenty.at/2010/09/geert-lovink-%E2%80%99Edie-ungeteilte-online-identitat/> **Stand:** 29.10.10.

Eigenschaften oder das Vertauschen des Geschlechts im Fall des Gender-Swapping)¹⁰⁴.

Wie steht es nun für die SNS Facebook? Ist die Verknüpfung zwischen Online und Offline-Identitäten auch hier ein wesentlicher Bestandteil der Identitätsarbeit im Internet? Wenn man dem Grundsatz von Facebook folgt, ist die Trennung zwischen Online und Offline Identitäten obsolet, da die Online-Identität nur die Offline-Identität widerspiegelt und gegebenenfalls erweitert.

Wenn man dem sozialpsychologischen Ansatz folgt, können sich die Teilidentitäten eines Individuums auch in Offline oder Online-Identitäten unterteilen. Der Medienwissenschaftler John Suler nennt fünf Dimensionen der virtuellen Identitätsarbeit, darunter: der Grad der Integration (d.h. bis zu welchem Grad Offline und Online-Identitäten voneinander abgekoppelt werden), der Umgang mit positiven oder negativen Selbst-Aspekten, der Grad der Fiktionalität (repräsentieren Online-Identitäten Wunschphantasien?) und der Grad der Unbewusstheit/Bewusstheit (inwieweit ist die Selbstdarstellung Online von den NutzerInnen bewusst gesteuert?). Ein wohlintegriertes Identitätspatchwork besteht laut Suler aus der jeweiligen Integration zwischen Online und Offline-Identitäten.¹⁰⁵

„Die Verknüpfung von Online- und Offline-Repräsentationen der eigenen Person kann nicht nur eine effektive Identitätsarbeit begünstigen, sondern selbstdarstellerisch z.B. auch Vertrauen und Glaubwürdigkeit bekräftigen. Selbstdarstellungstechniken im Netz umfassen verbale Strategien (..) sowie nonverbale Strategien von Botschaften, (...)“¹⁰⁶

Für Suler kann also ein ausgewogener Umgang mit Offline und Online-Identitäten die Identitätsarbeit im Allgemeinen positiv beeinflussen und den Charakter der UserInnen stärken. Relativ offensichtlich scheint es, dass die Selbstdarstellung auf Facebook nicht unüberlegt geschieht. Der Grad der Bewusstheit ist also, meines Erachtens relativ hoch. Allgemein betrachtet ist das Konzept der Anonymität stark mit dem der Offline- und Online-Identitäten geknüpft. Die fünf genannte Dimensionen Sulers können zwar hier nicht am Beispiel Facebooks genau untersucht werden, stehen jedoch im Vordergrund wenn von Identität die Rede ist. Eine der Thesen dieser Arbeit ist, dass Facebook nicht nur das Online, sondern auch das Offline-Leben der UserInnen beeinflussen kann. Mehr dazu im nächsten Kapitel.

II. 2. 3. Selbstmanagement und Praktiken der Fremdaneignung auf Facebook

Online-Identitäten werden im Web 2.0 mehr oder weniger bewusst gesteuert und kontrolliert. Die Art und Weise, wie sich der/die UserIn gibt, beschreibt, darstellt ist selten unüberlegt. Interessant ist es deshalb Normen festzuhalten, um Tendenzen und Praktiken der UserInnen im Umgang mit dem Medium untersuchen zu können. Wer entscheidet, was gut oder was schlecht ankommt und wie

¹⁰⁴Vgl. Angerer, Marie-Luise. *Alt.feminism/alt. Sex/alt. Identity/alt. theory/alt. art Angerer: Anmerkungen zur theoretischen und medialen Zelebrierung virtueller Geschlechter und ihrer Körper*. In: Springerin 2-3/1995. S. 32-41.

¹⁰⁵Vgl. Döring (2003), S.346.

¹⁰⁶Döring (2003), S.347.

bewusst sind sich die UserInnen bezüglich dieser Mechanismen?

II. 2. 3. 1. Selbstmanagement im Web 2.0

Für Döring bezieht sich Identitätsmanagement auf die selektive Offenbarung und Inszenierung der eigenen individuellen und kollektiven Identitäten vor anderen Menschen. Der Fokus liegt hier auf der Selbstdarstellung. Anders als bei der Identitätsarbeit, bei der das Selbstkonzept und die Selbstverständigung betont werden.¹⁰⁷

Ich werde hier den Terminus Selbstmanagement benutzen, da ich allgemeine Taktiken und Praktiken des Selbst analysieren möchte. Selbstdarstellung ist ein wesentlicher Bestandteil des Identitätsmanagements, aber nicht dessen Priorität. Wie bereits erwähnt, unterscheidet sich das Selbstkonzept von der Identität vor allem darin, dass es sich auf die gesamten Inhalte und Prozesse der Subjektkonstitution bezieht. Die Selbstreflexion und die Selbstexploration stehen hier im Vordergrund.

„Die Praktiken, mit denen ein Individuum im Netz ein Verhältnis zu sich selbst herstellt, sind immer auch in Prozeduren der *gelenkten Selbstführung* involviert. Hierzu gehören Subjektivierungspraktiken wie sie die Organisationskultur des *Selbstmanagements* artikuliert.“¹⁰⁸

Der österreichische Medien- und Kulturtheoretiker Ramón Reichert beschäftigt sich mit den Subjektivierungspraktiken, die mit dem Selbstmanagement in Verbindung treten. Auf welche Art und Weise stellen Subjekte Inhalte über sich selbst online zur Verfügung? Der Terminus „Management“ geht auf die unternehmerischen Praktiken zurück, die für die persönliche Lebensführung immer wichtiger werden. Subjektive Handlungsorientierungen haben eine effiziente und effektive „Selbstdarstellung, Lebensführung, Zeitplanung und Arbeitsorganisation“¹⁰⁹ zum Ziel. Die UserInnen sollen also ihr Leben adäquat präsentieren können und müssen hierfür über bestimmte Kompetenzen verfügen. Reichert betont, dass diese Kompetenzen heute notwendig geworden sind, um im Berufsleben, wie in sozialen Beziehungen erfolgreich zu sein. „Identitätsarbeit und die Fähigkeit zum Selbstmanagement gelten heute als unabdingbare Voraussetzungen für das Bestehen in den Arbeits- und Aufmerksamkeits- und Beziehungsmärkten überhaupt.“¹¹⁰ Was ist also unter unternehmerischen Praktiken genau zu verstehen?

¹⁰⁷Vgl. Döring (2003), S.337.

¹⁰⁸Reichert (2008), S.19.

¹⁰⁹Reichert (2008), S.19.

¹¹⁰Reichert (2008), S.58.

II. 2. 3. 2. Praktiken des unternehmerischen Handelns

Der deutsche Soziologe Ulrich Bröckling spricht in seinem Buch „Das Unternehmerische Selbst“ von einem Effekt vielfältiger Mikrotechniken und Denkweisen, die sich zu Makrostrukturen und Diskursen verdichten und zum Diktat des „unternehmerischen Selbst“ führen. Er führt die These des *homo oeconomicus*, dem Menschen als Humankapital in einer Unternehmensgesellschaft, in der bestimmte Mechanismen für andauernde Konkurrenz sorgen und auf eine Dynamik des Wettbewerbs basiert, an.¹¹¹ Der Begriff „Subjektivierung“ wird wie bei Foucault als Formungsprozess verstanden, bei dem gesellschaftliche Erwartungen und Selbstmodellierung korrelieren.¹¹² In seiner These über die Ökonomisierung des Sozialen beschreibt er diese als „Appell an Eigenverantwortung und Aufbau selbstregulatorischer Kapazitäten“¹¹³. Ziel dieser Ökonomisierung des Sozialen sei es autonome Subjekte zu schaffen, die nach betriebswissenschaftlichen Effizienzkriterien funktionieren.

Inwiefern Facebook diese Machtmechanismen konkret integriert und die UserInnen somit auch beeinflusst wird im Kapitel III. 1. 2 genau behandelt. UserInnen sollen sich weiterentwickeln und verbessern, eine der wichtigsten Praktiken besteht darin, richtig und viel zu erzählen.

Nicole Cohen, Kommunikations- und Kulturwissenschaftlerin der York University¹¹⁴, argumentiert in ihrem Aufsatz „The Valorization of Surveillance: Towards a Political Economy of Facebook“, dass Facebook durch Überwachungsmechanismen den Prozess der ökonomischen Rationalisierung unterstützt. Einerseits benütze Facebook Überwachungsmethoden, um die Informationen der UserInnen an Unternehmen weiterzugeben, andererseits sei Überwachung auch die wichtigste Strategie, damit UserInnen im Medium bleiben. Diese Form von Überwachung der UserInnen untereinander erfolgt nur durch die Dynamik kostenloser Inhalte, die von den UserInnen bereitgestellt werden. Im Web 2.0 sind es die UserInnen, oft als Prosumer¹¹⁵ beschrieben, die den Inhalt sozialer Netzwerke, Beziehungen und Affekte produzieren. Cohen beschreibt diesen Prozess als (unbezahlte) Arbeit, die als Voraussetzung für das Existieren der Web 2.0 Portale und des Profits fungieren. Die Applikationen Facebooks seien auch von einer Partizipationsarchitektur, die auf einer flexiblen und effizienten Vermittlung von Informationen beruhe, abhängig und müssten in einem breiteren politisch-ökonomischen Kontext verortet werden: Für die flexible, knappe

¹¹¹Vgl. Wiedemann, Carolin. *Selbstvermarktung im Netz: Eine Gouvernementalitätsanalyse der Social Networking Site 'Facebook'*. Saarbrücken: Universitätsverlag des Saarlandes, 2010. S.50.

¹¹²Vgl. Bröckling, Ulrich. *Das Unternehmerische Selbst: Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2007. S.27-31.

¹¹³Reichert (2008), S.41.

¹¹⁴Vgl. Nicole Cohen. <http://www.shamelessmag.com/blog/profile/3/> **Stand:** 4.11.10

¹¹⁵Prosumer ist Neologismus, der aus den Begriffen producer und consumer geformt wird und auf die Wichtigkeit der Konsumenten deutet. Mehr dazu in Düllo, Thomas. *Cultural Hacking: Kunst des strategischen Handelns*. Wien: Springer Verlag, 2005.

Produktion des neoliberalistischen Kapitalismus, der darauf abzielt die Lohnkosten zu verringern und den Nutzen außerhalb des Produktionsprozesses zu verorten. Durch das 2006 eingeführte *Feature News Feed*, das Updates von *friends* auflistet, habe Facebook ein Überwachungsinstrument kreiert, das dazu führe, immer öfter auf die Website zu kommen und gleichzeitig Werbung in die Website einzufügen.¹¹⁶ Voraussetzung für die angesprochenen Mechanismen bleibt das Erzählen über sich selbst.

II. 2. 3. 3. Narration und der Drang nach Aufmerksamkeit

Der Terminus „Emotionaler Kapitalismus“¹¹⁷, der in diesem Kontext benützt wird, beschreibt eine Kultur, in der die Praktiken und Diskurse von Ökonomie und Emotionalität sich gegenseitig formen.

„Mit der Kommerzialisierung der Aufmerksamkeitsmärkte hat das Web 2.0 mittlerweile einen globalen Markt des Erzählens etabliert, der die Präsentationsformen des Selbst im Netz in ökonomische Verwertungszusammenhänge transformiert.“¹¹⁸

Der Begriff des Aufmerksamkeitskampfes, den der deutsche Architekt, Software-Planer und Stadtplaner¹¹⁹ Georg Franck mit seinem Werk „Ökonomie der Aufmerksamkeit“¹²⁰ geprägt hat, wird in Kapitel III. 1. 4 im Kontext der Profilseite Facebooks noch genau untersucht. Im Mittelpunkt des Emotionalen Kapitalismus steht die Verbindung zwischen den unternehmerischen Praktiken und den Affekten der UserInnen. Das Erzählen über sich folgt gewissen **Strategien der unternehmerischen Kommunikation**, ganz besonders der des Management-Jargons. Angestrebt wird eine Kommerzialisierung des Erzählens, die „die immateriellen Güter der Produktions- und die Rezeptionskontexte der Selbstdarstellung im Netz“¹²¹ umfasst: Aufmerksamkeit, Beachtung, Bekanntheit. Für Facebook haben diese drei Begriffe eine andere Relevanz als für weitere Web-Plattformen oder Web-Blogs (wie Twitter oder Youtube). Bekanntheit zum Beispiel ist auf Facebook weniger relevant als auf Youtube¹²², dafür sind Aufmerksamkeit und Beachtung für viele Facebook-NutzerInnen eine Prämisse für einen erfolgreichen Umgang mit ihrem Online-Alltagsleben.

Im Internet erfolgt die Aufmerksamkeit sehr effektiv, schnell und effizient. Die Bedeutung des Begriffs „Netzwerk“ ist hier grundlegend, da sie auf ein System verweist, das verschiedene Punkte

¹¹⁶Vgl. Cohen (2008), S.8-12.

¹¹⁷Dieser Begriff ist von der amerikanischen Soziologin Arlie Hochschild geprägt und bezieht sich auf die zunehmende Ökonomisierung des Sozialen.

¹¹⁸Reichert (2008), S.62.

¹¹⁹Vgl. Georg Franck http://de.wikipedia.org/wiki/Georg_Franck Stand: 22.09.10

¹²⁰Franck, Georg. *Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf*. München, Wien: Hanser Verlag, 1998.

¹²¹Reichert (2008), S.62.

¹²²Vgl. Snickars, Pelle. *The YouTube reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009.

miteinander vereint. Mark Zuckerberg beschreibt sein „soziales Netzwerk“ als Hilfe, um mit Menschen in Kontakt zu bleiben, und gleichzeitig Inhalte mit ihnen austauschen zu können: „Facebook helps you connect and share with the people in your life¹²³“. Soziale Netzwerke sind auch dazu da, UserInnen den Kontakt zu anderen nicht nur effizient zu gestalten und somit zu erleichtern, sondern ihn auch für andere sichtbar zu machen. Boyd erläutert eine der Besonderheiten Facebooks, die darin besteht, UserInnen mit gleichem „network“ standardmäßig zu ermöglichen sich gegenseitig auch „anzusehen“.¹²⁴ Personen mit gleichem Netzwerk (sei es Universität oder Land) wird der Kontakt somit um vieles erleichtert. Indirekt führt diese Einstellung die UserInnen auch dazu mehreren Netzwerken anzugehören.

Um die Wichtigkeit von Narration auf Facebook zu beschreiben, kann man sagen, dass es hier zu einem Zwang geworden ist, sein eigenes Leben schriftlich oder bildlich darzustellen. Erwünscht ist eine emotionale Narration, die mit einer unternehmerischen Logik verbunden ist. Reichert spricht in diesem Zusammenhang von einer „Erzählökonomie im Web 2.0“.¹²⁵ In den verschiedenen Praktiken der Subjektivierung, in der Identitätsarbeit, Biografiearbeit, Selbstnarration und Selbstmanagement ist die erwartete Selbstreflexion immer an eine adäquate Medienkompetenz und Medienaneignung gekoppelt. Ohne geeignete Medienkompetenz haben die UserInnen oft nicht die Möglichkeit mit dem Medium gut oder „erfolgreich“ umzugehen. Natürlich muss hier zwischen den verschiedenen Facebook-NutzerInnen differenziert werden, da „Erfolg“ nicht immer gleich definiert wird. Viele UserInnen benützen Facebook nur gelegentlich, andere konsumieren es mehrere Stunden am Tag, was Umgang und Auswirkung beeinflusst. Nichtsdestotrotz ist es interessant allgemeine Tendenzen und Mechanismen des Mediums zu analysieren, damit sich die verschiedenen möglichen Auswirkungen auf die UserInnen herauskristallisieren können.

„Das Erzählen über sich selbst ist mehr als bloß ein Akt der partikulären Selbstbehauptung: Wer heute nicht mehr bereitwillig von sich erzählen möchte, gilt in einer sich ausweitenden Bekenntniskultur als asozial.“¹²⁶

Am Beispiel Facebooks kann diese etwas extreme Aussage Reicherts zumindest einigermaßen bekräftigt werden. Es gibt nämlich keine nicht-kommunikative Art und Weise mit Facebook umzugehen, denn auch das Nicht-Mitglied-Sein ist (für viele) eine Aussage oder ein Statement. Da die Anzahl der NutzerInnen in bestimmten Kreisen (die Hälfte der NutzerInnen sind zwischen 18 und 34 Jahre alt¹²⁷) so groß ist, werden die nicht vorhandenen Profile immer als eine Art Rebellion gedeutet, die manchmal bestimmte unerfreuliche Konsequenzen zur Folge haben kann.

¹²³www.facebook.com Stand : 27.07.10

¹²⁴Vgl. Boyd (2007), S.2.

¹²⁵Reichert (2008), S.47.

¹²⁶Reichert (2008), S.48.

¹²⁷ *Facebook Statistics* <http://www.checkfacebook.com/> Stand: 2.11.10

Beispielsweise werden Gruppen (zu Events zum Beispiel) kreiert, bei denen man Mitglied werden muss, um nähere Informationen über das jeweilige Ereignis zu bekommen. Die Plattform stellt hiermit eine flexible, effiziente und kostengünstige Einladungsmöglichkeit zur Verfügung. Hier sollte die Wichtigkeit von Facebook und Twitter für die StudentInnenbewegung im November 2009 kurz angesprochen werden¹²⁸. Wer nicht bei Facebook Mitglied war, konnte nicht so schnell oder nur über Umwege erfahren wo, was und wann passiert. Das Mitglied-Sein erleichtert also nicht nur den Zugang zur Information für Mitglieder, sondern erschwert diesen auch gleichzeitig für Nicht-Mitglieder. Auch wenn es nicht Thema dieser Diplomarbeit ist, sollte an dieser Stelle die Rolle von sozialen Netzwerkseiten wie Facebook für politische Bewegungen erläutert werden. Die Plattform gibt vielen Menschen die Möglichkeit, sich in einem repressiven Regime zu äußern, sich mit anderen auszutauschen¹²⁹ und gegebenenfalls auch Aufstände zu organisieren (ein Beispiel hierfür ist die Kommunikation anhand der SNS Twitter im Iran¹³⁰).

Für Facebook-Mitglieder gilt Individualisierung als gesellschaftlicher Zwang. Durch Selbstreflexion und Selbstinszenierung muss sich das Selbst von anderen unterscheiden. Nur eine gut geführte Biografiearbeit ermöglicht das auch. Laut Reichert ist dieser Selbstbezug verknüpft mit der gesellschaftlichen Konstruktion der Sorge um sich selbst.¹³¹ Wie Foucault schon erwähnte, gehört die Sorge um sich auch zu den Selbsttechnologien unserer modernen Gesellschaft. Die Sorge um das Selbst ist die Sorge um die Aktivität der Person. Umgesetzt auf Facebook könnte man behaupten, dass sich UserInnen durch eine aktive Biografiearbeit bemühen exemplarisch zu leben und anderen mit ihrem Tun und Sein ein gutes Beispiel vorzuleben. Narration spielt in diesem Kontext eine Schlüsselrolle.

Welche narrativen Ausdrucksformen sind auf Facebook besonders relevant? Am Beispiel der Statuseinträge können mehrere Texttypen, die im vorigen Kapitel erläutert wurden, erkannt werden. Einer der wichtigsten ist der appellative Texttyp: Die/der UserIn erwartet eine Rückmeldung von seinen *friends*.

Beispiel:

Matteo H. (27. Juli 2010): „bin auf wohnungssuche - also wenn jemand was weiß, bitte mir bescheid geben!!!!!!“

¹²⁸Vgl. Bendele, Jennifer. „Der Fluch der Medien.“ *Progress: Magazin der Österreichischen HochschülerInnenschaft*. H.2/09 (2009), S.4-6.

¹²⁹Beispiele hierfür: Myanmar, Indien, Iran. In : Polanki, Pollavi. „Etudiants engagés, tous sur la Toile !” Thureau-Dangin, Philippe. *Courrier International: Avoir 20 ans en 2010*. Paris : Hn1044, November 2010. S.60.

¹³⁰Iran, Facebook and the limits of Online Activism

http://www.foreignpolicy.com/articles/2010/02/12/irans_failed_facebook_revolution **Stand:** 16.10.10

¹³¹Vgl. Reichert (2008), S.70.

Bei anderen Statuseinträge ist der appellative Charakter impliziter, im Vordergrund steht oft der expressive Charakter der Mitteilung:

Beispiel:

Mara T. (27. Juli 2010) „I think i'm in love.... I love LONDON!!“

Wichtig ist, dass bei Pinnwandeinträgen immer kommunikatives Handeln im Mittelpunkt steht. Man schreibt hier, um gelesen zu werden. Der Aufruf um eine Antwort, eine Anerkennung ist immer mehr oder weniger explizit.

Hier soll noch kurz auf die Theorie des „Empowerment Writing“ eingegangen werden: Durch das Erzählen ihrer Geschichten sollen sich die reflexiven Fähigkeiten und Möglichkeiten der Menschen erweitern.¹³² Somit hat das Erzählen eine doppelte Funktion: Wenn ich viel über mich erzähle bin ich nicht nur in den Augen der anderen mehr präsent, sondern schaffe mir dadurch noch mehr reflexive Kompetenzen, um schließlich wieder besser erzählen zu können. *Reverse vicious circle?*

II. 2. 3. 4. Taktiken der Selbstdarstellung

Hier wird versucht kurz auf einige Taktiken der Selbstdarstellung im Web 2.0 einzugehen. Ich werde mich vor allem auf die Theorie von Ulrich Bröckling stützen, um mit einigen wichtigen Devisen (Kreativität, Authentizität und Sinnhaftigkeit) die soziale Netzwerkseite Facebook zu untersuchen. Die Herangehensweise Bröcklings besteht darin, die „vielfältigen (Selbst-) Steuerungsmechanismen, die das Selbstverständnis und Handeln der sozialen Akteure regulieren¹³³“, zu analysieren. Untersucht werden die Regierungs- und Selbstregierungspraktiken, die das unternehmerische Selbst zum Ziel haben.¹³⁴ Das unternehmerische Selbst bezeichnet keine beobachtbare Entität, sondern einen Als-Ob Zustand, die Art und Weise also, wie Individuen adressiert werden und gleichzeitig die Richtung, in die sie gelenkt werden sollten. Der Verweis auf Bourdieu ist hier von Bedeutung. Eine der Strategien, um in diesem Modell erfolgreich zu sein, ist das adäquate Ausnützen der kreativen Kompetenz.

¹³²Vgl. Reichert (2008), S. 47.

¹³³Bröckling (2007), S.43.

¹³⁴Vgl. Ebda. S.45-46.

II. 2. 3. 4. 1. Kreativität

Laut Bröckling ist der Begriff „Kreativität“ ein US-Import aus der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg und unterscheidet sich stark von der alteuropäischen Idee der Einbildungs- und Schöpferkraft als Geniereligion, die nur wenige Menschen besessen hätten.¹³⁵ Heute gilt Kreativität als Devise unserer Gesellschaft. Sie soll in der Lage sein alle Probleme zu lösen. Der Ruf nach ihr kann als gouvernementales Programm verstanden werden, „als Modus der Fremd- und Selbstführung“.¹³⁶ Kreativität gilt einerseits als Kompetenz, die jeder Mensch besitzt, ein anthropologisches Vermögen also, andererseits aber auch als eine verbindliche Norm: wie jeder Mensch sein sollte. Jeder habe jedoch auch die Möglichkeit an dieser Kompetenz zu arbeiten, und sollte es auch: Kreativität kann mobilisiert und freigesetzt aber auch „gezügelt“ werden.

Im Zeitalter der Aufmerksamkeitskämpfe ist es jedoch umso wichtiger diese Kompetenz auch richtig einsetzen zu können. Somit wird verlangt, Distinktionen zu schaffen. Kreativ ist man, wenn man anders ist, als die anderen, kreativ ist man im „Moment der Differenz“¹³⁷. „Ob etwas schöpferisch ist, hängt letztlich von der Bewertung durch die Umwelt ab.“¹³⁸ Im Wettbewerb muss man sich behaupten können; kreative Leistungen sind dann nützlich, wenn sie angemessen, an die Umwelt angepasst sind. Bröckling spricht hier von drei Dimensionen, die Kreativität ausmachen: eine Kultur, die Regeln festsetzt, eine Einzelperson, die etwas Neues nach den verschiedenen von der Umwelt festgesetzten Regeln schafft und ein Feld von Experten, die diese Leistung dann auch anerkennen.¹³⁹ Erst durch diese Anerkennung, durch das Gesehen-Werden eines Anderen, wird die Leistung letztlich auch relevant.

UserInnen auf Facebook stellen viele Informationen über ihr Leben zur Verfügung. Durch eine erlernte Medienkompetenz können sie an ihrer eigenen Selbstdarstellung „basteln“. Das Erlebte wird dann durch die (notwendige) Medienkompetenz so strukturiert, dass es einzigartig, unverwechselbar erscheint. Diese singuläre Eigenschaft ist gleichzeitig zur Konvention und zum Modephänomen geworden.¹⁴⁰ Jeder einzelne verpflichtet sich zur Kreativität und Selbstreflexivität. Auch die leicht zu bedienenden Anwendungen fordern uns dazu auf, unser Talent einzusetzen, um spannende Inhalte zu erzeugen, zu vernetzen und das zu erleben, was wir uns immer schon erträumten.¹⁴¹

¹³⁵Vgl. Ebda. S.159-160.

¹³⁶Ebda. S.152-154.

¹³⁷Bröckling (2007), S.157.

¹³⁸Ebda. S.168.

¹³⁹Vgl. Ebda. S.168.

¹⁴⁰Vgl. Reichert (2008), S.62.

¹⁴¹Vgl. Maresch (2007), S.1-2.

Der Umgang mit Sprache ist hier sehr interessant: Oft verwenden UserInnen in Pinnwandbeiträgen Wortspiele und Metaphern. Die Kommentare der anderen versuchen sich dann auf einem ähnlichen Niveau spielerisch damit auseinanderzusetzen. Beispielsweise schreibt Michael S. „mit lap im top(kino)“ am 22. August 2010. (Wortspiel Laptop/Topkino), oder Alexander L. „has been Amsterdamned“ (2. November 2010).

Bei der Option „Write something about yourself“, die auf der Profilseite erscheint, versuchen viele kreativ auf die Frage zu antworten. Zum Beispiel: Michael S. „something about myself“, Baptiste J.B. „nein“. Doris M.R.S. „ich du er sie es wir ihr sie halligalli“.

Interessant ist in diesem Kontext auch die Bemerkung des Medientheoretikers Rudolf Maresch: Die UserInnen hätten scheinbar die Möglichkeit, ihr ganzes kreatives Potenzial auszuleben, würden aber in ihrer virtuellen Welt die reale Welt nur duplizieren und maßstabsgetreu nachbauen.

„Statt echte Interaktivität zu schaffen, wird kopiert, imitiert und nachgebaut, und das möglichst detailgetreu. Es werden Gewohnheiten, Verhaltensweisen, Sehnsüchte und Geschäftsmodelle in die virtuelle Welt verlagert, die wir aus der alten kennen.“¹⁴² Zwar ist bei Maresch vor allem von virtuellen Spielen die Rede, doch lässt sich diese Bemerkung auch auf Facebook übertragen. Das, was auf Facebook kommuniziert wird, sind vor allem Informationen über das alltägliche Leben. Erlebnisse, Reisen, Bedürfnisse werden mitgeteilt, um möglichst authentisch bei den UserInnen anzukommen. Welche Rolle spielt hier die Authentizität?

II. 2. 3. 4. 2. Authentizität

Eine andere wichtige Strategie, um in der Aufmerksamkeitsökonomie erfolgreich und adäquat wahrgenommen zu werden, ist die Authentizitätsarbeit. Die Voraussetzung dafür ist das Erzeugen des Eindrucks eines authentischen Selbst (die echte Authentizität im Sinne von einer Beschreibung des „realen“ Charakters, ist nicht so sehr relevant). Authentizität wird somit zu einer Selbstdarstellungsstrategie.

Die Frage nach Authentizität ist mit der Frage nach Anonymität stark verbunden. Von den UserInnen wird verlangt eine „echte“ Person zu sein. Durch eine gültige IP-Adresse wird versucht dafür zu sorgen, nur reale Personen zu akzeptieren. „Fake identities“, wie bereits erwähnt, sind auf Facebook nicht erlaubt.¹⁴³ Mark Zuckerberg erwähnt, wie wichtig reale Identitäten für das Konzept von Facebook seien. Auf Facebook finde man echte Menschen, echte Beziehungen. Identität werde

¹⁴²Ebda. S.10.

¹⁴³ Vgl. Lewis, Kevin (Kaufman, J.). „The Taste for Privacy: An Analysis of College Student Privacy Settings in an Online Social Network.“ *Journal of Computer-Mediated Communication*. <http://christakis.med.harvard.edu/pdf/publications/articles/094.pdf> Stand: 13.10.10. S.80.

unter anderem auch durch die verschiedenen Beziehungen und Dinge, mit denen man vernetzt sei, erzeugt. Zusätzlich sei es für Facebook wichtig, laut Zuckerberg, den UserInnen immer Zugang zu und Kontrolle über ihre Information zu ermöglichen.

“The biggest one that we are pushing is Facebook has people’s real identity. You are yourself on Facebook. You connect to your real friends, they’re real relationships. You put in real information, **it’s really you**¹⁴⁴. That’s really the basis of what we’ve been calling the “social graph” since the Platform launched in 2007. It’s the idea that you are the people and the things that you’re connected to. The social graph¹⁴⁵ is this concept that exists in the world that we try to map out as much as we can on the site.

Status updates are really cool because you can see what’s going on with this real person. Wall posts are cool because I can go to someone’s profile, and even if I don’t know the person writing on it, I know that here’s someone you’re connected to and here’s what they’re saying, and I can click on them and get that context. Real identity really helps people communicate a lot and is really powerful.

Facebook is really invested in making sure that it’s the former one, where people can always control what their identity is and what information of theirs is being shared with different people, and I just think that matters a lot. I think that’s one of the key questions for our generation.”¹⁴⁶

Eine der wichtigsten Optionen auf Facebook ist das Verlinken von Fotografien. Hier können die UserInnen von ihren *friends* in allen möglichen Alltagssituationen verlinkt werden. Zu sehen sind KollegInnen auf Urlaubsfotos, oder auf Parties etc. Da man von anderen Menschen verlinkt wird und a priori eine passive Rolle spielt, entsteht der Eindruck eines authentischen Handelns. Die Realität ist jedoch meistens eine andere, weil die UserInnen letzten Endes entscheiden können, ob sie sich verlinken lassen, oder nicht. Die verlinkten Fotos, die auf dem Profil erscheinen, sind deshalb bei vielen auch Resultat einer bestimmten Auswahl. Welche Seite von mir will ich zeigen? Wie soll ich gesehen werden?

Im Ratgeberbuch „Networking“, das Tipps für ein erfolgreiches Netzwerken geben will, beschreiben die AutorInnen wie wichtig es sei auf Fotografien besonderen Wert zu legen. Für das Profildfoto äußern sie den Tipp ein Fotoshooting mit einem professionellen Fotografen zu organisieren, der dann auch noch zusätzlich ein paar Bilder machen kann, „bei denen (die UserInnen) in Bewegung sind“. Diese Bilder wären zwar mit professioneller Hilfe produziert worden, würden jedoch gleichzeitig den Eindruck von Authentizität erwecken.

Drittens spielen die Kommentare der „FreundInnen“ eine essentielle Rolle. Laut einer 2008

¹⁴⁴ Hervorgehoben von der Autorin. Diese reale Identität *scheint* im Widerspruch mit dem postmodernen Konzept von Identität zu sein. Einerseits wird vom Medium verlangt ein einheitliches authentisches Ganzes, andererseits aber auch eine vielschichtig talentierte Person zu sein.

¹⁴⁵ Abbild dieser Applikation siehe S.60.

¹⁴⁶ Smith, Justin. „Exclusive: Discussing the future of Facebook with CEO Mark Zuckerberg.“ *Inside Facebook*. 03.07.09. <http://www.insidefacebook.com/2009/06/03/exclusive-discussing-the-future-of-facebook-with-ceo-mark-zuckerberg/> **Stand:** 4.10.10

veröffentlichten Studie zur Rolle des Erscheinungsbildes und Verhaltens von Freunden bei der Evaluation von Personen auf Facebook¹⁴⁷, sind die Informationen über UserInnen, die von FreundInnen geschrieben wurden, vertrauenswürdiger als jene, die von den UserInnen selbst stammen, da sie weniger Kontrolle über sie hätten.

Diese digitalen Erzählformate und -verfahren sind in „Prozeduren der Subjektivierung bereits vorgelagert und strukturieren ein Ensemble an Kräften, die auf das Subjekt einwirken.“¹⁴⁸ Die Identitätsarbeit auf Facebook basiert auf einem Wechselspiel zwischen mehreren Strategien der Authentizität und Kreativität, die sich auch gegenseitig beeinflussen. Durch das kreative Handeln schafft sich der/die UserIn ein authentisches Bild.

Auf die Frage nach der Fiktionalität von Narration sollte noch kurz eingegangen werden. Die Selbstdarstellung der Person darf nicht so sehr ein wahres, unveränderliches Selbst darstellen sondern vor allem ein authentisches. Fiktion wird hier nicht als Gegenteil von Authentizität verstanden. Denn es geht um Inszenierung: Je individueller, einzigartiger, desto verwertbarer wird die Inszenierung. Individualität wird laut Bublitz zur Marke. Die Fabrikation der Authentizität führt auf die Inszenierung seine Unverwechselbarkeit zurück.¹⁴⁹ Bewertet wird die gelungene Selbstdarstellung als authentischer Ausdruck, „nicht seine Originalität im Sinne eines auratischen Originals und seiner Einmaligkeit“¹⁵⁰. Laut Reichert sieht das Subjekt sein Leben nicht als etwas Vorhandenes, sondern verhält sich zu ihm „in der Weise einer evaluativen Grundhaltung.“¹⁵¹ Somit sind Prozeduren der Stellungnahme, Rechtfertigungen und Nachweise gefordert. Entspricht dieses Nachweisen immer der Realität? Die UserInnen müssen ständig ihre Haltungen und Handlungen vor den Augen der anderen erklären und rechtfertigen. Der Verlauf der Selbstdarstellung ist deshalb auch episodenhaft. Die autobiografische Narration muss archiviert, verfügbar und vernetzt werden, im Gegensatz zu früher, als das Modell der Linearität und Homogenität der Geschichten erwünscht war.¹⁵² Das daraus entstandene Bild des Subjekts bleibt, obwohl oft mit fiktiven Elementen geschmückt, authentisch.

¹⁴⁷Vgl. Walther, Joseph (B.). „The Role of Friends’ Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We keep?“ *Human Communication Research*. <http://www.citeulike.org/user/tyttivir/article/2198079> **Stand:** 13.10.10. S.33 und S.45.

¹⁴⁸Reichert (2008), S.69.

¹⁴⁹Vgl. Bublitz (2010), S.170.

¹⁵⁰Ebda. S.193.

¹⁵¹Reichert (2008), S.54.

¹⁵²Vgl. Ebda. S.81.

II. 2. 3. 4. 3. Sinnhaftigkeit von Identitätsarbeit

Eine dritte wichtige Selbstdarstellungsstrategie besteht darin, Identitätsarbeit immer auch mit einem Sinn zu verknüpfen. Es muss immer einen Grund geben, warum man so, und nicht anders handelt. Dieses Handeln muss der jeweiligen Person und den ZuschauerInnen immer auch einen Nutzen „bringen“. Der Ansatz von Identitätsarbeit lautet also, sein eigenes Leben sinnvoll zu gestalten und zu organisieren. Erfahrungen des alltäglichen Lebens müssen mit Sinn gefüllt werden und zum einzigartigen Konstrukt des Selbst beisteuern.¹⁵³ Zum Selbstmanagement gehören deshalb verschiedene Formen von Selbstcoaching und vorteilhafte marktgerechte Selbstdarstellung. Das kreative, authentische und flexible Selbst muss seine Selbstverwirklichung immer den „Zyklen der Kapitalverwertung“ anpassen. Auch verfließen die Grenzen zwischen Arbeit und Leben, überall muss das Subjekt effizient und erfolgreich sein.¹⁵⁴ Alles muss einen Sinn haben.

Carolin Wiedemann, die an der Universität Hamburg promovierende Autorin von „Selbstvermarktung im Netz“¹⁵⁵, nimmt das Beispiel der Grundsätze zur Gestaltung einer Applikation, die von Facebook zur Verfügung gestellt werden. Eines der vier Schlagwörter für die Beschreibung adäquater Applikationen ist die Nützlichkeit. Applikationen sollen demnach echten Bedürfnissen der UserInnen und der Welt („real world needs“) nachgehen.

Auf Facebook können die erlebten Momente ebenfalls als Statusmeldungen bekannt gegeben werden. In diesem Sinne können andere wissen, was der/die jeweilige UserIn erlebt hat und mit Meinung, Rat, Geschichten antworten. Genau in diesem Moment des Teilens von Information wird das Erlebte auch gemessen. Erst das Gelesen-Werden und das Feedback der anderen UserInnen gibt dem Geschriebenen auch seinen „wahren“ Sinn.

II. 2. 3. 5. Dialog und Feedback

Der Dialog ist ein wichtiger Bestandteil des Selbstmanagements. Gemeint ist das Wechselverhältnis zwischen dem Anderen und dem Ich. Das Subjekt, das eine Vorstellung von sich selber hat, diese entwickelt und über sich erzählt, „setzt immer schon die Perspektive eines anderen auf sich selbst voraus, auf die es wiederum einzuwirken versucht.“¹⁵⁶ Der Blick des Anderen ist immer schon ein wichtiger Bestandteil des Subjektivierungsprozesses. Erst wenn man sich selbst auch als Objekt, also als Gegenstand der Betrachtung, sehen kann, wird man auch zu einem „Selbst“. Der verinnerlichte Blick einer anderen Person oder mehrerer anderer Personen ist, laut Bublitz, als

¹⁵³Vgl. Ebda. S.58.

¹⁵⁴Vgl. Bublitz (2010), S.82-83.

¹⁵⁵Vgl. Wiedemann (2010), S.83-85.

¹⁵⁶Reichert (2008), S.69.

antizipierender Blickwinkel zu verstehen. Für diese Perspektive ist eine bestimmte Distanz zu dem Ich eine Voraussetzung.¹⁵⁷ Auch Reichert sieht es ähnlich, wenn er behauptet, dass durch die Reflexion der eigenen Biografie durch andere, das Subjekt **Distanz zur eigenen Lebensgeschichte** bekommt. Selber habe es jedoch nicht die Möglichkeit eine rein objektive und wertfreie Betrachtung zu haben, daher brauche er die anderen.¹⁵⁸

Das Subjekt und dessen Anerkennung sind jedoch immer heikel. Das Prinzip des Gelingens seiner Biografiearbeit ist die konstante Arbeit am Portfolio als Leistungsnachweis seines Lebens.¹⁵⁹ Das Feedback ist auf Facebook mit dem Drang nach Aufmerksamkeit gekoppelt. Dieser Drang nach Anerkennung und Aufmerksamkeit wird zum Beispiel dadurch geäußert, dass UserInnen sich regelmäßig vorgefertigte Grußbotschaften, die auf den Pinnwänden „als ‚Trophäen‘ sozialer Beziehungen gesammelt werden“ verschicken.¹⁶⁰ Implizit werden Facebook-UserInnen gezwungen immer neue Profilfotos hochzuladen, immer neue Textmeldungen zu verschicken und ihre Aktivitäten auf Facebook sichtbar zu machen, um auf dem Medium sichtbar zu werden und auch zu **bleiben**. Wenn jemand immer wieder im *News Feed* erscheint, tendieren die anderen NutzerInnen dazu auch auf das jeweilige Profil zu „klicken“. Exzess kann jedoch auch negative Konsequenzen haben, da die UserInnen immer die Möglichkeit haben, andere UserInnen aus dem *News Feed* zu entfernen. Ich habe schon einige Male von dieser Applikation Gebrauch gemacht, da das ständige Aufscheinen von uninteressanten Meldungen von mir als Störfaktor empfunden wurde. Eine mögliche Konsequenz daraus ist, dass ich mit diesen Menschen weniger Kontakt habe, oder zumindest deren Profil nicht so oft ansehe.

Bröckling spricht vom 360° Feedback als System allseitiger Beurteilungen, das als Instrument im Bereich des Personalmanagements Gebrauch findet. In Form von Fragebögen wird die „Performanz“ von MitarbeiterInnen, von Vorgesetzten und die eigene Selbsteinschätzung gemessen und bewertet. „Jeder ist Beobachter aller anderen und der von allen anderen Beobachtete.“¹⁶¹ Neben einem Voyeurismus steht auch ein verallgemeinerter Exhibitionismus im Mittelpunkt des Interesses: Man muss sich günstig präsentieren, da man von allen gesehen wird. „Die Funktion der Fremdbeobachtung liegt in der Nötigung zur Selbstreflexion, die wiederum zu verbesserter Selbststeuerung führen soll.“¹⁶²

Die Pluralisierung von Selbst- und Fremdwahrnehmung ist für das Selbstmanagement von grundlegender Bedeutung: Durch eine institutionalisierte Rahmung der biografischen

¹⁵⁷Vgl. Bublitz (2010), S.58.

¹⁵⁸Vgl. Reichert (2008), S.80.

¹⁵⁹Vgl. Reichert (2008), S.54.

¹⁶⁰Vgl. Reichert (2008), S.59-77.

¹⁶¹Bröckling (2007), S.238.

¹⁶²Bröckling (2007), S.238-239.

Selbstanerkennung des Subjekts soll es „objektiv“ beurteilen können und gleichzeitig andere evaluieren lassen. Die Strategie des Selbst wechselt immer zwischen Selbstachtung und Rücksichtnahme. „Meine eigene Identität ist entscheidend abhängig von meinen dialogischen Beziehungen zu anderen.“¹⁶³ Aber natürlich teile ich nicht alle Informationen über mich selbst, sondern nur bestimmte.

„In seinen Möglichkeiten zur Selbstexpression und Selbstexploration situiert sich das Subjekt sowohl als eine steuernde Instanz als auch gesteuerte Instanz: es ist gleichzeitig Urheber, Adressat und Schauplatz eines Erzählens, das es selbst hervorbringt: dennoch kann es sich letztlich nicht von den Ordnungen des Wissens, der Kräftespiele und Herrschaftsverhältnisse befreien.“¹⁶⁴

Das Subjekt hat also eine zweifache Rolle: einerseits wird es beurteilt, andererseits kann es selber über andere urteilen. Reichert betont aber, dass das Subjekt letztendlich bestimmten Kräften und Mächten unterliegen muss. Die post-disziplinäre Kontrolle, wie sie Bröckling formuliert, besteht darin, das Feedback an ein kybernetisches Modell anzupassen: Der Einzelne wird zum informationsverarbeitenden System, „das sich selbst flexibel an die Erwartungen seiner Umwelt anpasst, wenn es nur regelmäßig mit differenzierten Rückmeldungen gefüttert wird.“¹⁶⁵ Inwiefern das Subjekt auf Facebook von diesen Machtmechanismen abhängig ist wird im nächsten Kapitel anhand der Profilseite untersucht.

¹⁶³Reichert (2008), S.57.

¹⁶⁴Reichert (2008), S.70.

¹⁶⁵Bröckling (2007), S.239.

III. Das Profil

Damit diese Arbeit nicht zu abstrakt und theoretisch bleibt, wird in diesem Kapitel ein spezifischer Bereich von Facebook analysiert: die Profilseite. Diese gilt als „Kernstück“ von Facebook, da hier alle Personen-spezifischen Informationen der UserInnen zu finden sind. Als erstes werden die verschiedenen Wissenstechniken, die zum Teil bereits erwähnt wurden, explizit in Hinblick auf die Profilseite untersucht. Zuletzt (in Kapitel III. 2.) wird ein konkretes Beispiel schriftlicher Kommunikation in Pinnwandeinträgen linguistisch, medienwissenschaftlich und philosophisch analysiert.

III. 1. Wissenstechniken im Rahmen der Profilseite

Der Begriff „Wissenstechniken“ ist von Reichert entlehnt und beschreibt die Form sozialer Kommunikation, die Identitäten und Subjektpositionen klassifiziert, ordnet und stabilisiert.¹⁶⁶ Ich werde hier auf mehrere Wissenstechniken eingehen, die für die Profilseite von Relevanz sind. Nachdem die wichtigsten Funktionen und der Aufbau der Profilseite kurz erläutert werden, werden beispielsweise die unternehmerischen Praktiken untersucht. Hier fungieren die Prozeduren der Wissensherstellung als Varianten der Frage nach Effektivität und ökonomischer Rationalität. Generiert wird das Deleuzsche „dividuelle Individuum“.¹⁶⁷ Untersucht werden mathematisch-statistische Wissenstechniken, die unsere Modalitäten von Denken, Wahrnehmung, Erinnerung und Kommunikation beeinflussen, um sie in rechnergestützte Gedächtnismedien zu transformieren.

III. 1. 1. Anleitung und Funktion der Profilseite

Die Erstellung umfangreicher Benutzerprofile gehört zu den verbreiteten Selbstpraktiken der UserInnen. In dieser Alltagskultur stellen sich Subjekte, wie bereits zuvor erklärt, unter eine permanente Selbstevaluation, die durch bestimmte Machtverhältnisse erzeugt wird. Ich werde hier versuchen die Sprache des Mediums zu analysieren und den historischen Hintergrund bestimmter Praktiken verorten.

¹⁶⁶ Reichert (2008), S.87-88.

¹⁶⁷ Ebda.

Abbildung 1¹⁶⁸

Zu den Hauptfunktionen Facebooks gehören:

- das eigene Profil (mit Profilfoto, Fotoalben etc.)
- die FreundInnen/*friends*
- die Kommunikation (durch Kommentare/Links/usw.)
- die Fotos und Videos
- die Applikationen

Die eigene Profilsseite gilt als Kernstück von Facebook. Die tabellenförmige Darstellung von Profilen durch das einfache Raster der Personenbeschreibung zeigt die Wichtigkeit von standardisierten Graphiken. Diese schaffen einen Gesamtüberblick über die Daten der jeweiligen

¹⁶⁸www.facebook.com Stand: 19.August 2010.

UserInnen und führen somit zu der vom Medium erwünschten Transparenz.

Das Profilmenu zählt sieben Suchraster in der Form eines Frageformulars. In der ersten Kategorie „Basic“ werden persönliche Daten in vorgegebene Wissensfelder eingetragen: „Current city“, „Hometown“, „Sex“, „Birthday“, „Interested In“, „Looking for“, „Political Views“, „Religious Views“, „Bio“, „Favorite Quotations“. Für manche Datenfelder gibt es vorgegebene Optionen. Bei „Looking For“ zum Beispiel besteht die Auswahl aus „dating/a relationship/networking oder friendship“. Auch das Datenfeld „relationship status“ hat vorgegebene Antworten.

Die Profilseite erstellt einen detaillierten Steckbrief mit Benutzerfoto und persönlichen Interessen. „Profil-features“ bestehen aus Pinnwandeinträgen, Freundeslisten, Fotoalben, Gästebuch, Mottoseiten (die Liste der I-Likes), Unterseiten. UserInnen werden zu aktiven Kooperation veranlasst, die jedoch immer mit „Mechanismen sozialer Modulation“¹⁶⁹ verbunden sind.

„Machtbeziehungen entstehen auch als Formen der Inklusion und der aktiven Einbindung der Subjekte in Entscheidungsprozesse und Handlungsoptionen.“¹⁷⁰ Der Prozess der Selbstermächtigung besteht aus Machtbeziehungen. Das obige Beispiel zeigt die Abbildung eines Profils. Auf der linken Seite stehen verschiedene „Boxen“ aufgelistet. Die tabellenförmigen Darstellungen präsentieren erstens Informationen über die UserInnen, anschließend ihre FreundInnen, danach die „Causes“ (diese Option wurde September 2010 von Facebook gelöscht), anschließend die „Likes“, die „Gifts“ und schlussendlich die verschiedenen Fotoalben (falls vorhanden).

Interessant ist hier die Frage, wer den Inhalt dieser vorgegebenen Wissensfelder auf der Profilseite erzeugt. Wer trifft die Entscheidung über das, was sichtbar und unsichtbar bleibt? Laut dem Medienwissenschaftler Webb handelt es sich um eine kleine Elite, die über diese Macht verfügt.¹⁷¹

Um wen es sich genau bei dieser Elite handelt, ist unklar und müsste untersucht werden. Wer sind die Facebook-Administratoren und wann gehört man zu ihnen?

Welche Funktion haben diese vorgegebenen Raster? Einerseits wird ein Gesamtüberblick über den persönlichen Charakter der UserInnen für die anderen geschaffen, andererseits herrschen durch die standardisierten Graphiken die gleichen Voraussetzungen für alle. Aus diesem Grunde werden Individualisierungstechniken durch persönliche, private Antworten, die sich von anderen unterscheiden, aber auch für andere schnell verständlich und bewertbar sind, erzeugt. Die jeweilige Person hat dadurch die Möglichkeit sich direkt mit anderen UserInnen zu vergleichen. Einerseits werden Selbstbeobachtung und Selbstkontrolle, andererseits Fremdbeobachtung und Beurteilungsstrategien generiert.

¹⁶⁹Reichert (2008), S.103.

¹⁷⁰Ebda.

¹⁷¹Vgl. Ebda. S.102.

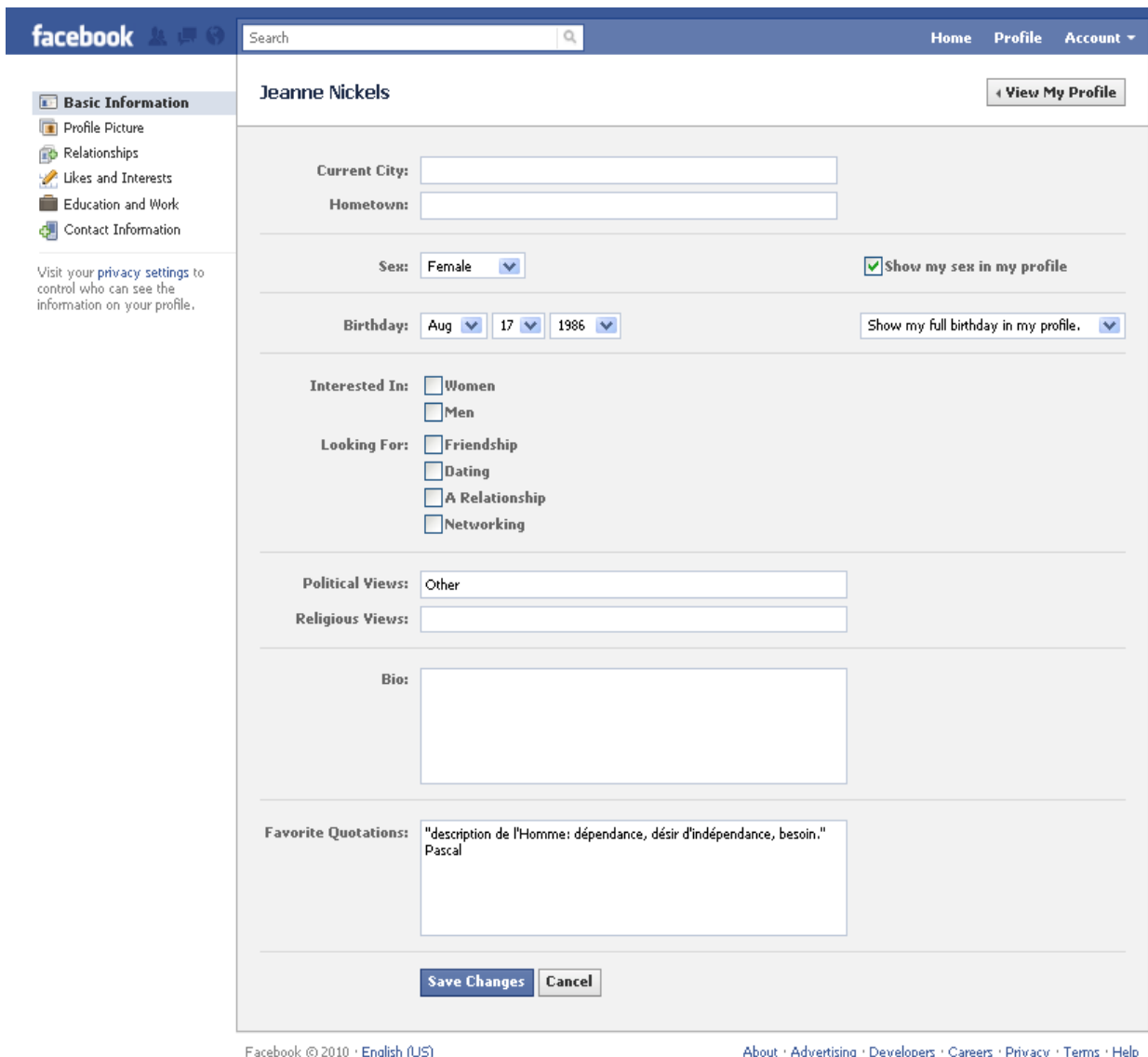


Abbildung 2¹⁷²

III. 1. 2. Unternehmerische Taktiken und Taktiken des Unternehmens

Folgende Fragen werden hier erläutert: Welche Mechanismen verfolgen Unternehmen, wenn sie von Facebook profitieren wollen? Wie können bestimmte Praktiken für das E-Commerce-Business zum Beispiel relevant sein? Als erstes wird auf ein Unternehmen eingegangen, das Marketing mithilfe sozialer Netzwerke betreibt. Anschließend werden allgemeine unternehmerische Taktiken auf Facebook erklärt und mögliche kommunikations-bezogene Konsequenzen angesprochen.

¹⁷² www.facebook.com **Stand:** 19. August 2010.

III. 1. 2. 1. „One is many“: Beispiel eines Unternehmens, das soziale Netzwerke benützt

Ich habe in Paris ein Interview mit Joyce Nahas, Geschäftsführerin von “One is many”, einer “social media agency”, geführt. Es ist interessant ihre Marketing-Strategien im Kontext dieser Diplomarbeit anzuführen, weil viele Parallelen zu verschiedenen angesprochenen Theorien (wie Bröcklings unternehmerisches Selbst) zu finden sind. Das Unternehmen betrachtet den Menschen als Ausgangs- und Mittelpunkt seiner Strategien, da die GeschäftsführerInnen glauben, dass der Einfluss einer „begeisterten“ Person weitaus größer ist, als der Diskurs einer traditionellen Werbung für eine Marke. Authentizität fungiert hier also als Prämisse. Ihre unternehmerische Strategie funktioniert durch die Wechselwirkungen zwischen Online- und Offline- Kommunikation, also mithilfe moderner Technologien des Web 2.0, die auf den Bedürfnissen der Menschen beruhen.

Grundlegend ist es zuallererst einem Kunden oder einer Marke eine Präsenz im Web zu schaffen. Der erste notwendige Schritt hierfür besteht darin, *meeting points* zu kreieren und die Identität der Firma sichtbar zu machen. Anschließend fungiert die *community building strategy* als Motor, um die Fan community durch digitales PR zu ermöglichen. Hier werden Schlüsselfiguren des Web 2.0 gesucht, um die Marke adäquat zu vertreten. Sie werden anschließend zu *community manager*, bekommen jedoch für ihre Arbeit kein Geld, sondern „nur“ symbolisches Kapital, da ihre Authentizität im Mittelpunkt steht und sie aus ihrer eigenen Begeisterung heraus in Blogs, Facebook-Seiten etc. kommunizieren sollen und aus diesem Grunde ihren Einsatz nicht als „Arbeit“ betrachten sollen. Die Kommunikation erfolgt in dieser Phase von *many to many*: Fans tauschen untereinander Informationen aus. Diese Kommunikation innerhalb eines Web 2.0 Portals, wie beispielsweise auf einer Fan-Seite auf Facebook, muss anschließend genau beobachtet werden. Durch Tracking Systeme wird die vierte Phase eingeleitet: *conversation monitoring assessment*. Gespräche müssen genau kontrolliert und evaluiert werden und gegebenenfalls in eine bestimmte Richtung **gelenkt** werden. Der/die *community manager* muss seine *community*, seine Fans animieren und mit ihnen interagieren. Guidelines, also bestimmte Richtlinien werden vom Unternehmen spezifisch erarbeitet, um den Inhalt, die Form und die Frequenz seiner/ihrer Kommentare vorzugeben. Wichtig ist der diskrete Einfluss über soziale Netzwerke. Er muss als natürlich und authentisch von den anderen wahrgenommen werden.

Das, was Web 2.0 Marketing von traditioneller Werbung unterscheidet, ist laut Joyce Nahas erstens, dass das Unternehmen auf sozialen Netzwerkseiten keine Kontrolle mehr über sein Image verfügt, da allein die UserInnen über den Erfolg oder Misserfolg eines Produktes entscheiden können. Gleichzeitig ist es jedoch so, dass durch den Einsatz eines „authentischen“ und aufmerksamen Community Managers, negative Kritiken sofort entdeckt werden können und somit ein Krisenmanagement eingesetzt werden kann, um jegliche negative Reaktionen wieder in eine positive Rich-

tung zu lenken. Zweitens besteht der wesentliche Unterschied zwischen traditionellen und modernen (Pull-)Marketing-Formen auch darin, dass der Einfluss jeder Anwendung und jeder Strategie auf sozialen Netzwerken genau **bemessen** werden kann. Zwar handelt es sich nicht immer um die tatsächliche Höhe des Gewinns, der durch eine bestimmte Marketing-Strategie erzielt wird, sondern sehr oft um symbolisches Kapital. Durch sowohl quantitative (Zahl der Viewer, Zahl der Kommentare, Zahl der Likes, Zahl der Links) als auch qualitative Evaluationskriterien kann der Erfolg für die jeweilige Marke genau bemessen werden und wird daher für die KundInnen von grundlegender Bedeutung. Die KPI (*Key Performance Indicators*) sind Evaluationskriterien, die durch Tracking Systeme bewerkstelligt werden. Der *user-generated content*, der von den UserInnen erzeugte Inhalt, wird durch einen mathematisch generierten Filter gebracht, der gewisse Schlüsselbegriffe verwendet, um ersteren in bestimmte Kategorien zu ordnen (beispielsweise positive und negative Kritiken). Grundlegend ist hier, dass das Unternehmen „One is many“ an dieser Stelle immer zu einer menschlichen Basis zurückkehrt: Alle Kommentare werden von einer oder mehreren Personen gelesen und analysiert, damit das Unternehmen anschließend strategisch reagieren kann. Nahas betont, dass es grundlegend ist, immer auf die Motivation der UserInnen zu achten.¹⁷³

Mit diesem Marketingbeispiel wird klar, dass soziale Netzwerke heutzutage für Marketing-Zwecke unabdingbar geworden sind, und dass auch in diesem Bereich soziologische Kriterien wie Authentizität eine Schlüsselrolle spielen. Interessant ist hier vor allem auch die Macht der Zahl. Durch evaluative Kriterien, die das Medium unter anderem tatsächlich zur Verfügung stellt (Facebook Insights¹⁷⁴ zum Beispiel), kann der Erfolg jeder einzelnen Anwendung genau bemessen werden. Statistisch-mathematische Methoden (*Tracking Systeme*) machen die Zahl zur Grundessenz der Marketingsprache.

III. 1. 2. 2. Unternehmerische Praktiken: Macht der Zahl

Die Idee des Individuums als *dividuelles, multiples, dechiffrierbares und transformierbares Selbst* (in Anlehnung an Deleuze) ist für das *Behaviorial Targeting*¹⁷⁵ von zentraler Bedeutung, da es Nutzungsgewohnheiten kontinuierlich evaluiert. Private Interessen und demografische Merkmale werden hiermit in ein statistisches Ganzes transformiert. „Digitales Targeting ist Bestandteil umfassender Such- und Überwachungstechnologien im Netz.“¹⁷⁶ Das Data-Mining zum Beispiel, wird als Anwendung statistisch-mathematischer Methoden auf einen spezifischen Datenbestand

¹⁷³ Protokollzeugnis: Interview mit Joyce Nahas, Geschäftsführerin von “One is many”, einer social media agency, am 31. Oktober 2010 in Paris. (<http://www.oneismany.com/>)

¹⁷⁴ Facebook Insights <http://www.facebook.com/#!/FacebookInsights> Stand: 2.11.10

¹⁷⁵ Behavioral Targeting ist eine Technik, die individuelle, auf die UserInnen abgestimmte Werbung, ermöglicht. <http://www.cpc-consulting.net/Behavioral-Targeting> Stand: 29.09.10

¹⁷⁶ Reichert (2008), S.104.

benutzt, um bestimmte Daten bei jedem Besuch im Netzwerk automatisch zu erfassen und zu aktualisieren und somit eine Mustererkennung zu erstellen. So genannte „surveillance tools“ ermöglichen es, die Zielgruppen direkt zu erreichen und gezielter Werbung zu machen. Das *Consumer Profiling*, also die Erstellung eines NutzerInnen-Profiles, in dem verschiedenste Daten über die Interessen und Gewohnheiten der UserInnen gespeichert und geordnet werden¹⁷⁷, ist hier einer der wichtigsten Bestandteile dieser Praktiken. Wie in Abbildung 1 zu sehen ist erscheinen auf der rechten Leiste der Facebook-Seite immer mehrere Werbungen. Diese orientieren sich an denjenigen Informationen über die UserInnen, die durch Facebook bereitgestellt werden. Es ist eindeutig, dass es sich bei diesem Beispiel um eine Userin handelt, weil die Werbung Fitness für Frauenkörper empfiehlt.

Konkret wird das Data-Mining durch eine Programmiersprache entwickelt. Durch festgelegte Algorithmen werden bestimmte Muster von einem Datenmaterial gesammelt und geordnet. Zu diesen Techniken gehören das *Clustering* (hier werden Ähnlichkeiten in Gruppen klassifiziert), die *Classification*, Regression Methoden und *machine learning techniques*. Prinzipiell gibt es zwei Methoden, um mit Daten durch Algorithmen zu operieren: Das *static structure mining* und das *dynamic structure mining*, wobei sich ersteres auf die Snapshot-Analyse einer Website bezieht (also zu einem bestimmten Zeitpunkt) und zweiteres auf die Analyse eines Datenbestandes innerhalb eines bestimmten Zeitraumes. Hier liegt der Fokus auf den Veränderungen im Datenbestand.¹⁷⁸ Auf Facebook sind beide Arten von grundlegender Bedeutung. Bevor bestimmte Muster durch maschinell operierende Algorithmen erfasst werden können, müssen die Daten durch mathematische Operationen als erstes transformiert und minimiert werden.¹⁷⁹ Algorithmen stellen eine Hybridform von konvergierenden Disziplinen wie beispielsweise Statistiken und artifizielle Intelligenz dar.¹⁸⁰ „An algorithm is a precisely defined procedure for solving a well-defined problem.“¹⁸¹ Viele wurden schon kommerzialisiert, von Amazon oder IMDb zum Beispiel. In diesem Fall haben sie die Aufgabe die Präferenzen der UserInnen durch frühere Bestellungen und dergleichen in Form von *numeric ratings* im Vorhinein zu kalkulieren.¹⁸²

Eine andere Strategie von Firmen, die sich zum Ziel setzten herauszufinden, ob bestimmte Waren bei ihren potenziellen Käufern ankommen oder nicht, findet sich in virtuellen Spielen wie Second

¹⁷⁷ „Consumer Profiling“ *Business Dictionary*. <http://www.businessdictionary.com/definition/consumer-profiling.html>
Stand: 29.09.10

¹⁷⁸ Vgl. Memon, Nasrullah. „Social Network Data Mining: Research Questions, Techniques, and Applications.“
Memon, Nasrullah. *Data Mining for Social Network Data*. Boston: Springer Science Media, 2010. S.2-9. S.2.

¹⁷⁹ Sio-long, A. *Data Mining and Applications in Genomics*. Oxford: Springer Science and Business Media, 2008. S.15.

¹⁸⁰ Ebda. S.20.

¹⁸¹ Ebda. S.3.

¹⁸² Vgl. He, Jianming. “A Social Network-Based Recommender System (SNRS).” Memon, Nasrullah. *Data Mining for Social Network Data*. Boston: Springer Science Media, 2010. S.47-75. Hier S.47.

Life. Anhand der Erstellung einer digitalen Kopie des Warenvorschlags, kann das Unternehmen ohne größeren Aufwand die Erfolgswahrscheinlichkeit dieses Fabrikats messen. Auf der anderen Seite haben sie auf Millionen abgespeicherte Daten, die die UserInnen bereitwillig hinterlegen, Zugang.¹⁸³ Das ist auch bei Facebook der Fall. Die persönlichen Daten der UserInnen gelten als eine der wichtigsten Ressourcen für Firmen. Rolf Sachsse spricht das mit dieser Tatsache verknüpfte Paradox an: Dieselben Menschen, die vor totaler Überwachung durch digitale Techniken Angst haben, geben „völlig unbedacht ihre wertvollsten persönlichen Erinnerungen den übelsten Monopolisten der Datenverschiebung und Datensammelei anheim“¹⁸⁴ „.

Die hier genannten Strategien des Marketings, sowie diejenigen des E-Recruitings vollziehen eine

„Transformation des polizeilichen Wissens und sammeln ihr Wissen über die privaten Gewohnheiten der Bürger/-innen mit der Akribie geheimdienstlicher Methoden. Bemerkenswert an dieser neuen Konstellation ist die emphatische Verankerung der Ökonomisierung des ‚menschlichen‘ Faktors in weiten Bereichen des sozialen Lebens.“¹⁸⁵

In seinem Postskriptum über die Kontrollgesellschaft spricht Deleuze von der numerischen Sprache als Sprache der Kontrolle. Diese soll aus Chiffren bestehen, die den Zugang oder die Abweisung zur Information kennzeichnen. Das numerische Prinzip kann auch auf Facebook angewendet werden, „als Metapher für das Funktionieren neuer gesellschaftlicher und ökonomischer Ordnungsstrukturen“¹⁸⁶. Die Ökonomisierung des Sozialen erfolgt durch den numerischen Code. Dieser herrscht vom Bildungscontrolling bis zur Rankingliste. Allein entscheidend sei, laut Reichert, die Operationalisierung und die Verarbeitung der Datenmassen- durch Knopfdruck. Dadurch werden gleichzeitig auch Prozesse sozialer Reglementierung verändert. Wieder kann hier auf das kybernetische Grundprinzip verwiesen werden. Anstelle von starren Parametern wird die variable Anpassung an das Datenmaterial, das den Kriterien der Suchanfragen zugrunde liegt, gefragt. „Die Geschlossenheit der individuellen Datenkörper geht verloren und wird ersetzt durch die kodifizierte Suchgeschichte eines *dividuellen* Kontrollmaterials.“¹⁸⁷ Das numerische Prinzip wird auch durch die Zahl der *friends*, die Zahl der Kommentare und die Zahl der Einladungen auf Facebook deutlich. Je mehr man von allem besitzt, könnte man glauben, desto erfolgreicher das Online- (und Offline-?) Leben. Auch wenn diese Aussage nicht völlig ernst zu nehmen ist, beinhaltet sie doch für manche einen Funken Wahrheit.

Diese unterschiedlichen auf Daten basierenden Kontrollverfahren werden durch die Technologien des Web 2.0 akzeptiert und zugleich auch banalisiert. Es wird als normal empfunden, Informationen

¹⁸³Vgl. Maresch (2007), S.4.

¹⁸⁴Sachsse (2009), S.21.

¹⁸⁵Reichert (2008), S.104.

¹⁸⁶Reichert (2008), S.105.

¹⁸⁷Ebda. S.105.

über sich herzugeben und diese in vorgegebene Suchraster einzufügen. Die zur Verfügung gestellten Fragen werden ebenfalls mehr oder weniger akzeptiert. Welche Konsequenzen könnten diese Prozeduren der Wissensherstellung für Unternehmen haben?

„Im New Public Management spekuliert man bereits mit der Behauptung, dass sich die Ökonomisierung der Lebensstile bereichernd und fördernd auf die Entwicklung des Humankapitals auswirke. An dieser Schnittstelle der Subjektconstitution bildet die Verinnerlichung des *managerial government* einen normativen Bezugsrahmen, der die *Selbstevaluation*, das *Feedbacksystem*, die *Qualitätskontrolle* und den *Leistungsvergleich* in ein wechselseitiges Bezugsverhältnis setzt.“¹⁸⁸

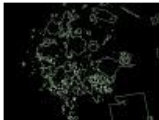
Um hegemoniale Ordnungen zu stabilisieren, fließen normative Vorstellungen ein. Die Verinnerlichung von Selbstevaluationen und Feedbackmechanismen zielt auf die Naturalisierung ab, und führt hiermit eine alltägliche Normalität der „Ökonomischen Rationalität“ ein. Werte wie Leistung, Effektivität und Effizienz sollen als selbstverständlich, normal und als allgemeiner Messwert gelten. Das Resultat wäre also eine Anhäufung von sich gegenseitig konkurrierenden Wesen, die durch die wechselseitige Kontrolle der anderen und durch ihre eifrige Selbstkontrolle besser, effizienter und erfolgreicher werden. Das Akzeptieren evaluativer Techniken wäre letztlich auch für den Erfolg der TeilnehmerInnen mitverantwortlich.

Auf Facebook gibt es eine Vielzahl an Leistungsnachweisen, Diagnosemethoden, Persönlichkeitstests, statistische Auswertungen und Fragebögen, wie sie auch in anderen Web-Blogs und SNS zu finden sind. Sie sind zum Alltag des Internets geworden. Ein Beispiel für standardisierte Wissensfelder ist die Applikation für „Persönlichkeitstests“, die zwischen 2008 und 2009 in österreichischen Studierenden-Kreisen auf Facebook sehr beliebt waren.

Diese Persönlichkeitstests bestehen aus vorgefertigten Fragen und stellen den UserInnen in der Regel zwei bis vier Antwortmöglichkeiten zur Verfügung. Sie erinnern durch ihre Form und ihren Inhalt sehr an herkömmliche Persönlichkeitstests aus (meistens Frauen-) Zeitschriften oder Magazinen. Nach etwa zehn Fragen soll dem/der UserIn gezeigt werden, „wer“ oder „wie“ sie/er ist. Diese Tests sind gute Beispiele, um das Ausmaß von vorgegebenen Rastern auf Facebook zu untersuchen. Die meisten UserInnen beantworten diese Fragen ohne Hintergedanken, eine Tatsache, die eine Banalisierung evaluativer Praktiken zur Folge hat. Im Fall der Persönlichkeitstests ist es wichtig zu erwähnen, dass die UserInnen nicht nur diese Tests passiv beantworten, sondern sie auch aktiv gestalten können. Jede/r UserIn hat die Möglichkeit seinen/ihren eigenen Test zu kreieren. Durch die einfachen benutzerfreundlichen Anwendungen kann sich jede beliebige Person ein Thema aussuchen und den Test frei kreativ gestalten. Die Ernsthaftigkeit dieser Tests wird dadurch zwar von vielen in Frage gestellt, verringert aber trotzdem nicht deren Beliebtheit. Somit kann man sagen, dass die UserInnen diese Tests vor allem deshalb machen, weil sie diese Art von Verfahren,

¹⁸⁸Ebda. S.111.

also diese Art von Prozeduren der Wissensherstellung, mögen. Das Beantworten und Ausschuchen von Fragen, und das darauf folgende Ergebnis (die narzisstische Freude über sich zu lesen) sind auch ein Grund, weshalb die meisten mitmachen. Ein klarer Hinweis also, dass für viele diese Banalisierung der statistischen Evaluierungsmethoden schon längst stattgefunden hat.



Welcher Wintertyp bist du?

Finde heraus, welcher Wintertyp du bist!

1. Wie bereitest du dich auf den Winter vor?

- Wann sperren endlich die Punschstände auf???
- Du legst dir eine leichte Fettschicht durch mehr essen zu!
- Warme Jacke, feste Schuhe, Haube, Handschuhe und Mütze kaufen!
- Du füllst deine Teevorräte auf.

2. Was machst du am liebsten an einem verschneiten Sonntag?

- Schlafen, schlafen, schlafen,...
- Abwarten und Tee trinken
- Wer geht mit auf einen Punsch?
- Bereits früh morgens fängst du mit dem Grundgerüst deines Iglus an.

3. Wann kaufst du dein Weihnachtsgeschenke ein?

- Kurz vor dem nächsten Punschstand
- Lange lange Zeit vor Weihnachten!

Abbildung 3¹⁸⁹

Wie Reichert betont, sind Medienpraktiken des Web 2.0 nicht neutrale Behältnisse von Informationen, sondern generieren neue Praktiken der Subjektkonstitution und besitzen immer auch eine kulturelle Bedeutung. Somit entstehen neue Formen von Herrschaftstechnologien als Idealbilder der Lebensführung, damit Subjekte sich verbessern und entfalten können. Diese lenken die Subjekte in eine bestimmte Richtung.¹⁹⁰ Welche Leitbilder auf Facebook tatsächlich generiert

¹⁸⁹ www.facebook.com Stand: 13.10.10

¹⁹⁰ Vgl. Reichert (2008), S.92-93.

werden ist schwer zu beantworten. Auch ist der soziale Kontext der verschiedenen UserInnen meines Erachtens grundlegend. Das Idealbild einer jungen Studentin, die sich in einer Post-Punk-Szene bewegt, wird ein anderes sein als das eines 13-jährigen Schülers. Trotzdem sind allgemeine gesellschaftliche Tendenzen festzustellen. Eine von ihnen besteht darin das Subjekt als unternehmerisches Selbst zu betrachten.

In „Networking“, dem Buch, das Unternehmen helfen soll, das Beste aus SNS herauszuholen, geben die AutorInnen einige Ratschläge, die die vorigen Argumente nochmals veranschaulichen. Die AutorInnen erklären, wie man mit SNS ein effizientes Netzwerk bilden kann. Grundlegend dafür ist der Umgang mit den richtigen Personen.

„Wir empfehlen Ihnen: Aktivieren Sie diese Kontakte wieder. Klopfen Sie sie ab auf ihren Nutzen: Wer arbeitet in einem interessanten Unternehmen? Wer bietet interessante Informationen? Wer käme als Kunde für Sie infrage? (...) Arbeiten Sie in der ersten Phase Ihres Netzwerkbaus diesen Grundstock an Kontakten ab. Sie werden sehen: Damit lässt sich schon einiges erreichen.“¹⁹¹

Ein anderer „heißer“ Tipp der AutorInnen besteht darin, an bestimmten Konferenzen teilzunehmen, Small Talk zu führen, um dann anschließend alle Kontakte, mithilfe der verschiedenen Optionen, die SNS zur Verfügung stellen, adäquat zu verwalten. „Nach der Veranstaltung beginnt nämlich der Teil des Netzwerks, der den Netzwerkprofi ausmacht: das Verwalten, Ordnen und Pflegen Ihrer Kontakte. Wir empfehlen, am Folgetag oder möglichst recht bald nach der Veranstaltung Ihre Kärtchen und Notizen durchzugehen.“¹⁹² Das Aufarbeiten der Kontakte gilt als Arbeitsschritt, der es ermöglichen soll Erfolg ins Berufsleben zu bringen. Notwendig hierfür sind nicht nur die (erlernbare) Medienkompetenz, sondern auch die adäquaten Medieninstrumente. Archivierungssysteme bieten hier eine wichtige Stütze für den Umgang mit „Kontakte(n), die sie im Moment nicht brauchen, die aber dennoch interessant klingen oder vielleicht später für Sie infrage kommen?“¹⁹³ Dieses Buch bietet eine genaue Abfolge von Maßnahmen, die darauf abzielen ein erfolgreiches Netzwerk zu bilden, um ein erfolgreiches (Arbeits-)Leben zu führen. Es beschreibt genau was, wie und wo zu tun ist. Netzwerken ist hier in genaue Arbeitsschritten unterteilt und gilt als Notwendigkeit für den Erfolg in der Arbeitswelt. Die SNS Facebook, die ebenfalls als sehr nützlich beschrieben wird, obwohl der geschäftliche Erfolg, laut den AutorInnen, am meisten für die USA von Relevanz ist, wird auch erwähnt. Die „Freunde“ auf Facebook, können jedoch auch für europäische NutzerInnen „nützlich“ sein. Prämisse für ein erfolgreiches Netzwerken ist und bleibt das zur Verfügung stehende Medium, und in diesem Fall vor allem die leicht zu nützende Software.

¹⁹¹Schmid-Egger, Christian. *Networking mit Xing, Facebook & Co.* München: Beck C.H., 2009. S.85.

¹⁹²Ebda S.95-96.

¹⁹³Ebda. S.98.

III. 1. 3. Wichtigkeit der „benutzerfreundlichen“ Software für das „gemischte“ Medium Facebook

Die Benutzerverwaltung auf Facebook wird durch elektronische Formulare organisiert, die eine einheitliche, standardisierte Inventarisierung und Erschließung des Datenmaterials ermöglichen sollen. Somit werden neue Standards der Autoritätskonstitution generiert. In diesem Kapitel wird noch genauer die Sprache des Mediums Facebook untersucht.

Facebook ist im Kontext allgemein aufkommender neuer Software, Breitbandkabel und simpel zu bedienender Anwendungen zu verorten.¹⁹⁴ Die meisten Inhalte des Internets basieren auf Dokumenten wie Texten, Fotos, Videos und Audio-Dateien, die für die Benutzerfreundlichkeit extrem wichtig sind. Durch diese leicht zu bedienenden Anwendungen können die NutzerInnen die Inhalte frei gestalten und verwalten. Wenn man über die technischen Voraussetzungen der Software hinwegsieht, scheinen die UserInnen einer kompletten Freiheit ausgesetzt zu sein. All das, was die NutzerInnen operational oder intervenierend verändern können, ist jedoch vom Operateur im Voraus berechnet. UserInnen schnippeln „letztlich nur jene Programmteile zusammen, die der Programmierer vorher (...) gestaltet hat“¹⁹⁵. Die technischen Grenzen der künstlerischen Freiheit hängen nicht nur von der Arbeit der ProgrammiererInnen ab, sondern auch von der Taktfrequenz, Rechenkapazität, Übertragungsgeschwindigkeit und der Architektur der Programme und der Bau- und Funktionsweise der verwendeten Hardware. Mathematisch festgelegte Regeln definieren also die möglichen Interaktionen der UserInnen¹⁹⁶.

Die Tools, die auf der Facebook Software zu finden sind, bestehen aus Checklisten, Fragebögen für Selbst-Evaluierungen, Statistiken, Kommentaren, Übungsabschnitten, Datenbanken, Listen von Adressen und Modulen zur Ermittlung individueller Fähigkeiten, Neigungen und Lieblingsbeschäftigungen. Diese machen Facebook zu einem gemischten Medium: ein Medium, in dem sowohl traditionelle, wie auch neue Funktionen eine Rolle spielen.¹⁹⁷ Zu finden sind, wie bereits erwähnt, grafische Rasterformen mit vorstrukturiertem Text (slot und filler-Funktionen) zur Erfassung, Verwaltung und Repräsentation von Wissensmaterialien. Durch eine determinierte Vereinheitlichung der Tabellenfelder werden Standards der „informationellen Datenverarbeitung“¹⁹⁸ etabliert. Subjektive Erzählformate werden zu „Informationsbausteine(n), die der formallogischen Verarbeitung der Datenbanksysteme zugeführt werden.“¹⁹⁹ Jede Textmeldung wird zu einem Informationsbaustein, der in einer bestimmten Struktur seinen adäquaten Platz findet, so dass man ihn auch immer wieder finden kann. Diese Bausteine können anschließend bemessen, kalkuliert und

¹⁹⁴Vgl. Maresch (2007), S.1.

¹⁹⁵Maresch (2007), S.5-10.

¹⁹⁶Vgl. Ebda. S.11.

¹⁹⁷Vgl. Reichert (2008), S.94-103.

¹⁹⁸Ebda. S.94.

¹⁹⁹Ebda.

mit anderen in Verbindung gebracht werden. Ein Beispiel hierfür ist die Berechnung der Trennungen von Liebespartnern auf Facebook. Eine graphische Abbildung zeigt, wie oft und wann Trennungen am häufigsten vorkommen. Der ironische Kommentar des Autors: „I never stop being amazed about how much Facebook can actually teach us about human behavior. When everything is being digitalized and searchable, some really interesting stuff appears.“²⁰⁰ Eine andere von Facebook entwickelte Applikation besteht darin die Freundschaften zwischen zwei Facebook-FreundInnen zu untersuchen. Durch die Option *see friendship*²⁰¹ kann sich jede/r UserIn eine bestimmte Freundschaft „ansetzen“. Auf einer spezifischen Seite werden dann erstens die Fotos aufgelistet, auf denen die zwei UserInnen gemeinsam zu sehen sind, anschließend gemeinsame Likes, gemeinsame *friends*, gemeinsame Events und gegenseitig verschickte Kommentare aufgelistet. In diesem Sinne können Freundschaften genau gemessen werden.

Die Benutzerverwaltung auf Facebook operiert also einerseits mit quantitativen Skalierungen, andererseits auch mit der Erstellung qualitativer Profile. So können in den „freien“ Datenfeldern UserInnen ihr kreatives Potenzial aufzeigen und sich „austoben“. Sie sollen ihre Kreativität und ihre Medienkompetenz dazu benutzen, ein möglichst individuelles Selbst zu präsentieren. Durch diese Prozeduren der Wissenserstellung akzeptieren sie die Normen, die ihnen vorgesetzt werden, schaffen allerdings gleichzeitig immer wieder neue Modelle der Individualität.

„Profile reproduzieren einerseits soziale Normen und bringen andererseits auch neue Formen von Individualität hervor. Sie verkörpern den Imperativ zur permanenten Selbstentzifferung auf der Grundlage bestimmter Auswahlmenüs, vorgegebener Datenfelder und eines Vokabulars, das es den Individuen erlauben soll, sich selbst in einer boomenden Bekenntniskultur zu verorten.“²⁰²

Der Medienwissenschaftler Werner Kallmeyer beschreibt, dass neue Medien zunächst immer wie alte Medien benutzt werden. Erst allmählich würden sich medial-spezifische Kommunikationsformen herausbilden.²⁰³ Inwiefern kann man Facebook als gemischtes Medium betrachten, welche Rolle spielen traditionelle Praktiken in der Subjektkonstitution der UserInnen und welche neuen Facebook-spezifischen Kommunikationsformen haben sich bereits etabliert? Facebook übernimmt beispielsweise das Modell der Prüfung von Persönlichkeitsmerkmalen der älteren Eignungsdiagnostik und transformiert es in „kollektiver Approbationsleistungen“²⁰⁴, um deren Wirkung zu verstärken. Mit einem standardisierten Katalog von typisierten Merkmalen, feststehenden Parametern und Faktoren, können UserInnen ihre Präferenzen eingeben und ihre

²⁰⁰ *Amazing Facts about Facebook and Breakups*

<http://mathiasmikkelsen.com/2010/10/amazing-facts-about-facebook-and-breakups/> Stand: 4.11.10

²⁰¹ www.facebook.com Stand: 4.11.10

²⁰² Reichert (2008), S.103.

²⁰³ Vgl. Kallmeyer (2000), S.297.

²⁰⁴ Reichert (2008), S.103.

Persönlichkeit beschreiben. Auch die Tabellen gehören zu den Instrumenten traditioneller Medien. Sie werden auf Facebook unter anderem in Persönlichkeitstests verwendet. Durch diese Grafiken können sich UserInnen bildlich mit anderen vergleichen und haben somit einen sofortigen Überblick über ihre Leistungen. Die Applikation „Social Graph“ stellt beispielsweise das virtuelle Netzwerk der UserInnen dar.

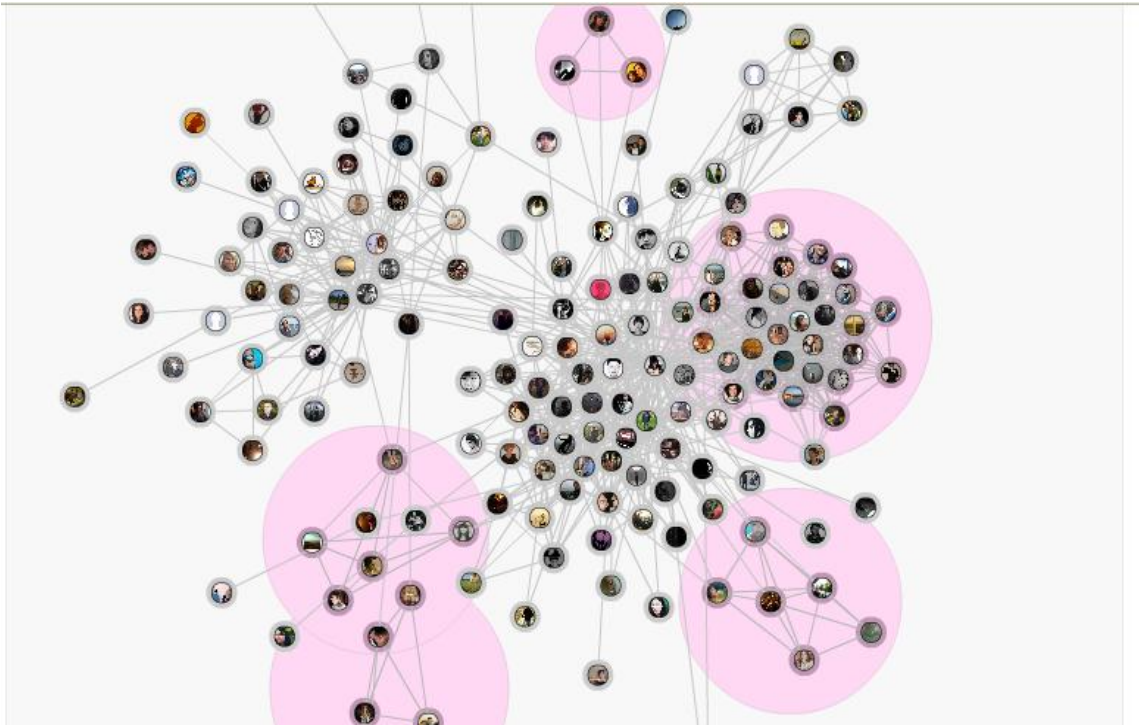


Abbildung 4²⁰⁵

Zu sehen sind hier die verschiedenen Netzwerke meiner Facebook-FreundInnen. Mit einem Blick wird sichtbar, welchen verschiedenen Gruppen ich angehöre (Familienmitglieder, SchulfreundInnen, UnikollegInnen, beste FreundInnen etc.). Interessant ist hier die Beschreibung von dem Blogger Jakob Steinschaden: Für ihn stünden ihm diejenigen Menschen, mit denen er am meisten vernetzt sei, am nächsten (starke Beziehungen). Andere Beziehungen mit Personen, die nur peripher im Bild zu sehen seien und mit denen der User keine/n andere Facebook-FreundIn gemeinsam hat, nenne er latent²⁰⁶. Diese Unterscheidung kann in meinem Fall nicht gemacht werden, da die Beziehungen, die ich zu Menschen führe nicht von Beziehungen anderer abhängig sind oder sein können. Nichtsdestotrotz zeigt diese Applikation sehr wohl welche Netzwerke für Facebook besonders relevant sind und welche weniger. An diesem Punkt ist anzumerken, dass Facebook nicht den Grad der Verlinkung (also durch wie viele Freundesebenen sich zwei Menschen

²⁰⁵ www.facebook.com Stand: 12.11.10

²⁰⁶ *Social Graph : Virtuelles Beziehungsgeflecht*

<http://www.phaenomenfacebook.com/2010/11/social-graph-virtuelles-beziehungsgeflecht/#comments> Stand: 4.11.10

kennen) zwischen UserInnen angibt, wie es andere soziale Netzwerkseiten, wie StudivZ, machen.

Eine andere interessante Applikation ist die „Statistics Facebook“, die darin besteht, alle „relevanten“ Informationen eines/r UserIn in Statistiken aufzuarbeiten.

Johan T. machte am 4. September 2010 von dieser Applikation Gebrauch:

What are your Facebook statistics?

Johan's best buddies are **Hannes A., Grethe R., Helene V.**, Johan's FB popularity points are **9.812824/15.0** (Very good). Highest is **14.7/15**. His World Rank is **16804/241921**. Here are few FB stats:

Total number of photos of Johan:: 629
Total number of comments on Johan's photos :: 760
Friend who has commented the most on photos :: Helene V.
Total number of comments he/she made :: 78
Average number of comments per photo :: 1.2082671
Total number of Likes of Johan's photos :: 251
Friend who has Liked most photos :: Grethe R.
Total number photos he/she has liked :: 16
Average number of likes per photo :: 0.3990461
Total number Links and videos shared by Johan:: 82
Total number of comments on links and videos of Jo: 125
Friend who has commented the most on the links and: Helene V.
Total number of comments he/she made :: 9
Average number of Comments per Link :: 1.5243902
Total number of links Liked by others :: 117
Friend who has Liked most links :: Hannes A.
Total number of Links he/she liked :: 6
Average number of Likes per Link :: 1.4268292
Total number of Status Msgs of Johan : : 113
Total number of comments on SMs of Johan:: 348
Friend who has commented the most SM :: Hannes A.
Total number of comments he/she has made :: 17
Average number of comments per SM :: 3.079646
Total number of Likes of SMs of Johan:: 136
Friend who has Liked most SMs :: Daniel P.
Total number of SMs he/she has liked :: 8
Average number of Likes per SM :: 1.2035398

Das Motto lautet: „Know your Facebook statistics like who has commented and liked most of your pics, links shared and status messages“²⁰⁷ Es ist hier interessant zu untersuchen, was genau gefragt und untersucht wird. Einerseits bietet das mathematische Wissen eine bestimmte Form von **scheinbarer** Objektivität, die es ermöglichen sollte den/die UserIn in einem *Ranking* zu verorten. Beispielsweise werden Johan *popularity points* gegeben nach denen er im *world ranking* seinen Platz bekommt. Unklar jedoch ist, wie diese Punkte genau berechnet werden und im welchem

²⁰⁷ *Facebook Statistics* <http://www.facebook.com/apps/application.php?id=113163938710002> **Stand:** 16.09.10

Verhältnis die verschiedenen Kriterien zueinander stehen (beispielsweise stellt sich die Frage, ob die Anzahl der FreundInnen mehr Wert ist als die Anzahl der Kommentare). Zahlen spielen aber hier die wichtigste Rolle. Das numerische Prinzip, wie bei Deleuze, erlaubt es die Beliebtheit zu kalkulieren. Und nur das, was auch kalkulierbar ist, **zählt** (im doppelten Sinn des Wortes).

Die berechneten Fragen kann man in drei Kategorien unterteilen: erstens die Gesamtzahl von etwas bestimmtem (beispielsweise „total number of comments he/she made“), zweitens die durchschnittliche Anzahl von etwas (bspw. „average number of comments per SM“) und drittens die Fragen, die sich auf FreundInnen beziehen (bspw. „friend who has commented most of the links“).

Die Macht der Zahl geht so weit, dass sie entscheidet, wer als „best buddy“ gilt. Als FreundIn Johans, kann man sich in dieser Liste entweder finden, oder nicht. Welche sozial-psychologischen Folgen dies für die verschiedenen Beziehungen haben kann, sei dahin gestellt.

Ein anderer interessanter Hinweis ist, dass diese Applikation nicht von Facebook entwickelt wurde, sondern von einer/einem UserIn²⁰⁸. Facebook muss jedoch trotzdem die Daten seiner UserInnen zur Verfügung stellen, um diese Funktion zu ermöglichen. Die/der UserIn muss bestimmte Bedingungen (den Zugang ihrer/seiner Daten) akzeptieren, um von dieser Applikation Gebrauch zu machen. Auch hier gilt die leicht zu bedienende Software als Voraussetzung für das Funktionieren dieser Applikation.

In „Networking“ erklären die AutorInnen die Besonderheit von Facebook gegenüber anderen Netzwerken: Die Plattform eigne sich sehr gut für Anwendungen von Drittanbietern, da sich die Programme direkt an das Design von Facebook anpassen würden und somit sofort für die Anwendung von UserInnen kompatibel seien.²⁰⁹ NutzerInnen können durch diese Option sofort die vorgegebene durchsichtige Struktur wiedererkennen, und ihr positiv gegenüberreten. Aus der Sicht der Privatsphäre ist es noch wichtiger diesen Punkt zu erläutern, denn sobald der/die NutzerIn die Anwendung „erlaubt“, hat das jeweilige Unternehmen, das das Programm geschaffen hat, Zugriff auf alle Daten dieser Person.²¹⁰

Die vorstrukturierten Applikationen geben spezifische Gestaltungsimperative der Wissenserfassung und -repräsentation persönlicher Daten. Die grafische Autorität besteht aus qualitativen wie auch quantitativen Kriterien und „diktiert nicht nur die inhaltlichen Kategorien der Selbstbeschreibung, sondern fordert auch das vollständige Ausfüllen des Formulars, mit welchem erst der Vorgang abgeschlossen werden kann.“²¹¹ Schon bei der Anmeldung eines Accounts auf Facebook beginnt die

²⁰⁸Ebda.

²⁰⁹Vgl. Schmid-Egger (2009), S.20-21.

²¹⁰Vgl. Fuchs (2009), S.109.

²¹¹Reichert (2008), S.98.

vielschichtige Prozedur der Wissenserfassung. Persönliche Daten werden in standardisierte vorgegebene Erfassungsmasken und dokumentspezifische Datenfelder eingetragen. Das narrative Wissen muss somit, wie bereits erklärt, in Bausteine zerlegt werden. Der Zufluss von Daten muss schon im Vorfeld standardisiert und kategorisiert werden.

„Doch je weiter sich das Raster in die Graphik der Formalität zurückzieht, d.h. nicht explizit wird, desto erfolgreicher scheint es bei der Hervorbringung intimer Bekenntnisse zu sein. Es sind die scheinbar 'zwanglosen' Datenfelder, die informellen Spielraum zur persönlichen Gestaltung aufweisen und zur Führung individueller Listen und Tabellen einladen und Gelegenheit zu persönlichen Bekenntnissen und intimen Enthüllungen bieten.“²¹²

Laut Reicherts These würden die technischen Mechanismen der Wissenserfassung die UserInnen dazu bringen mehr über sich preiszugeben, weil diese Datenakkumulation als dezentrale Praxis interpretiert wird. Würden sie sich durch diese scheinbar herrschaftslose Praxis mehr in Sicherheit fühlen, um freier ihre Gedanken und Gefühle zu äußern? Da für alle UserInnen dieselben technischen Schritte verlangt werden, herrscht eine scheinbare Gleichberechtigung aller UserInnen. Meines Erachtens handelt es sich hierbei nicht so sehr um ein Sicherheitsgefühl, sondern vielmehr um einen unüberbrückbaren Wettkampf. Nur durch eine erfolgreich erlernte Medien- und Sprachkompetenz können die UserInnen in der Lage sein, ihre Informationen, ihr Wissen, ihre Daten so zu formulieren, dass sie individuell und interessant erscheinen. Ihre Kreativität muss ihnen dabei helfen, sich sprachlich kompetent zu äußern, um auch für andere von Relevanz zu sein. Der Wettkampf um Aufmerksamkeit bringt also den Zwang hervor seiner Umwelt gegenüber adäquat zu handeln.

III. 1. 4. Aufmerksamkeitskämpfe im Web 2.0.

Franck spricht von unserer Gesellschaft als Ort, an dem wir täglich Aufmerksamkeitskämpfen ausgesetzt sind. Die Ökonomie der Aufmerksamkeit hätte sich in der Ära der postindustriellen Informationsvermittlung etabliert. Aufmerksamkeit sei die neue Währung, und übertreffe durch ihre Universalität den Stellenwert des Geldes. In einem Regime der Visibilität sei der Selbstwert von der Organisation und dem Management in Konkurrenzkämpfen abhängig. Die Aufmerksamkeit wäre nicht mehr Mittel zum Zweck, sondern zum Selbstzweck geworden.²¹³

Die Aufmerksamkeit, die wir anderen schenken ist, laut Franck, kulturell abhängig, denn wir erleben das, „worauf wir achten beziehungsweise zu achten gelernt haben.“²¹⁴ Somit wären mediale Aufmerksamkeitsstrategien, die kulturell angepasst sind notwendig, um die Selbstdarstellung

²¹²Reichert (2008), S.100.

²¹³Vgl.Franck (1998), S.49-69.

²¹⁴Franck (1998), S.58.

erfolgreich zu gestalten. „Social Networking Sites instrumentalisieren mit technischem Know How den Kampf um Wahrnehmung und verknüpfen die jeweiligen Erzählformen und Artefakte der Bloggerinnen und Blogger mit quantitativen und qualitativen Bewertungssystemen.“²¹⁵ Die meisten, und das vergisst man meistens, bekommen wenig oder gar keine Aufmerksamkeit, es sind die Vergessenen, die Überflüssigen des Web 2.0. Als neues Erfolgsmodell unserer Gesellschaft beschreibt der Medien- und Kunstwissenschaftler Simanowski die Utopie der Zahl und bezieht sich hier auf den Medienwissenschaftler Geert Lovink. Die meisten Blogs sind unkommentierte, ungelesene Äußerungen, das Scheitern innerhalb der Aufmerksamkeitsökonomie symbolisieren.²¹⁶ Auch würden sie die am Beispiel der Statistiken veranschaulichte Hypothese bekräftigen, dass das was entscheidend ist, die Zahl ist. Wichtig sei also ausschließlich die Zahl der *friends*, die Zahl der Kommentare, die Zahl der Likes, die Zahl der Pinnwandeinträge.

Um erfolgreich auf den Aufmerksamkeitsmärkten zu sein, ist ein vernetztes Selbst, das über Netzwerkfähigkeit und Flexibilität verfügt und diese auch für das Selbstmanagement adäquat benützt, die Voraussetzung. Man muss wissen, wie man mit dem Medium umgehen soll, um das Interesse der anderen auch adäquat wecken zu können.

Die tägliche Veränderung ist ein wichtiger Teil des sozialen Drucks der Aufmerksamkeitskämpfe. „Die Mode wird zur allgegenwärtigen und schließlich alles durchdringenden Erscheinung.“²¹⁷ Die kontinuierliche Veränderung würde laut Franck durch die Industrialisierung an die Stelle der konsolidierenden Anpassung an das Neue treten. Biografien im Web 2.0 sind also nicht länger statisch. Ganz im Gegenteil müssen sich Identitäten verändern und vor allem ständig verbessern, sie sind als „ständig changierendes Resultat von Inszenierungsstrategien und Selbsterfindungen“²¹⁸ zu verstehen. Die *What's on your mind* –Tabelle, die alle UserInnen dazu aufruft etwas zu schreiben, das anschließend im *News Feed*, einem Ort, an dem alle FreundInnen die Information/en lesen können, erscheint, verschwindet nicht wenn man einen Inhalt eingibt. Sie bleibt immer präsent, um darauf hinzuweisen, dass der Prozess immer weiter geht.²¹⁹ Der Lebenslauf wird somit als Work-in-progress angesehen: Ein ewig unabgeschlossener Prozess.

„Anders als das traditionelle Disziplinarsubjekt, das niemals aufhört anzufangen, wird der Unternehmer in eigener Sache nie mit irgendetwas fertig. Permanente Weiterbildung, lebenslanges Lernen, persönliches Wachstum- die Selbstoptimierungsimperative implizieren die Nötigung zur kontinuierlichen Verbesserung.“²²⁰

²¹⁵Reichert (2008), S.61.

²¹⁶Vgl. Simanowski, Roberto. *Digitale Medien in der Erlebnisgesellschaft: Kultur-Kunst-Utopien*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2008. S.65.

²¹⁷Franck (1998), S.61.

²¹⁸Reichert (2008), S.49-50.

²¹⁹Wiedemann (2010), S.76.

²²⁰Franck (1998), S.71-72.

Die Konkurrenz und der Wettkampf würden die Menschen dazu führen immer den Drang zu haben an sich zu arbeiten. In diesem Sinne müssen auch die Möglichkeitsräume immer wieder neu definiert werden, um das eigene Leben als anpassungsfähig, flexibel und veränderbar darzustellen. Das ist auch das Ziel der UserInnen: Sie wollen als autonome Subjekte verstanden werden, als RegisseurInnen und DarstellerInnen ihres eigenen Lebens. Eine flexible Anpassung an äußere Standardisierungen ist somit auch die Prämisse, da sich auch die Umwelt immer häufiger und schneller verändert. Ziel der Online-Profile ist es im Netz ein „anpassungsfähiges Selbstbild zu entwickeln, das gleichzeitig Handlungs- und Wandlungsfähigkeit signalisieren soll.“²²¹

„Es gilt erstens, möglichst viel und möglichst geneigte Aufmerksamkeit von denjenigen Menschen einzunehmen, die wir selbst am meisten schätzen. Es gilt zweitens, den Wert der eigenen Aufmerksamkeit in den Augen derer zu maximieren, auf die es uns ankommt. Es gilt drittens, dieses Geschäft so anzuwickeln, daß die Selbstachtung keinen Schaden einnimmt.“²²²

Laut Franck gibt es genaue Ziele und Strategien, um mit Aufmerksamkeit adäquat umzugehen. Er vergleicht die Art und Weise, in der Menschen mit Aufmerksamkeit umgehen, mit einer Tauschsituation. Menschen verhandeln mit und durch Aufmerksamkeit. Laut dem obigen Zitat wäre es unser Ziel vor allem von bestimmten Menschen Aufmerksamkeit zu bekommen. Obwohl die Ausschließlichkeit dieser These sehr gewagt ist und meines Erachtens nicht in dem behaupteten Maße gültig ist, ist es interessant sie am Beispiel Facebook zu veranschaulichen.

Auf dem Profil können Pinnwandeinträge gespeichert werden, die je nach Einstellung entweder für bestimmte, für alle „FreundInnen“ oder auch für Fremde sichtbar sind. Kommentare auf der Pinnwand erwecken ganz klar Aufmerksamkeit, da sie auch im *News Feed* erscheinen. Durch die wechselseitigen Kommentare der „FreundInnen“ untereinander, können sie sich gegenseitig Aufmerksamkeit schenken und laut Franck wollen wir immer von denjenigen Menschen Beachtung bekommen, die wir auch schätzen. In diesem Sinne würden die Menschen ihre Aufmerksamkeit nicht willkürlich austeilen, sondern durchaus mit dem Ziel, „den Wert der eigenen Aufmerksamkeit zu maximieren.“²²³ Kommentare, I-Like, oder im weitesten Sinne *friends* sind in der Lage, uns symbolisches Kapital²²⁴ wie Prestige, Reputation, Prominenz zu übermitteln.

Laut Franck sei das mächtigste technische Hilfsmittel der Informationsverarbeitung die Sprache.

„Die Sprache bewaffnet die Aufmerksamkeit mit einem so reichhaltigen Instrumentarium zur Erarbeitung, Verarbeitung, Mitteilung und Überlieferung von Information, daß wir die

²²¹Reichert (2008), S.49-79.

²²²Franck (1998), S.83.

²²³Ebda. S.94.

²²⁴Frank bezieht sich hier auf Pierre Bourdieu- Vgl Kapitel IV. 3.

Steigerung des Wirkungsgrads noch nicht wirklich ermessen haben.²²⁵

Durch die Schrift würden externe Speichermedien für sprachlich verfasste Information zum internen Gedächtnis hinzukommen. Schrift würde eine Erweiterung der Sprache im engeren Sinn hervorbringen. Die Sprache, und insbesondere die Schrift, ist in ihrer materiellen Form zu verstehen, also in ihrem medialen Gebrauch. Dieser Ansicht ist auch der Medienwissenschaftler Roberto Simanowski: Nur wer mit Sprache umzugehen weiß, kann im Weblog zum Helden werden. Das Wort habe aber hier laut Simanowski ein größeres Gewicht als die Bilder.²²⁶

Wie im ersten Kapitel bereits erwähnt sieht auch Bourdieu in Worten eine symbolische Dimension, die immer auch symbolisches Kapital beinhaltet. Jeder linguistische Austausch beinhaltet einen wirtschaftlichen Austausch, da jeder Aussage ein Autoritäten-Diskurs zugrunde liegt.²²⁷ Wenn man diese Aussagen auf Facebook überträgt, hieße dies, dass es wichtig sei, mit bestimmten Menschen „befreundet“ zu sein und zu kommunizieren. Wieder stehe das soziale Kapital im Vordergrund. Auch wenn diese Aussagen etwas gewagt erscheinen, bleibt es letztlich doch interessant sie im Kontext sozialer Netzwerke zu untersuchen.

Im zweiseitigen Tausch, beschreibt Franck weiter, würden wir an all die anderen, in der Gestalt eines generalisierten Dritten, „dessen Ansicht unserer Person deren gesellschaftliches Ansehen repräsentiert“²²⁸, denken. Welche Rolle spielt diese dritte Person für die Selbstbeobachtung und die Selbstkontrolle?

III. 1. 5. Zwischen Selbstbeobachtung und Fremdbeobachtung

In Networking, beschreiben die AutorInnen die Gefahr, die die Vielfalt der FreundInnen mit sich bringen kann. Es könnte nämlich passieren, dass ein Arbeitgeber unpassende Kommentare von FreundInnen liest, oder gewagte Fotos etc. zu sehen bekommt. Sie geben deshalb den Tipp bei den Einstellungen der Privatsphäre, die Kontakte so zu verwalten, dass nur bestimmte Menschen zu bestimmten Informationen Zugang haben. Es gilt, so die AutorInnen, vorsichtig mit den Inhalten umzugehen und die Fremdbeobachtung nicht zu unterschätzen. Nur durch ein adäquates Netzwerk kann man richtig von Situationen und Menschen Gebrauch machen.²²⁹

In „Überwachen und Strafen“ untersucht Foucault das Panoptikum, ein Gefängnismodell, das im Zeitalter der Disziplinargesellschaften von Jeremy Bentham entworfen wurde. Im Panoptikum

²²⁵Franck (1998), S.53.

²²⁶Vgl. Simanowski (2008), S.83.

²²⁷Vgl. Bourdieu (2001), S.58.

²²⁸Franck (1998), S.99.

²²⁹Vgl. Schmid-Egger (2009), S.69-81.

werden alle Verhafteten von einem Wächter beobachtet, sie haben auch die Möglichkeit alle anderen zu beobachten; nur der Beobachtende bleibt unsichtbar, während die Beobachteten im Licht stehen.²³⁰ Es entsteht eine Trennung von Sehen und Gesehenwerden. Der Beobachterblick dominiert und durch ihn entsteht die Selbstbeziehung des Subjekts. Beobachtung und Selbstbeobachtung fungieren hier als Instrumente sozialer Kontrolle und sind ineinander verschränkt.²³¹ Die Macht wird entindividualisiert. Die amerikanische Medienwissenschaftlerin Westlake beschreibt, dass im panoptischen Konzept die Effizienz vor allem in ihren Mechanismen liege: „The true efficiency of the Panoptikum lies not in the potential of surveillance, but in the mechanism“²³² Der Französische Informatik- und Philosophieprofessor in der Sorbonne Jean-Gabriel Ganascia entwickelt in seinem letzten Buch „Voir et pouvoir: Qui nous surveille?“²³³ ein neues Modell, das sich von Foucaults Panoptikum inspiriert: Das Catoptikum. Dieses Konzept sei für die derzeitige Gesellschaft passender, da hier die Kontrolle von unten kommt: Jede/r habe die Möglichkeit jede/n zu beobachten. Anstatt einer „surveillance“, sei eine „sousveillance“ am Werk. Die von unten (*en dessous*) stammende Kontrolle sei diskreter, einfacher gestaltet und omnipräsent.²³⁴

Übertragen auf Facebook kann man sagen, dass die Möglichkeit andere zu bestrafen diejenige ist, die der Überwachung am nächsten kommt. Jede/r UserIn hat die Möglichkeit auf jeder einzelnen Seite die *report abuse* -Funktion zu benutzen um inadäquate Fotografien, Videos, Kommentare anzuzeigen. Hierin liegt auch die Effektivität des panoptischen oder catoptischen Modells: Individuen werden direkt von anderen Individuen bestraft, indem sich UserInnen untereinander beobachten. Wie oft diese Art von Bestrafung tatsächlich vorkommt muss jedoch in Frage gestellt werden. Zwar kenne ich selbst mehrere Fälle, in denen das Profil wegen unpassenden Fotos (Nacktheit) gelöscht wurde, doch sollte man sich fragen, ob tatsächlich andere UserInnen die Ursache waren oder, ob bestimmte Filterungen durch Algorithmen die Gesamtheit der Fotografien kontrollieren.

Beim Feedback ist es nicht so wichtig wer schreibt, sondern im Mittelpunkt steht vielmehr die Tatsache, dass der generierte *Content* in jedem Fall Gegenstand von Klicks, *Rankings*, Fanlistings, *Tags* werden kann. Das Gelesen-Werden ist jedoch immer nur als Möglichkeit zu verstehen. Nichtsdestotrotz gilt, dass das Individuum durch Selbstbeobachtung und Selbstbeschreibung auf

²³⁰Vgl. Foucault (1976), S.256-260.

²³¹Vgl. Bublitz (2010), S.72.

²³²Westlake, E.J. „Friend Me if You Facebook: Generation Y and Performative Surveillance.“ *The Drama Review*. http://muse.jhu.edu/journals/the_drama_review/summary/v052/52.4.westlake.html **Stand:** 13.10.10. S.34.

²³³Ganascia, Jean-Gabriel. *Voir et pouvoir: Qui nous surveille ?* Paris : Edition Belin, 2009.

²³⁴*The Great Catoptikum*. <http://www-poleia.lip6.fr/~ganascia/Catopticon> **Stand:** 21.11.10.

seine Identität rekurrieren soll. Die Pinnwand auf Facebook kann hiermit als Feedback-Kontrolle verstanden werden. Die UserInnen können sich durch die Kommentare der FreundInnen selbst in Frage stellen. Auch ein Nicht-Vorhanden-Sein von Kommentaren kann dazu führen, dass sich das Subjekt auf eine bestimmte Art und Weise wahrnimmt, da es sich vielleicht nicht anerkannt oder sogar verstoßen fühlt. Einerseits bleibt der Prozess der Selbstevaluation immer unabgeschlossen, andererseits ist die Selbstreflexion für die Biografiearbeit unabdingbar, da sie zur Substantivierung des Selbst führt: „Erst durch die Möglichkeit die eigene Wahrnehmung in Bezug auf sich selbst zu thematisieren, wird das Individuum zum Subjekt“²³⁵ Nur durch das reflexive Bewusstsein wird das Ich zum Subjekt. Und das, meistens durch Sprache und durch eine adäquate Benutzung der Medien mit dem Selbstmanagement.

Die datenbasierten Informationstechnologien und Techniken der Wissensrepräsentation „tragen zur Standardisierung und Normierung der Lebensläufe maßgeblich bei. Biografische Daten und Informationen des Subjekts werden auf spezifische Weise durch ein hypermediales Gefüge aus Medien, Diskursen und Praktiken erzeugt (zB Schrift, Grafik, Tabelle, Foto, Video, Musikdatei), die der Internetöffentlichkeit Beispiele eines 'gelungenen' Lebens vorführen.“²³⁶ Jeder versucht einem bestimmten Idealbild zu entsprechen und wird somit auch zum Idealbild von anderen. Sie generieren somit immer wieder aufs Neue bestimmte Idealbilder. Ein Resultat sind unternehmerische Ich-Ags, die versuchen so zu sein, wie es ihnen vorgesetzt wird. Sie stellen sich selbst und andere in Bedrängnis indem sie Anreize zur Selbstoptimierung bilden. Diese indirekte Machtausübung führt zur Frage, wie ein verantwortliches, lernfähiges Subjekt zu formen sei, das seine Kontrolle selbst anerkennt und begehrt. Den performativen Akt der Kontrolle soll das Subjekt selbst vollziehen, durch die eigene Beobachtung soll das Subjekt produktiv, kreativ und interessant sein.²³⁷ Auf der anderen Seite führt diese wechselseitige Kontrolle die BenutzerInnen dazu, ihre eigene Performance auch mittels externer Bewertungssysteme immer neu zu vergleichen, abzustufen und aufzuwerten. Da das Subjekt stets als verbesserungsfähig angesehen wird, kommt es durch die Rückkoppelung der Evaluation zum Kreislauf der Kontrolle. Alltagswahrnehmungen nehmen die Form einer strukturellen Beobachtung an, durch die nachhaltig die Selbstpraktiken der UserInnen beobachtet, kategorisiert und geändert werden sollen. Die Systemschleifen zielen somit auf die Vermehrung von Selbstbeobachtungspositionen ab. UserInnen sollen **sich** selbst in allen Stadien ihrer biografischen Selbstdarstellung durch bestimmte Archivierungstechniken beobachten können.²³⁸

²³⁵Reichert (2008), S.46.

²³⁶Ebda. S.55.

²³⁷Vgl. Ebda. S.71-72.

²³⁸Vgl. Reichert (2008), S.106.

III. 1. 6. Evaluationen als Selbstkontrolle

Den historischen Ursprung von Evaluationen als politische Technologie setzt Foucault im 18. Jahrhundert, mit der Entstehung des Humankapitals und der Bildungsökonomiedebatte. In dieser Zeit hat sich das evaluative Beobachtungswissen entwickelt und verfeinert. In den 50er und 60er Jahren des 20. Jahrhunderts haben dann in den USA sozialpolitische Reformprogramme stattgefunden, in denen die Evaluation als Wissenstechnik staatlich initiiert wurde. Sie hatten zum Zweck den sozialen Wandel zu steuern und dadurch die Rationalität der öffentlichen Verwaltung zu erhöhen. In den 90er Jahren wurde die Evaluation von Leistung, Effektivität und Effizienz (im Kontext neoliberaler Praktiken) gemessen: Evaluation wurde hier als Leistungsmessung verwendet. Seither ist ein komplexes Kontrollwissen entstanden, dessen zentrale Funktion die Optimierung von Steuerungsleistungen ist und das kybernetische Kontrollwissen formt. Die Evaluation wurde von einem politischen Mittel hin zu einem reinen Ökonomisierungs- und Standardisierungsinstrument entwickelt.²³⁹ Vor diesem geschichtlichen Hintergrund stellt sich die Frage, wie Evaluationen genau auf Facebook verwendet werden.

Evaluationspraktiken bilden generell neue Formen der Selbst- und Fremdführung. Da wir es heutzutage, wie in den vorigen Unterkapiteln schon erwähnt, mit einer Kommunikationskultur wechselseitiger und permanenter Evaluierung, die den gesamten sozialen und kulturellen Raum erfasst, zu tun haben, spiegeln sich diese Verfahren auch im Internet wieder.²⁴⁰ Die Durchsetzung des Wissens erfolgt so auf der Ebene alltäglicher Praktiken. Feedbackschleifen und Rückmeldungssysteme sind beispielsweise günstig für die Formierung der Subjektconstitution. Facebooks Evaluierungen erfolgen zuallererst durch die persönliche Eingabe in die vorgegebenen Datenfelder, die wie bereits erklärt, schon für das Anmelden der UserInnen notwendig sind. Durch die standardisierte Inventarisierung kann sich das Subjekt mit anderen vergleichen und sich somit selbst evaluieren. Eine andere wichtige Evaluierungsmethode bieten Feedbackschleifen: Diese können in mehrere Kategorien unterteilt werden. In der ersten Kategorie handelt es sich um die Kommentare. Hier zu nennen ist beispielsweise das Feedback der „FreundInnen“, das sich entweder als Antwort auf Fotos oder Pinnwandeinträgen oder auch als Information des Mediums über die UserInnen (wie beispielsweise „Jeff N. is single“) äußert. Die Rolle dieser Art von Evaluierung besteht darin etwas schon vorhandenes zu „kommentieren“. Die zweite Kategorie der Feedbackschleifen sind die Pinnwandeinträge. Sie haben eine ähnliche Funktion, wie die anderen Kommentare, nur stehen sie als eigenständige Kategorie für sich. Die dritte Feedbackschleife-

²³⁹Vgl. Reichert (2008), S.106-107.

²⁴⁰Vgl. Ebda. S.105-106.

Kategorie, die ich in Kapitel IV. 2. 7 noch näher erläutern werde, ist die I-Like-Funktion. Sie gilt als eine der wichtigsten Eigenschaften Facebooks. Diese Funktion stellt ausschließlich einen Zustimmungs-Knopf zur Verfügung, was Facebook zu einer Zustimmungs-Apparatur transformiert. Dadurch, dass die Evaluation in Praktiken der Subjekte eingedrungen ist, kreiert sie dort verschiedene

„Impulse, durch welche sich die Subjekte permanent selbst evaluieren und unter Selbstbeobachtung stellen sollen. Der Evaluationsdiskurs hat ein reflexives Beobachtungswissen um das Protokollieren, Systematisieren und Bewerten von Beobachtungen bis hinein in die Mikrobereiche der Selbstpraktiken in Gang gesetzt.“²⁴¹

Resultat ist, dass die UserInnen einer institutionalisierten Dauerselbstbeobachtung ausgesetzt sind. In das Evaluationswissen fließen immer normative Vorstellungen über effektive oder ineffektive Ordnungen mit ein. Hier ist die Frage nach der Nützlichkeit des Nützlichen relevant. Dadurch, dass vieles als logisch angesehen wird, stellt keiner die Prämissen der jeweiligen logischen Prozesse überhaupt in Frage. In den meisten Evaluationen ist die Objektivität fragwürdig. „Insofern ist die Annahme nahe liegend, dass die hegemoniale Durchsetzung der Evaluation als alltägliches Beobachtungs- und Kontrollwissen von ihrer Zusammenführung in institutionalisierten Praxisformen abhängt.“²⁴²

Es wurde in diesem Kapitel deutlich, dass UserInnen sich nicht nur gegenseitig beobachten, sondern sich zusätzlich selbst beobachten und kontrollieren. Wissenstechniken wie Evaluierungen oder benutzerfreundliche Software spielen hier eine grundlegende Rolle und sind immer mit der Subjektkonstitution verbunden. Ich will jetzt anhand eines spezifischen sprachlichen Beispiels auf der Profildseite die Selbstkontrolle aus einer anderen Perspektive veranschaulichen. Es geht um die Rede über sich selbst in der dritten Person.

III. 2. Die dritte Person als Nicht-Person

Als Beispiel für die Selbstkontrolle aus linguistischer Sicht werden hier die Statusmeldungen analysiert. Sehr oft schreiben die UserInnen in der dritten Person Singular, um eine Beschreibung, Erklärung oder Ähnliches von und über sich oder ihr Leben zu geben.

Warum es so ist, liegt wahrscheinlich an der technischen Modalität des Mediums. Links von dieser *What's on your mind*²⁴³ -Tabelle stehen nämlich die Namen der UserInnen. Auf der Pinnwand kann

²⁴¹Ebda. S.107.

²⁴²Reichert (2008), S.108.

²⁴³Stand September 2010. Im April 2010 hieß es noch „What are you thinking of?“. Diese Formulierungsänderungen mögen zwar bedeutungslos erscheinen, spielen aber doch eine wichtige Rolle. Ziel des Mediums ist es immer mehr Menschen zum Netzwerken zu bringen, damit mehr Informationen zirkulieren. Formulierungen, die UserInnen mehr

daher beides (Name und Inhalt in verschiedenen Farben) gelesen werden. Anzumerken ist hier, dass Facebook ebenfalls automatisch von diesem sprachlichen Muster Gebrauch macht. Im *News Feed* erscheinen immer Meldungen über *friends* wie „Marina D. is now friends with...“, „Lukas K. likes...“. Da man sich seine eigenen Meldungen auch im *News Feed* durchlesen kann, ist dieser Blick auf sich selbst in der dritten Person nichts Ungewöhnliches. Es ist jedoch in diesem Kontext weniger relevant den bestimmten Grund für diese Anwendung zu suchen, sondern vielmehr zu untersuchen, wie diese Mechanismen zustande kommen und welche Konsequenzen sie auf die UserInnen haben könnten. In den folgenden Unterkapiteln habe ich mehrere philosophische Theorien herangezogen, um aus einer linguistischen und philosophischen Perspektive diese Problematik zu erörtern. Benveniste ist der erste Linguist, der sich mit den Personalpronomen in diesem Maße auseinander gesetzt hat.

III. 2. 1. Benveniste über die dritte Person

Benveniste analysiert in seinem Werk „Probleme der allgemeinen Sprachwissenschaft“ die Natur der Pronomen. Pronomen bilden keine einheitliche Klasse sondern werden in verschiedenen Arten unterteilt. Er unterscheidet zwischen der Sprache als allgemein gültiges Zeichensystem und der Sprache als „Instanzen des Diskurses“: Hier sind die konkreten Situationen, in denen Sprache entschlüsselt werden muss gemeint²⁴⁴. Dieser Ansatz wurde schon in Kapitel II. 1. 2. 2. kritisiert, da er die Rolle der Medien vernachlässigt und die Sprache selbst als Medium nicht mit einbezieht. Nichtsdestotrotz bleiben Benvenistes Überlegungen grundlegend für die angesprochene Problematik.

Obwohl es so scheint, als ob es sich bei „ich“, „du“ und „sie/er“ um ein und dieselbe Kategorie handelt, erstreckt sich ihre Gemeinsamkeit laut Benveniste nur auf die Ebene der Form²⁴⁵. „Er“ unterscheidet sich nämlich nicht nur durch seine Funktion, sondern auch durch seine Natur von „ich“ und „du“. Hier spielt die erste genannte Unterscheidung von Sprache als Zeichensystem einerseits und die Ausübung von Sprache andererseits eine grundlegende Rolle.

„Die Gebrauchsinstanzen von *ich* bilden keine Referenzklasse, denn es gibt kein definierbares 'Objekt' wie *ich*, auf das diese Instanzen sich identisch beziehen können. Jedes *ich* besitzt seine eigene Referenz und entspricht jedes Mal einem einzigen Wesen, das sich als solches hinstellt.“²⁴⁶

Das „ich“ kann also nicht als fixer Gegenstand verstanden werden und steht im Zeichensystem

ansprechen können viel dazu beitragen.

²⁴⁴Vgl. Benveniste, Émile. *Probleme der allgemeinen Sprachwissenschaft*. Frankfurt am Main: Syndikat Autoren- und Verlagsgesellschaft, 1977. S.279-280.

²⁴⁵Vgl. Ebda. S.284.

²⁴⁶Ebda. S. 281.

nicht für ein bestimmtes Objekt, sondern kann nur durch seinen Bezug auf den Diskurs und die jeweilige spezifische Situation verstanden und gedeutet werden. Eine symmetrische Definition gilt dem „du“. Der Verweis auf die Diskursinstanz ist hier ebenfalls notwendig, da das „du“ auf denjenigen verweist, der in der Diskurssituation, in der die sprachliche Instanz „du“ beinhaltet ist, mit „du“ auch angesprochen wird²⁴⁷.

Ganz anders verhält es sich mit dem „er“ oder „sie“.

„Es gibt Diskurs-Aussagen, die trotz ihrer individualistischen Natur der Bedingungen der Person entgehen, d.h., die nicht auf sich selbst, sondern auf eine 'objektive' Situation verweisen. Dies ist der Bereich dessen, was man die 'dritte Person' nennt.“²⁴⁸

Die dritte Person verweist nicht auf sich selbst, wie es bei „ich“ und „du“ der Fall ist, sondern auf etwas außerhalb des Selbst. Es kann eine beliebige Person oder ein beliebiges Objekt sein auf das gezeigt wird; „er“ oder „sie“ wird immer mit einer objektiven Referenz versehen. Die dritte Person ist somit für Benveniste die Nicht-Person, da der Verweis auf die Person ein Null-Verweis ist.

Die Unterscheidungsmerkmale zwischen der dritten Person und dem „ich“ oder „du“ liegen in ihrer Eigenschaft „ 1) sich mit jedem beliebigen Referenz-Gegenstand zu verbinden; 2) niemals reflexiv in Bezug auf Diskursinstanz zu sein; 3) eine manchmal ziemlich große Anzahl pronominaler oder demonstrativer Varianten zu enthalten; 4) mit dem Paradigma der referenziellen Begriffe wie hier, jetzt usw. nicht vereinbar zu sein.“²⁴⁹ Während das „ich“ und das „du“ anwesend sind, ist „er“ oder „sie“ in seiner Natur abwesend.²⁵⁰

Was heißt es also wenn man von sich selbst in der dritten Person schreibt? Ich will hier vor allem auf die ersten zwei Bedingungen eingehen. Erstens kann sich die dritte Person auf jeden beliebigen „Referenz-Gegenstand“ beziehen, was bedeutet, dass alles damit gemeint werden kann. Nicht eine bestimmte Person, sondern eine universelle Person wird mit der dritten Person verbunden. Überspitzt ausgedrückt könnte man sagen, dass durch die dritte Person die Individualität jedes Einzelnen verbannt wird, da die gleichen Bedingungen für alle gelten. Handeln wir also auf einer universellen Art und Weise wenn wir unsere Taten und Gedanken in der dritten Person formulieren? Zweitens, ist die dritte Person niemals reflexiv in Bezug auf die Diskursinstanz: das heißt, dass man sich von seiner eigenen Person auf eine bestimmte Art und Weise distanzieren. In Bezug auf Facebook kommt es vielleicht zur Teilung des „Ichs“. An diesem Punkt würde ich gerne nochmals Deleuzes These der Kontrollgesellschaft anführen. Dadurch, dass die Macht eine Konkurrenzsituation zwischen den Menschen schafft, kommt es zur Teilung des Individuums.

²⁴⁷Vgl. Ebda.

²⁴⁸Ebda. S.285.

²⁴⁹Benveniste (1977), S.286.

²⁵⁰Vgl. Ebda. S.282-283.

Er/Sie sieht die anderen KollegInnen, aber auch das „ich“ als Herausforderung für die allgemeine Effizienz.

III. 2. 2. Barthes und die Paranoia

Ein anderer wichtiger Philosoph, der über die Dritte Person schreibt ist Roland Barthes. In „Über mich selbst“²⁵¹ erklärt er welche Gefühle der Gebrauch von „ich“ im Gegensatz zum „er“ hervorruft: „Ich“ rufe das Imaginäre, während „ihr“ und „er“ die Paranoia hervorrufen würde.

In „Fragments d'un discours amoureux“ beschreibt Barthes eine Klatsch-Situation, in der die oder der Geliebte mit „er“ oder „sie“ angesprochen wird. Die Dritte Person ist böse²⁵², es handelt sich um ein universelles Substitut, das für all das, was nicht anwesend ist verwendet wird. Laut Barthes sei es so, als ob der Tod herrschen würde, da die Abwesenheit im Mittelpunkt stehe. Der/die Geliebte darf deshalb nicht durch „er“ oder „sie“ substituiert werden, nur der Eigenname sei für das Sprechen über diese Person gut genug. „L'autre n'est pour moi ni il ni elle; il n'a que son propre nom, son nom propre. Le troisième pronom est un pronom méchant: c'est le pronom de la non-personne, il absente, il annule.“²⁵³ Die dritte Person hat also die Funktion etwas zu annullieren, oder außer Kraft zu setzen.

„'Er' ist böse: es ist das bösartigste Wort der Sprache: als Pronomen der Nicht-Person annulliert und martert es ihren Sprachreferenten; es läßt sich nicht ohne Unbehagen auf den anwenden, den man liebt; wenn ich von jemandem 'er' sage, dann habe ich immer so etwas wie einen Totschlag durch die Sprache im Auge, deren zuweilen prunkvolle, feierliche Szene der *Klatsch* ist.“²⁵⁴

Barthes vergleicht die Anwendung der dritten Person mit einem „Totschlag durch die Sprache“. Interessant ist bei Barthes, dass er auch beschreibt, was es heißt wenn man von sich selbst in der dritten Person redet. Er vergleicht es einerseits mit dem Tod, andererseits mit Paranoia.

„Ich kann zu mir 'Ihr' sagen, wie es Sade tat, um in mir den Arbeiter, den Fabrikanten, den Hersteller der Schreibweise, des Subjektes des Werks (den Autor) herauszulösen; andererseits kann nicht von sich selbst sprechen heißen: *ich bin Derjenige, der nicht von sich spricht*; und von sich selbst sprechen und dabei 'er' sagen kann heißen: ich spreche von mir *wie von einem etwas Toten*, erfaßt von einem leichten Nebel paranoischer Emphase“²⁵⁵

Warum Barthes die Rede über sich in der dritten Person mit dem Tod und mit einem Nebel paranoischer Emphase vergleicht könnte daran liegen, dass der Tod etwas Starres ist, und zur

²⁵¹ Barthes, Roland. *Über mich selbst*. München: Matthes & Seitz, 1978.

²⁵² Als Kind wurde mir auch immer verboten für meinen (französischen) Vater oder für meine Mutter im Französischem „er“ oder „sie“ zu verwenden, sondern ich durfte immer nur „Papa“ und „Mama/n“ sagen. Die dritte Person hatte immer etwas „Böses“ beziehungsweise „Verbotenes“.

²⁵³ Barthes, Roland. *Fragments d'un discours amoureux*. Paris: Édition du Seuil, 1977. S. 219.

²⁵⁴ Barthes (1978), S.183.

²⁵⁵ Barthes (1978), S.182-183.

Vergangenheit gehört. Der Tote kann nicht mehr zum Leben erweckt werden. Der Tote ist abwesend. Die Paranoia, auch wahnhaftige Störung genannt, bezieht sich auf einen systematisierten Wahn und einen dazu passenden Affekt ohne weitere Schizophrenie-typische Symptome aufzuzeigen, da die Persönlichkeit erhalten bleibt²⁵⁶.

Barthes gibt auch das Beispiel von Brechts Schauspielkunst. Tatsächlich forderte Brecht seine SchauspielerInnen auf, ihre Rollen in der dritten Person aufzusagen. Diese Übung sollte zur Verfremdung der Rolle dienen. Der/die SchauspielerIn sollte zeigen und nicht verkörpern. Barthes schlussfolgert, „das 'er' ist episch“²⁵⁷.

In seinem epischen Theater wollte Brecht, dass die SchauspielerInnen alles Gefühlsmäßige nach außen bringen und sie zur Geste entwickeln. Die Übung, in der sie in der dritten Person ihren Text aufsagen mussten, hatte zum Ziel den doppelten Gestus: Den „Gestus des Zeigens“ und den „Gestus des Erzählens“ hervorzubringen²⁵⁸. Durch die dritte Person konnten sich die SchauspielerInnen vom Text distanzieren und ihn auf der Bühne zeigen. Brecht war gegen das Einfühlen seiner SchauspielerInnen, genauso wie er auch vom Publikum verlangte aktiv zuzuhören und eine (gesellschaftskritische) Meinung zu bilden.²⁵⁹ Die dritte Person galt also zur Entfremdung und zur Distanzierung der SchauspielerInnen von ihrer Figur.

III. 2. 3. Selbstbeobachtung der UserInnen auf Facebook

Kurz zur Wiederholung, Benveniste sprach von der dritten Person als der Verweis auf ein beliebiges Objekt oder eine beliebige Person, außerhalb des Diskurses, das oder die sich nicht auf sich selbst bezieht. Brecht will durch die Anwendung der dritten Person die Entfremdung der eigenen Person hervorrufen, um die Rolle, die Figur zeigen zu können. Barthes beschreibt die Anwendung der dritten Person einerseits als „Totschlag durch die Sprache“, andererseits vergleicht er sie mit dem Tod und der Paranoia.

Wenn man all diese Hinweise, Eigenschaften im Kontext eines Überwachungsstaates betrachtet kann die Entfremdung und Distanzierung des Ichs, oder das, was Benveniste als „außerhalb“ des Diskurses, also des Ichs bezeichnet wird, auch eine Art Beobachtung bedeuten. Wenn **ich** die Nicht-Person bin, oder in der Nicht-Person schreibe, dann versuche ich wie alle zu handeln. Ich werfe auf mich selbst einen anderen Blick, einen distanzierten, einen beobachtenden Blick. Ich werfe auf meine Taten, meine Gedanken den **Blick des Anderen**. Den, der niemandem bestimmten

²⁵⁶Vgl. Wahnhaftige Störung. In: *Roche Lexikon*. <http://www.gesundheit.de/lexika/medizin-lexikon/wahnhaftige-stoerung>
Stand: 17.11.10

²⁵⁷Barthes (1978), S.183.

²⁵⁸Vgl. Ritter, Hans (M.). *Das gestische Prinzip bei Bertold Brecht*. Köln: Prometh-Verlag, 1986. S.102.

²⁵⁹Vgl. Ritter (1986), S.80.

zugeordnet ist, den, der einer beliebigen Person oder einem beliebigen Objekt zugeordnet sein kann. Den universellen Blick sozusagen. Dadurch kontrolliere ich meine Taten, meine Schriften und mich selbst.

Sehr interessant ist ebenfalls die Tatsache, dass dieses Schreiben in der dritten Person in mehreren Sprachen erfolgt. Im Anhang finden sich Beispiele aus dem Deutschen, dem Französischen und dem Englischen, die in mehrere Kategorien unterteilt sind. Den sprachlichen Gebrauch zu analysieren kann in diesem Kontext sehr hilfreich sein. Im Portugiesischen zum Beispiel gilt die Anrede in der dritten Person als Form von Höflichkeit.²⁶⁰ Es wäre deshalb auch hilfreich andere Sprachen zu kennen, um zu untersuchen, ob es sich im Falle Facebooks um eine universale sprachliche Tendenz handelt, oder nicht. Die standardisierte Inventarisierung ist nämlich in allen Sprachen die gleiche, das heißt die Grundvoraussetzungen der sprachlichen Äußerung (Name + Verb) bleiben für alle Sprachen gleich.

In ihrer Theorie zum medialen Beichtstuhl beschreibt Bublitz, dass es notwendig ist, sich selbst aus einer Distanz zu betrachten, um sich selbst auch formen zu können. Die Selbstkontrolle sei demnach die Voraussetzung für eine erfolgreiche Subjektkonstitution. Bublitz wirft somit ein neues Licht in die rein pessimistische Kontroll-Thematik der UserInnen im Netz. Das Beispiel der Pinnwandeinträge in der dritten Person kann natürlich im Kontext einer ökonomischen Rationalität im Sinne von Bröckling oder Foucault verortet werden, da sich das Subjekt durch die Distanzierung des Selbst auch an anderen orientiert und seine Taten folglich auch versucht an gesellschaftliche Praktiken anzupassen. Laut Foucault ist Subjektivierung jedoch immer an Kontrollstrategien, die immer eine subjektive Dimension beinhalten, gekoppelt. Zwar findet die Subjektivierung in der machtförmigen Unterwerfung unter sozialen Regeln statt, aber sie enthält immer den Vorgang der Subjektkonstitution, der einen reflexiven Rückbezug des Subjekts auf sich mit einbezieht. Subjektivierungsverfahren und Kontrollverfahren sind deshalb wie Fremd- und Selbstführung untrennbar miteinander verwoben. Die selbst-regulierenden sozialen Prozesse können laut Bublitz erst entstehen, wenn der Mensch die technisch-medialen Abläufe und die ökonomischen Produktionsvorgänge integriert. Durch Information und Kommunikation würden diese jedoch permanent umgeschrieben und überschrieben werden.²⁶¹

Welche Kommunikationsformen bestehen für das Selbst, um seine Fremdbeobachtung zu steuern? Das Subjekt kann auf der SNS Facebook nie wissen, wann es gelesen wird, oder nicht. Seine schriftlichen Äußerungen bestehen durch die körperliche Absenz immer nur als Möglichkeit. Es

²⁶⁰Vgl. *Personalpronomen*

[http://de.wikibooks.org/wiki/Portugiesisch:_Personalpronomen_\(Pers%C3%B6nliche_F%C3%BCrw%C3%B6rter\)_als_Subjekt](http://de.wikibooks.org/wiki/Portugiesisch:_Personalpronomen_(Pers%C3%B6nliche_F%C3%BCrw%C3%B6rter)_als_Subjekt) **Stand:** 29.09.10

²⁶¹Vgl. Bublitz (2010), S.88.

kann sich zwar von sich selbst distanzieren, doch benötigt es das Feedback der anderen, um vollständig als mediales Selbst zu existieren. Im Cyberspace muss der Körper nämlich dort anwesend sein, wo er es als physisches Gegebensein nicht kann: im Datenraum. Hier es wichtig zwischen leiblichem (raumzeitlichen) und virtuellem Körper zu differenzieren. Laut Krämer ist die „Präsenz in einer symbolischen Welt (...) (nur) möglich als semiotische Repräsentation, welche auf der Annullierung der Leibhaftigkeit des Nutzers beruht.“²⁶² Der/die NutzerIn muss sich als virtuelle Entität platzieren, also sich selbst zu einem Zeichenausdruck, zu einer Information und einer Datenstruktur transformieren. Die Sprache, nicht nur die schriftliche, wird hier eine Antwort geben.

²⁶²Kallmeyer (2000), S.48.

IV. Der/die unsichere AdressatIn

In den vergangenen Kapiteln ging es vor allem um die Identitätsbildung anhand von verschiedenen Techniken wie Selbstmanagement, Narration, Selbstevaluierung und Fremdbeobachtung. Wir haben gesehen, dass sich Facebook von Taktiken der unternehmerischen Führung inspirieren lässt und eine Sprache verwendet, die die UserInnen dazu verleitet sich gegenseitig und sich selbst zu beobachten und zu kontrollieren. Die verwendete Sprache wurde vor allem auf einer Makroebene analysiert. Das Profil zum Beispiel stellt verschiedene sprachliche Muster zur Verfügung. Im Zentrum des Interesses liegt in dem folgenden Kapitel die Sprache in ihrer Mikroebene: Wie kommunizieren UserInnen untereinander? Durch welche Bildsprache, die das Medium zur Verfügung stellt, überbringen sie ihre Botschaften? Was geschieht mit den Informationen, die sie sich gegenseitig schicken? Es geht um die prinzipielle Idee, dass durch die Apparatur des Mediums, die eine körperliche Absenz mit sich bringt, das Schreiben immer nur die Möglichkeit eines Gelesen-Werdens mit sich bringt. Die körperliche Absenz der TeilnehmerInnen macht die/den SprecherIn zu einen möglichen Monolog-Haltenden. Sie/er kann sich nie sicher sein, ob ihre/seine Botschaft auch angekommen ist. Nur die Sprache kann hier als Antwort fungieren. In diesem Fall dreht es sich nicht nur um die schriftliche Sprache, sondern auch um die Bildsprache. Welche Symbole werden beispielsweise zu diesem Zweck benützt?

Als erstes wird auf die Datenverarbeitung im Medium eingegangen, da das Schreiben zwar nie sicher bei einem/einer AdressatIn ankommt, jedoch immer im Medium gespeichert bleibt. Hier wird der Frage nachgegangen, wie und wo Facebook das Datenmaterial speichert.

IV. 1. Datenverarbeitung im Medium

Wie Sybille Krämer in „Das Medium als Spur und als Apparatur“ beschreibt, sind in der schriftlichen Kommunikation die Bedingungen der Abwesenheit der Kommunizierenden durch die Anwesenheit von Texten kompensiert.²⁶³ Im Internet sind es die Texte, die Buchstaben und Bilder, die im Kommunikationsprozess untereinander interagieren. Was passiert jedoch mit diesen Schriften? Was geschieht mit den Daten, die auf Facebook produziert werden und wer kontrolliert sie? Denn auch wenn sonst kein/e „FreundIn“ an der jeweiligen Mitteilung interessiert ist, bleiben die Daten auf dem Medium gespeichert.

Der Unterschied zwischen Hardware und Software ist hier von Relevanz. Die Entwicklung der Hardware kennt ein dermaßen großes Wachstum, dass es für die Software-Programme unmöglich wäre mit Letzterer mithalten. Die Technik der Hardware entwickelt ihre Kapazitäten zirka alle

²⁶³ Vgl. Krämer (1998), S.87.

achtzehn Monate um das doppelte weiter, was bei Softwares nicht möglich wäre, weil ProgrammiererInnen nicht alle achtzehn Monate doppelt so effektiv und schnell programmieren können. „Die Schere, die sich zwischen Hard- und Software auftut, lädt aber zu brachialen Lösungen (...) ein.“²⁶⁴

Diese Informationen führen zur Überlegung, was technisch alles möglich wäre, und welche Kapazitäten in diesem Medium stecken. Die Rolle der ProgrammiererInnen ist von grundlegender Bedeutung, sie entwerfen die Struktur für die Grundlagen der Kommunikation auf Facebook. Sie entscheiden auch darüber, was mit den Daten passiert. Die Aufnahmekapazität der Hardware macht es möglich die Software als Archivfunktion zu benützen. Tatsächlich werden auf Facebook alle Informationen und alle Daten im Medium gespeichert. Rechtlich gesehen, stimmt die/der BenutzerIn bei der Anmeldung eines Accounts zu, dass Facebook auch nach dem Löschen des Accounts über seine/ihre Daten die Kontrolle verfügt.²⁶⁵ Die Frage nach der Privatsphäre und dem Datenschutz²⁶⁶ auf Facebook soll hier nicht untersucht und kritisch beleuchtet werden, auch wenn in diesem Bereich ein Informationsmangel seitens der UserInnen herrscht.²⁶⁷ Vielmehr stehen die verschiedenen Funktionen, die das Medium durch unterschiedliche Wissenstechniken zur Verfügung stellt, im Mittelpunkt des Interesses. Tatsache ist, dass das Medium das Datensammeln als Archiv für verschiedene Zwecke (vor allem wirtschaftliche) benützt. Dieses Archiv kann, im übertragenen Sinne, als Gedächtnis der UserInnen fungieren. Alle Daten, seien es Fotos, schriftliche Äußerungen, Videos oder verschickte Links, werden immer im Medium vorhanden sein und theoretisch auch für die NutzerInnen (teilweise) abrufbar bleiben. Das Archiv wird als Form eines maschinellen Gedächtnisses verstanden, die nicht von den jeweiligen UserInnen gelöscht werden kann. Also auch wenn die/der SchreiberIn keine/n tatsächliche/n RezipientIn hat, fungiert das maschinelle Gedächtnis als immer vorhandener Adressat.

²⁶⁴Kittler, Friedrich. „Hardware, das unbekannte Wesen.“ Krämer, Sybille. *Medien Computer Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998. S.119-132. Hier S.130-131.

²⁶⁵Vgl Die Welt Online. <http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article6921181/Stiftung-Warentest-zerpflueckt-Facebook-und-Co.html> **Stand:** 1.11.10 oder Cohen (Cohen (2008), S.14) spricht von asymmetrischen Bedingungen zwischen denjenigen, die den Inhalt produzieren, und anderen, die von letzterem profitieren.

²⁶⁶Vgl. Datenschutz: Wie Facebook Daten vernetzt – Versuch einer Versachlichung <http://www.datenschutzbeauftragter-online.de/datenschutz-wie-facebook-daten-vernetzt-versuch-einer-versachlichung/> **Stand:** 1.11.10

²⁶⁷Vgl. Cohen (2008), S.15.

IV. 2. Sprache (Schrift- und Bildsprache) als Antwort auf den/die unsichere AdressatIn

Das Archivsystem kann, wie zuvor erläutert, als Gedächtnis fungieren. Es ist interessant zu untersuchen, welche ähnliche Rolle die Sprache in diesem Kontext spielt. Wie bereits anfangs erwähnt bildet Sprache, insbesondere die schriftliche Sprache den Leitfaden dieser Diplomarbeit. Der Terminus Sprache, der durch seinen breiten Anwendungsbereich problematisch erscheinen mag, wurde genau aus diesen genannten Grund verwendet. Ziel ist es auf der einen Seite die Sprache des Mediums Facebook, also diejenige, die durch die Software erzeugt wird, und auf der anderen Seite auch die Sprache der Beteiligten, also die konkrete Reaktion der UserInnen, zu untersuchen. Die Schrift, die als erstes hier im Zentrum des Interesses steht, kann für das lautsprachenneutrale Schriftkonzept laut Krämer in mehreren Dimensionen unterteilt werden:

- Schrift als Medium (Strukturaspekt)
- Schrift als Symbolsystem (Referenzaspekt)
- Schrift als Kulturtechnik (Performanzaspekt)²⁶⁸

Grundlegend für das Verständnis von Schrift ist ihr Bezug zur Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit, das durch ihren Mediencharakter entsteht²⁶⁹. In den vorigen Kapiteln wurde vor allem über die Rolle der Schrift als Kulturtechnik berichtet. Im Mittelpunkt stand die performative Ebene der Sprache, also ihre Operativität, die wie bereits argumentiert, für die Subjektkonstitution der UserInnen prägend ist. Im Unterschied dazu, berufe sich der Symbolaspekt laut Krämer auf das, was die Schrift im Medium ihrer notationalen Ikonizität repräsentiert und durch eben dieses Medium zugleich mit konstituiert wird. „Der Akt der Visualisierung des Referenzobjektes kann zugleich als ein Vorgang seiner Hervorbringung interpretiert werden.“²⁷⁰ Ich werde mich in diesem Kapitel vorwiegend mit der Schriftbildlichkeit auseinandersetzen, um die in der Schrift stattfindende Hybridisierung von Diskursivem und Ikonischem zu untersuchen. „Sprache und Bild hybridisieren sich in der Schrift.“²⁷¹ Als erstes wird jedoch noch eine andere Funktion von Schrift untersucht: die Schrift als Gedächtnis. Anhand von Foucaults Idee der Technologien des Selbst wird die Tagebuchfunktion bestimmter Pinnwandbeiträge analysiert und auf die Wichtigkeit von Schrift als Gedächtnis eingegangen.

²⁶⁸Vgl. Krämer, Sybille. „Schriftbildlichkeit : Über eine (fast) vergessene Dimension der Schrift.“ Krämer, Sybille (Horst Bredekamp (Hg.)) *Bild- Schrift- Zahl*. München: Wilhelm Fink Verlag, 2003 S.157-176. Hier S.162.

²⁶⁹Vgl. Krämer, Sybille. „Zur Sichtbarkeit der Schrift: Die Visualisierung des Unsichtbaren in der operativen Schrift. Zehn Thesen.“ *Die Sichtbarkeit der Schrift*. S.77.

http://books.google.at/books?id=pUbO7rJBVbMC&pg=PP76&lpg=PP76&dq=Kr%C3%A4mer+%2B+dimensionen+Schrift&source=bl&ots=SHDNzrySDP&sig=3U6HA4VqscnDKfCTIEEKPlz38I&hl=de&ei=FBemTPuJOJDCswadgcWhCA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=8&ved=0CC4Q6AEwBw#v=onepage&q=Kr%C3%A4mer%20%2B%20dimensionen%20Schrift&f=false **Stand:** 1.11.10

²⁷⁰Krämer (2003), S.162.

²⁷¹Krämer (Website), S.76.

IV. 2. 1. Schrift als Gedächtnis. Die Tagebuchfunktion der Pinnwandeinträge

In „Zur Zukunft der Erinnerung“ nennt Rolf Sachsse das Schaffen von Erinnerung als die wichtigste Funktion des Mediums Fotografie.²⁷² Er bezieht sich anschließend auf wissenschaftliche Erkenntnisse, um seine Argumentation zu veranschaulichen. Laut dem ISTSS (International Society of Traumatic Stress Studies) wird jede sinnliche Wahrnehmung im Gehirn so vernetzt, „dass allein aus dieser Vernetzung die Form der Repräsentanz bestimmt“ und somit entweder in expliziten oder impliziten Erinnerungen kategorisiert wird, wobei sich explizite Erinnerungen der Versprachlichung nicht verweigern und somit leicht abrufbar sind, die impliziten Erinnerungen aber nicht. Solange die Repräsentanz durch Sprache in einen bestimmten Kontext zu bringen ist, scheint sie rational verhandelbar und objektivierbar.²⁷³ Die Repräsentanz einer Erinnerung durch Sprache wird meistens durch den Prozess der Verbalisierung zustande gebracht. Das erinnert an die Thesen von Benveniste: Das, was wir sagen können grenzt das, was wir denken können, ab. Man könnte also auch sagen, dass das, was wir sagen können, das, an das wir uns erinnern können, abgrenzt (in expliziten und impliziten Erinnerungen). Die scheinbare Objektivität der expliziten Erinnerungen wird durch die Schrift nochmals um eine weitere Ebene intensiviert. Die Schrift fungiert selbst, wie auch die Fotografie, als Medium der Erinnerung.

In seiner geschichtlichen Untersuchung der Sorge um sich beschreibt Foucault die Wichtigkeit von Schrift und ihre Rolle für die Erkenntnis von Wahrheit. Das hellenistische Zeitalter war beispielsweise mit einer unablässigen Schreibtätigkeit verbunden, für die das Selbst zum Thema des Schreibens wurde. Am Beispiel Senecas untersucht Foucault das Schreiben über sich. Der/die SchreiberIn ist nicht so sehr Richter seiner/ihrer selbst, wenn er/sie über sich selbst schreibt, sondern eher „emsiger Buchhalter seiner selbst“²⁷⁴. Die Schrift galt in dieser Hinsicht als die Möglichkeit sich an die Wahrheit zu erinnern und das Subjekt als Ort, an dem Verhaltensregeln in der Erinnerung zusammen kamen. Die askesis, der Akt des Erinnerns, gehörte auch für die Stoiker zu einer ihrer wichtigsten Techniken. Für die Stoiker beruhte die Wahrheit in den Lehren der Lehrer, wobei das Gehörte in Verhaltensregeln umgesetzt werden musste, um die Subjektivierung der Wahrheit zu bewerkstelligen.²⁷⁵ Das Erinnern musste also vor allem durch das Medium Schrift erfolgen.

²⁷²Vgl. Sachsse (2009), S.17.

²⁷³Vgl. Sachsse (2009), S.19.

²⁷⁴Foucault (1993), S.44.

²⁷⁵Vgl. Foucault (1993), S.45-46.

Es ist interessant Parallelen zwischen den verschiedenen Technologien des Selbst und den Praktiken der UserInnen auf Facebook, zu ziehen. Ein interessantes Beispiel bietet hier die Tagebuchfunktion mancher Statusmeldungen. Viele Botschaften erinnern, durch ihre sprachliche Form und durch ihren Inhalt, an Tagebücher. Es ist hier nützlich die Textsortenkonvention der Tagebücher zu analysieren. Tagebucheinträge sind auf einer sehr persönlichen Ebene geschrieben und beschreiben meistens die Erlebnisse, Gedanken oder Gefühle des Subjekts. Im Vergleich dazu, können die Statusmeldungen, die die UserInnen dazu auffordern über das zu berichten, was sie gerade denken (*What's on your mind*) auch mit tagebuch-ähnlichen Einträgen verglichen werden. Viele UserInnen benützen das Medium selbst, um über ihr Leben oder ihre Gedanken zu berichten.

Beispiele:

Martina M. „zieht auf eine Insel“ (28. April 2010)

Racha M. „♥ Aime son amour de mari plus que tout ♥“ (4. Mai 2010)

Melanie G. „traurig.“ (21. April 2010)

Das Tagebuchschreiben ist immer auch verbunden mit der Möglichkeit des Gelesen-Werdens. Die Frage nach dem/der AdressatIn spielt hier eine Schlüsselrolle. Für wen schreiben wir und was erwarten wir von unseren potenziellen LeserInnen? Inwieweit kann man sagen, dass die Sprache hier als Antwort auf die unsicheren AdressatInnen fungiert? Welche Parallelen existieren zwischen dem modernen Subjekt des 18. Jahrhunderts und dem/der postmodernen UserIn?

Wieder scheint ein geschichtlicher Exkurs hilfreich, um die Wissenstechnik des Schreibens auf Facebook zu untersuchen. Im 18. Jahrhundert galt das Tagebuchschreiben in einer Kultur der Schriftlichkeit als Teil bürgerlicher Selbsttechnologien im Foucaultschen Sinne. Das Subjekt hatte sowohl die Rolle des/der LeserIn, als auch die des/der SchreiberIn. Durch kognitive und affektive Schriftpraktiken wurde es vorgebildet, um eine Vielzahl von Elementen einer kognitiven, emotionalen und imaginativen Innenwelt durch Selbstbeobachtung zu steuern. Das Subjekt sollte sich einerseits als singuläres Individuum, andererseits als Teil einer moralisch geprägten Menschlichkeit erkennen und durch die Schriften sich selbst immer wieder in Frage stellen. Das tägliche Aufschreiben konnte der religiösen Anforderung ununterbrochener Selbstprüfung von Taten, Gewissen und Gefühlen gerecht werden²⁷⁶. In dieser Praktik des bürgerlichen Schreibens war das Selbst sowohl das Thema, wie auch der/die AdressatIn. Es galt für sich selber zu schreiben, um auf seine eigenen Taten oder Gefühle einen richterlichen Blick zu lenken. Das Schreiben ist hier als performative Praktik zu verstehen, die das Selbst in eine „reflektierbare und gestaltbare

²⁷⁶Vgl. Reckwitz, Andreas. *Das hybride Subjekt: Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft Verlag, 2006. S.155-158.

Sinneinheit²⁷⁷“ transformiert. Verfahren der Selbstbeobachtung werden somit schon im Prozess des Schreibens in Gang gesetzt.²⁷⁸

In den folgenden Überlegungen werden die Unterschiede und die Parallelen zwischen dem Tagebuchschreiben im 18. Jahrhundert und auf Facebook untersucht. Viele in den vorigen Kapiteln beschriebene Wissenstechniken und Kommunikationsformen des postmodernen Subjekts auf Facebook, galten nämlich auch schon für das bürgerliche Subjekt des 18. Jahrhunderts als Teil von unterschiedlichen Selbsttechnologien.²⁷⁹

Auf der einen Seite werden traditionelle Tagebuchformate ausschließlich für einen selbst geschrieben. Geheimnisse über die intimen Gedanken, Gefühle der Person konnten enthalten sein, dadurch durften sie auch von niemandem gelesen oder entdeckt werden. Hinweise dafür sind einerseits die Verstecke, die dafür konzipiert wurden, oder die Drohungen an unerwünschte LeserInnen, die bei manchen Tagebüchern auf den ersten Seiten zu lesen sind. Andere TagebuchschreiberInnen stellen sich eine/n unbekanntem LeserIn vor, jemand, der/die ihre Gedanken auch verstehen kann (eine/n vorgestellte/n LiebhaberIn oder dergleichen). Im Gegensatz dazu haben UserInnen zwar ebenfalls die doppelte Rolle des/der LeserIn wie auch des/der SchreiberIn. Aber auf Facebook, wie auch bei anderen Online-Tagebüchern, wie Blogs, die durch die Einführung benutzerfreundlicher Anwendungen in den späten 90er Jahren sehr beliebt wurden und in denen meistens junge Menschen ihr Leben veröffentlichten²⁸⁰, ist das Selbst nicht der einzige Adressat. Wir können nicht nur unser eigenes Schreiben, sondern gleichzeitig auch das der anderen lesen. Hier liegt der wesentliche Punkt: Wir schreiben folglich nicht nur für uns, sondern auch für die anderen. So sind auch die Kommentare der FreundInnen von Bedeutung, denn sie geben Rückmeldungen und beeinflussen schlussendlich auch das Schreiben.

Beispiel:

Melanie G. „traurig.“

Antworten:

Irene R. „wir haben dich lieb mel und wir brauchen dich.“

Vladimir M. „nicht traurig sein....ganz dicke umarmung!!!!“

Sandra N. „ruf an wenn du nicht weiter weißt....“

Doris P. „warum???...was' loes in der hoes?...was tustn grad?“

Ralf R. „gefällt mir gar nicht“

Adriane B. „Wasn passiert? Alles Gute!“

²⁷⁷Ebda. S.168.

²⁷⁸Vgl. Ebda. S.167-168.

²⁷⁹Vgl. Ebda. S.169.

²⁸⁰Vgl. Folger (2008), S.287.

Die performative Praktik des Schreibens hat jedoch in diesem Fall noch mehr den Charakter des Appells. Niemand kann auf Facebook eine persönliche Nachricht schreiben und erwarten, dass es kein Mensch lesen wird. Das Tagebuchschreiben auf Facebook hat also immer auch eine **kommunikative Dimension**. Die Selbstbeobachtung wird erweitert zu einer Fremdbeobachtung. Nicht nur wir analysieren und stellen unser Schreiben in Frage, sondern wir verlangen die gleiche Prozedur auch von anderen. Unsere Facebook „FreundInnen“ sind also dazu da, uns zu helfen, uns Feedback und Kommentare zu geben. Auch wird von ihnen emotionale Unterstützung verlangt.

Für den nächsten Vergleich, ist es wichtig zu wissen, dass das bürgerliche Schreiben immer durch einen Sinn für Strukturierung gekennzeichnet war. Das Handeln musste gestaltet werden, um die eigene Lebenszeit in Sequenzen schriftlich zu unterteilen. Das autobiografische Selbstbewusstsein musste prospektiv die Lebensplanung gestalten. Das Tagebuch galt damals als systematische Erinnerung an die Vergangenheit, zum Zweck eines gezielten Vergleichs mit dieser. Auch für Facebook-NutzerInnen kann das Schreiben als systematische Erinnerung an die Vergangenheit gedeutet werden. Dadurch, dass das Subjekt frühere Informationen aufspüren kann, kann es sich auch mit seiner Vergangenheit vergleichen. Einerseits kann der Inhalt der Nachrichten verglichen werden: „war ich früher glücklicher?“, „habe ich früher weniger erlebt?“²⁸¹. Andererseits können Facebook-NutzerInnen auch das Feedback der anderen vergleichen: „hatte ich weniger/mehr FreundInnen?“, „bessere/schlechtere FreundInnen?“, „mehr/weniger Kommentare und Feedback?“. Der grundlegende Unterschied zwischen einem Blatt Papier und dem Archivsystem im Internet ist jedoch, wie schon vorher erwähnt, dass die Daten auf der Plattform nicht zerrissen, verbrannt oder in den Müll geworfen werden können, sie sind für eine bestimmte Dauer, oder für immer gespeichert, und gehören, bei Facebook zum Beispiel, dem Medium.

Eine andere Parallele zwischen postmodernen und modernen Tagebuchformaten liegt in der Wichtigkeit von Narration. Das schreibende Subjekt erzählt nämlich immer von sich selbst und folgt bestimmten Regeln der Narrativität. Das Ich ist somit das „erzählte Ich“, wie schon in Kapitel II. 2. 3. 3. erwähnt. Im Vergleich dazu benützt das bürgerliche Subjekt narrative Strukturen, um den moralischen Erwartungen seiner Zeit zu entsprechen. Das Erzählte-Ich war also immer mit dem Ideal-Ich dieser Epoche verbunden. „Das bürgerliche Subjekt verfasst sein Tagebuch mit einer minutiösen Beobachtung der Alltagszeit und der narrativen Strukturierung der Lebenszeit, um diese gemäß den Maßstäben bürgerlicher Tugendhaftigkeit umzugestalten und fortlaufend zu kontrollieren, und diese Moralität als Kriterienkatalog des moralischen Gewissens prozessiert im Medium der schriftlichen Selbstkontrolle.“²⁸² Ein wichtiger Unterschied zwischen traditionellen Tagebüchern und modernen Online-Tagebuchformaten liegt darin, dass traditionelle Tagebücher

²⁸¹Voraussetzung hierfür ist natürlich, dass das Subjekt über seine täglichen Erfahrungen etc. berichtet.

²⁸²Reckwitz (2006), S.170.

chronologisch geordnet sind, während in den meisten Blogs, wie auch auf Facebook, die neuesten Einträge als erstes zu lesen sind. Die anderen Einträge sind im Archiv gespeichert, einem Ort, zu dem (meistens) alle FreundInnen Zugang haben. Ein anderes Unterscheidungsmerkmal ist die Form der Narration: Während traditionelle Tagebuchformate meistens linear und konstant erscheinen, können Online-Tagebücher in vielen Fällen nicht als „gesättigtes Kontinuum“²⁸³ verstanden werden. „Dieser Verzicht auf Linearität und Selbstbestimmung und die Möglichkeit, eine Vielzahl von ‚Lebensläufen‘ zu generieren, scheinen auf ein dezentriertes, multiples Subjekt hinzuweisen.“²⁸⁴ Das bringt uns wieder zurück zu dem sozialpsychologischen Konzept von Identität, das Turkle mitprägte. Identität wird als fluides, dezentriertes Konzept verstanden, das durch Tagebucheinträge auch als solches anerkannt werden kann. Auf Facebook hat das Subjekt zum Beispiel die Möglichkeit sich in seiner Vielfalt zu beschreiben. Durch schriftliche Texte einerseits, und Bilder andererseits kann es versuchen seine Individualität zu konstruieren. Es kann mehrere Seiten und Facetten zeigen, wenn es über die erwünschten Medienkompetenzen und Sprachkompetenzen verfügt. Während traditionelle Tagebücher als Werkzeuge der Zensur, der Selbstüberwachung und Selbstbeherrschung des „modernen Selbst“ dienten und die Idee von Zentriertheit, Stabilität und Autonomie im Subjekt erwecken sollten, können Online Tagebücher eine ähnliche Funktion erfüllen, aber für das entgegengesetzte Ziel. Die Remediation dieser modernen Tagebücher habe im Web 2.0 Rückwirkungen auf das Subjekt, das es beschreibt.²⁸⁵

Beispiele:

Christina B. „Sollte eine Mutter nicht an sich ein Mensch sein (und kein wirtschaftskorruptes gefühlloses Etwas), der einen im Idealfall zumindest annähernd versteht und eventuell sogar unterstützt anstatt einen fertig zu machen?!?!? irgendwas rennt hier komplett falsch...“ (18. November 2010)

Matteo H. „schönste Beerdigung bis jetzt!“ (13. Mai 2010)

Antworten:

Gitti J. „des woa gestern echt sche, des woa sicha im sinn vo da Muttl!“

Matteo H. „denk ich auch“

Auf Facebook schreiben die UserInnen auch oft selber Kommentare zu ihren Statusmeldungen. Die zwei Beispiele veranschaulichen wie emotional die Statusmeldungen sein können. Sie zeigen, dass auch über ernste Angelegenheiten berichtet wird. Facebook übernimmt hier eine sehr wichtige Rolle. Durch die Tatsache jedoch, dass UserInnen durch das Medium mit anderen über intime und

²⁸³Folger (2008), S.287.

²⁸⁴Ebda S.287.

²⁸⁵Vgl. Ebda. S.287.

persönliche Bereiche kommunizieren **können**, vergessen viele auch wer aller diese Informationen zu sehen bekommt. Vielleicht ist es jedoch gerade diese Art von Exhibitionismus, die für manche einen bestimmten Reiz darstellt.

Das paradoxe Zusammenspiel von Privatheit und Öffentlichkeit zeichnet sowohl traditionelle, wie auch moderne Online-Tagebücher aus. Der/die TagebuchschreiberIn adressiert sich an einen imaginierten Anderen, oder an sich selbst. Laut Turkle schreiben die modernen TagebuchschreiberInnen für den „Screen“, den Bildschirm. Das Internet habe die Funktion nicht nur den imaginären Anderen zu inkorporieren, sondern auch noch den/die TagebuchschreiberIn mit den tatsächlichen anderen zu verbinden. Dabei kann er/sie sich auch seine/ihre Leserschaft vorstellen. Hier ist der Vergleich mit Facebook und anderen Blogs interessant. Auf Facebook gibt es zwei Möglichkeiten: entweder die UserInnen wissen, wer sich ihre Profile anschauen kann, wenn sie ihre Privatsphäre-Einstellungen so eingerichtet haben, dass die Seite nur für (bestimmte) *friends* sichtbar bleibt, oder die UserInnen haben ihr Profil für alle frei geschaltet. In diesem Fall würden dieselben Bedingungen wie für gewöhnliche Blogs herrschen, da sich im Prinzip jede oder jeder die Profile ansehen kann. Bei Blogs ist die Anzahl von Aufrufen relevant, da dadurch die UserInnen auch wissen wer, wann auf dem Blog war. Anerkennende oder validierende Kommentare zu Einträgen sind auch immer ein gutes Indiz dafür, wie der Blog bei den anderen ankommt, da *Rankings* und Auszeichnungen bei Blogs den Gemeinschaftssinn stärken.²⁸⁶

Für das bürgerliche Subjekt des 18. Jahrhunderts war es wichtig sich einerseits auf einer distanzierten objektivierenden Selbstbeobachtungsposition zu betrachten, also von außen, wie auch andererseits von innen, also die Wahrheit über das Ich zu verstehen.²⁸⁷ Im Gegensatz dazu generieren Online-Tagebücher bestimmte Selbstbilder, die die Grenzen zwischen Außen und Innen komplexer und verschwommener erscheinen lassen. Die Subjektivität wird als Schnittpunkt einer Faltung des Außen, einer spekularen Beziehung von Innen und Außen, die die multiplen Interpellationen und die Verhandlung von Subjektpositionen veranlassen.²⁸⁸ Das Lacansche Beispiel des „Stade du miroir“ kann hier herangezogen werden. Es handelt sich um die narzisstische Identifikation mit einem Spiegelbild, das die Illusion der Integrität des Subjekts einerseits erzeugt, gleichzeitig aber die Spaltung zwischen *MOI* als Ideal-Ich und *JE* als das der sozialen Ordnung angehörende Ich, hervorruft. Deleuze geht einen Schritt weiter und interpretiert Foucaults Subjektivitätstheorie als supplementäres Konzept zu Lacans Subjekt als Spiegel der Welt. Er beschreibt die Subjektivität als Faltung: das Innere des Subjekts wird hier als „le dedans du dehors“,

²⁸⁶Vgl. Folger (2008), S.288.

²⁸⁷Vgl. Reckwitz (2006), S.169.

²⁸⁸Vgl. Folger (2008), S.291.

also als das Innere des Äußeren beschrieben. Es ist somit sowohl imaginär als auch symbolisch.²⁸⁹ Das Subjekt sei in diesem Sinne nicht „Resultat einer wahllosen Verinnerlichung von Bildern und Diskursen, sondern das Resultat von Selektionen, die in den Strukturen des Subjekts selbst gründen oder von symbolischen ‚Ordnungen‘ bestimmt werden.“²⁹⁰ Die Medien- und Kulturwissenschaftlerin Marie-Luise Angerer betrachtet das Lacansche Spiegelstadium im Kontext des Cyberspace und erläutert in diesem Kontext die Wichtigkeit dieses Konzepts für die Gender-Problematik. Ins Virtuelle übertragen, soll das Spiegelbild-Verhältnis als ursprüngliche Verkennung und Ich-Erfindung nochmals anders vervielfältigt werden. Der Prozess der Identifikation, und hier lehnt sie sich an die Überlegungen von N. Kathrin Hayles an, ist ein anderer und muss neu analysiert werden, da die Positionen zwischen Objekt und Subjekt durch eine reflexive Dynamik verbunden werden und das somit die Identifikation problematisch erscheinen lassen.²⁹¹ Es entstehe aus diesem Grunde eine Herausforderung an die Grenzen des Körpers.

Für die Medienwissenschaftlerin Hannelore Bublitz müssen Bekenntnis- und Geständnisrituale der Selbstoffenbarung, wie sie auf Facebook zum Beispiel in Form von Tagebucheinträgen zu finden sind, als performative Produktion des Subjekts verstanden werden. Diese werden in der Öffentlichkeit erzeugt: „Die Repräsentation des Subjekts, verstanden als Vorgang seiner Erzeugung, vollzieht sich öffentlich, in der Beziehung zu anderen (Medien), zu gesellschaftlichen Normen.“ Bekenntnispraktiken finden in der Öffentlichkeit statt, denn das Subjekt transformiert und formt sich in der mit anderen geteilten Öffentlichkeit.²⁹²

Die Interaktion zwischen Schrift und Bild bilden mediale Technologien des Selbst. Für die Subjektkonstitution grundlegend ist die Tatsache, dass diese Konstruktionen im Medium gespeichert bleiben. Jetzt stellt sich jedoch die Frage, durch welche Kommunikationsformen Subjektivität erzeugt wird, und wo die Grenzen der Schrift liegen.

IV. 2. 2. Schriftbildlichkeit im Medium Facebook

Wenn man die schriftliche Sprache als Medium betrachtet, darf ihre Bildfunktion nicht unterschätzt werden. Viele UserInnen benützen diese Qualität von Schrift, um die Kommunikation zu personalisieren oder intimer zu gestalten. Auf der einen Seite kann zum Beispiel das Großschreiben von Worten als Intensivierung der Gedanken oder Gefühle fungieren. Beispielsweise schreibt Katie L. „steht grad ziemlich auf BODI BILL!“ am 21. April 2010, oder Kristina J. L. „has done her taxes finally... and is definitely NOT happy!“ am 30. April 2010.

²⁸⁹Vgl. Folger (2008), S.289-290.

²⁹⁰Folger (2008), S.290.

²⁹¹Vgl. Angerer (1995).

²⁹²Vgl. Bublitz (2010), S.75.

Eine andere Form von kreativer Umgestaltung von Schrift ist das Wiederholen von Buchstaben.

Beispiele:

Doris T. „hat zwei Zimmer im 6ten Bezirk zu vermieten. Jedes circa 20-25qm groß. Eines sogar mit Balkon - beide möbliert (alte Second-Hand-Möbel: schööööön). Keine Kautio, keine Provision, Miete verhandelbar. Bei Interesse: Brief schreiben.“ (22. April 2010)

Marina D. „fais chieerrrrrrrrrrrrr !!!!“ (29. August 2010)

Franzi S. “juchuuuuu :-) she´s @home :-)))” (9. August 2010)

Sara M. « chिकासsss, en una semanita stamos en IBIZA!! » (5. August 2010)

In diesen unterschiedlichen Beispielen sieht man, dass diese Art der Buchstaben- oder Satzzeichen-Wiederholung in verschiedenen Sprachen benützt werden. Diese Eigenschaft der Intensivierung von Gefühlen oder/und Gedanken zeigt ebenfalls wie nah schriftliche Online-Kommunikation an mündlicher Kommunikation kommen kann.

IV. 2. 3. Emoticons und *Emoji*

IV. 2. 3. 1. Emoticons

Eine Abstraktionsebene weiter finden sich die sehr häufig verwendeten Emoticons. Durch bestimmte Satzzeichen werden Gesichter geformt (und imaginiert). Die einfachsten Emoticons sind die Smileys: :) oder :-) zeigen glückliche Gesichter, :(und :-(zeigen traurige Gesichter, :D und :-D sind lachende, :(oder :´-(sind weinende Gesichter. Die UserInnen variieren jedoch sehr häufig die Emoticons und schaffen immer neue Modelle. Dadurch können sie ihre Individualität zur Schau stellen. Es wird auch erwartet, dass UserInnen ihr kreatives Potenzial immer mehr ausprägen. Häufig werden die Nasen der Gesichter: :o) oder auch :~) oder die Richtung (-: und (:, oder die Augen =) , ;D oder mehrere Kriterien auf einmal verändert. Beispielsweise erfindet Baptiste J. B. :-♥.

Um die Häufigkeit und die Wichtigkeit dieser Smiley zu veranschaulichen, hier ein kurzes Beispiel von einem Pinnwandeintrag.

Anna N. „noch zehn mal schlafen :)“

Clara F. „juhuu :)“

Viktoria K. „ich mag auch :(,“

Clara F. “:(blöde fh!!!”

Anna N. “:-(“

Interessant ist, dass in der Chat-Funktion Facebooks bestimmte Satzzeichen als Codes fungieren, und bei Eingabe dieser Codes „echtere“ (erkennbarere) Gesichter zu sehen sind: ☺. Diese funktionieren mit lachenden, weinenden, traurigen und glücklichen Gesichtern. Allerdings ist es notwendig den richtigen Code zu verwenden, beispielsweise wird „:D“ zu einem lachenden Gesicht, „:d“ jedoch nicht.

IV. 2. 3. 2. *Emoji*

Eine ebenfalls sehr beliebte Emoticons-Art sind die japanischen Emoticons: *emoji* (auf Japanisch: Bild-Buchstaben). Ein wesentlicher Unterschied zu traditionellen Emoticons liegt darin, dass *Emojis* vertikal gerichtet sind. Zusätzlich erweitern sie die Ausdrucks-Palette, da sie oft nicht nur aus ASCII-Zeichen²⁹³ bestehen, sondern auch aus japanischen Schriftzeichen.²⁹⁴ Ein interessanter kultureller Unterschied zwischen *Emojis* und Emoticons besteht darin, dass sich Emoticons mehr auf den Mund während sich *Emojis* mehr auf die Augen konzentrieren, weil in Japan eine traditionelle mimische Zurückhaltung herrscht.²⁹⁵

(^_^) lachen männlich (^.^) lachen weiblich (Verbergen der Zähne) \ (^_^) / (Hurra!) (mit Armen) (kleinere Version: \o/) (^_^) / " Winken (^_~) Auge zukneifen/zwinkern (-.-) etwas doof oder/und langweilig finden d(^_^)b Musik hören oder "Thumbs up" (*_*) mit funkelnden Augen (+_°) high/betrunken sein (T_T) weinen (>_<) Augen zukneifendes Gesicht: Autsch! (^) (>.<) (^) Zwei Mittelfinger: „Du kannst mich mal“, (-_-) genervt (δ_ó) etwas anzweifeln²⁹⁶

²⁹³Dieser Zeichensatz wurde von amerikanischen Wissenschaftlern entworfen und basiert auf dem lateinischen Alphabet und auf dem Ton der englischen Sprache. Aus diesem Grunde privilegiert die Hypertext-Auszeichnungssprache (HTML) wie auch der einheitliche Quellenanzeiger (URL) die englische Sprache. Überlegungen und Berichte zu allgemeinen Konsequenzen dieser Übermacht des Englischen finden sich in: The Multilingual Internet. Hier S.8-9.

²⁹⁴Vgl. *Emoticons* [http://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon#Japanische Emoticons](http://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon#Japanische_Emoticons) **Stand:** 1.11.10

²⁹⁵Vgl. Masaki, Yuki. „Are the windows to the soul the same in the East and West? Cultural differences in using the eyes and mouth as cues to recognize emotions in Japan and the United States.“ *Science Direct*. Volume 43, March 2007. http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6WJB-4JT38WP-1&_user=464575&_coverDate=03%2F31%2F2007&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_sort=d&_docanchor=&_view=c&_acct=C000022258&_version=1&_urlVersion=0&_userid=464575&_md5=aaa063a4d65963ae960dc5f8903eb7c6&searchtype=a **Stand:** 1.11.10

²⁹⁶*Japanische Emoticons* [http://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon#Japanische Emoticons](http://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon#Japanische_Emoticons) **Stand:** 1.11.10

benützen konnte. Diese Geschenke unterteilten sich in kostenpflichtige und nicht-kostenpflichtige Geschenke. Diese Option wurde jedoch im Sommer 2010 abgeschafft. Anscheinend war sie nicht erfolgreich genug.

Die gesammelten *gifts*, die auch ohne speziellen Anlass verschickt werden können, sind auf der linken Seite des Profils zu sehen. Interessant ist hier, dass die UserInnen, die von dieser Anwendung schon Gebrauch gemacht haben, meistens genau wissen, welche Geschenke gratis sind und welche nicht. Man hat ebenfalls die Wahl, als SenderIn, seinen Namen anzugeben oder anonym zu bleiben.

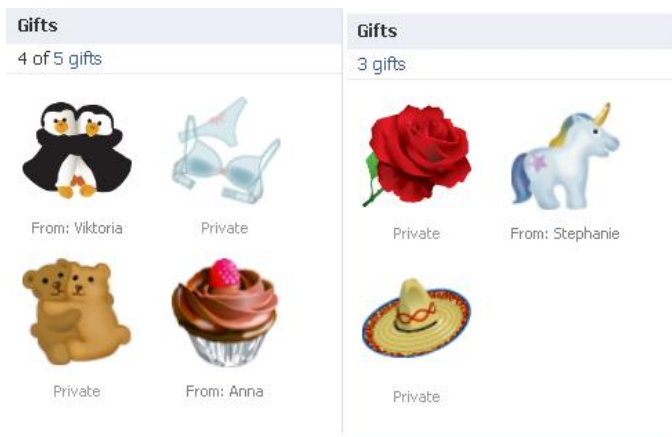


Abbildung 5²⁹⁷

Im obigen Beispiel werden zwei Geschenke-Boxen von 24-jährigen Frauen gezeigt. Beide beinhalten anonyme Geschenke: Dessous, Umarmungen, eine rote Blume und einen mexikanischen Hut. Was heißt es nun mit bestimmten Symbolen zu kommunizieren? Durch diese Geschenke haben UserInnen scheinbar die Möglichkeit bestimmte Gefühle oder Gedanken zu kommunizieren, und das ohne das Medium Schrift. Diese Zeichnungen sollen die schriftliche Botschaft ersetzen, oder sie bereichern. Sie sind als Symbole zu verstehen, die für etwas anderes stehen (für Freundschaft, Liebe, Spaß, Erotik etc.), doch können sie auch durch ihre spezielle Form einen zusätzlichen Aspekt bringen: Sie sind auch für andere sichtbar. Interessant ist hier die Repräsentation dieser Geschenke-Boxen: Als erstes steht die Anzahl der Geschenke, danach sind die Geschenke aufgelistet und unter jedem Geschenk steht auch der Name des/der SenderIn. Der Name der schenkenden Person ist also grundlegend. Dadurch, dass die UserInnen auf dieser Liste erscheinen, sind sie doppelt präsent.

²⁹⁷ www.facebook.com Stand: 28.07.10.

IV. 2. 6. Verlinkungen auf Facebook

Eine der wichtigsten Eigenschaften Facebooks besteht darin, Links zu verschicken. Die Pinnwandeinträge fungieren in diesem Sinne als Informationsplattform, die mehrere Bereiche beinhalten kann. Obwohl die Links nicht tatsächlich zur Schrift- oder zur Bildsprache gehören, muss kurz darauf Bezug genommen werden.

Auf dem eigenen Profil ist die Box, die dazu auffordert einen Eintrag zu schreiben, so konzipiert, dass mehrere Möglichkeiten offen stehen. Der/die UserIn kann entweder etwas schreiben, ein Bild oder ein Video hochladen, einen Kalendereintrag kundgeben oder einen Link verschicken. Dieser wird, wenn es sich zum Beispiel um ein YouTube-Video handelt, nicht nur in seiner HTML-Form gezeigt, sondern das Video wird schon abrufbereit zur Verfügung gestellt. Durch diese benutzerfreundliche Einstellung können sich die anderen UserInnen leichter das Video ansehen, ganz im Sinne von Zuckerbergs Ideologie, die darin besteht, das Teilen von Informationen zu einer der Hauptfunktionen von Facebook zu machen²⁹⁸. Verlinkt werden meistens Videos (v.a. von YouTube und Vimeo), Online-Artikel und Websites. Seit einigen Monaten²⁹⁹ stellt Facebook zusätzlich eine neue Option zur Verfügung: das Verlinken von FreundInnen. Durch die Eingabe des Namens einer/s UserIn erscheint der Pinnwandeintrag einerseits automatisch auf dem Profil der Person, die es gesendet hat, andererseits auch auf dem Profil der jeweiligen verlinkten Person. Somit erhält der Eintrag eine doppelte Präsenz. UserInnen können sich gegenseitig verlinken und auch auf verschiedenen Kanälen gelesen werden. Wenn man diese Option im Kontext von Aufmerksamkeitskämpfen verortet, könnte man behaupten, dass sie den jeweiligen UserInnen hilft, im Medium präsenter (und infolgedessen auch „erfolgreicher“ im sozialen Leben) zu sein.

IV. 2. 7. „I-Like“ Facebook

Eine viel (vor allem kritisch) diskutierte³⁰⁰ Anwendung Facebooks, die ebenfalls zu dessen Erfolg beigetragen hat, ist die „I-like“-Funktion. Über diese im April 2010³⁰¹ entwickelte Funktion haben Facebook-NutzerInnen die Möglichkeit nicht nur jeden Kommentar, jedes Bild, jede Verlinkung oder auch Benachrichtigung des Mediums (wie zum Beispiel „Ludwig K. is now friends with Erica P.“) die jeweilige Information zu „like(n)“, sondern nun auch Artikel, Produkte und andere Inhalte

²⁹⁸Vgl. Motto Facebooks „Facebook helps you share and connect with the people in your life“

²⁹⁹Stand November 2010.

³⁰⁰Zahllose Zeitungsartikel in Der Standard, Die Presse etc.

³⁰¹Vgl Zsolt, Wilhelm. „Facebook gerät außer Kontrolle: Zeit sich zu wehren“ *Der Standard*. 10.05.10

zu markieren. Durch so genannte *Social Plug-ins* wird es Betreibern von beliebigen Webseiten ermöglicht „eine Schnittstelle zu implementieren, die den Inhalt der Seite mit dem Nutzerprofil von Facebook verbindet.“³⁰² Die Besucher jeder beliebigen Webseite können somit mit einem Klick die erwünschte Seite weiterempfehlen, wenn sie auch auf Facebook angemeldet sind. Diese „Gefällt mir“-Funktion, wie sie auf Deutsch genannt wird, wird durch ein „thumbs up“ (Daumen-hoch) Symbol gekennzeichnet und befindet sich unter jeder im *News Feed* erscheinenden Information neben der Option „comment“.



Abbildung 6³⁰³

An dieser Stelle soll kurz auf das Symbol- Anwendungsverzeichnis auf Facebook eingegangen werden³⁰⁴. Die Benutzerfreundlichkeit des Mediums ist mit einer Bildwelt, die universell verständlich zu sein scheint, verbunden, um den Informationsaustausch einfacher zu gestalten. Einerseits ermöglicht die Like-Funktion UserInnen, anstatt einen konkreten Kommentar zu schreiben, schnell und effizient auf Meldungen zu reagieren und ihre Zustimmung kundzugeben. Andererseits hat sie auch eine identitätsstiftende Rolle. Das „Liken“ von Musikgruppen, Personen, Filmen, Interessen, kulinarischen Gerichten etc. wird immer öfter verwendet. Diese „Likes“ (ein Neologismus wurde für diese Option geschaffen!) werden dann auf der linken Seite des Profils aufgelistet.

Die wirtschaftlichen Konsequenzen sind hier nicht zu unterschätzen. Indem NutzerInnen ihre persönlichen Vorlieben preisgeben, wird es leichter für Außenstehende genauere Persönlichkeitsprofile zu erstellen. Interessant ist, dass auf technischer Ebene, diese *Plug-ins* so konzipiert sind, dass sie sich in bestehenden HTML-Codes oder alternativ über *XFHTML-Tags* via Facebooks freiem JavaScript-Entwicklungswerkzeug einfügen lassen.³⁰⁵ Diese neuen Marketing-Werkzeuge geben den Webseitenbetreibern die Möglichkeit, eine Schnittstelle zu dem jeweiligen Profil zu öffnen.

Ein anderer interessanter Punkt ist, dass es nur eine Like-Funktion gibt und keine *Dislike*-Funktion. Da man auf dem Medium nur zustimmen kann, könnte man behaupten, dass es sich ausschließlich um einen Zustimmungs-Apparat handelt. Somit erscheint Facebook als Ort, in dem nur das Positive seinen Platz hat. UserInnen können sich ausschließlich dadurch definieren, dass sie etwas gut

³⁰²Vgl. Zsolt, Wilhelm. "Facebook überrumpelt Google und erobert das Web: Soziales Netzwerk soll über "Like"-Funktion künftig zur zentralen Schnittstelle werden." *Der Standard*. 22.04.10.

³⁰³www.facebook.com **Stand:** 17.11.10

³⁰⁴Dazu schreibt auch Wiedemann: In Wiedemann (2010), S.77.

³⁰⁵Vgl. Ebda.

finden. Welche Konsequenzen diese technische Option für die sozial-psychologische Subjektkonstitution des Individuums hat, müsste noch konkret untersucht werden. Nur die „Report abuse“ Taste ist für das Melden negativer Dokumente anzuwenden. Hiermit herrscht jedoch Kritik unter anonymer Form und für den Zweck der friedlichen Kommunikation auf Facebook.³⁰⁶

Trotzdem steht fest, dass viele UserInnen auch auf diese Problematik reagiert haben. Die Gruppen, die mit dem Wunsch, eine *Dislike*-Funktion einzuführen, kreierte wurden sind zahlreich, beispielsweise findet man: „*dislike button*“, „if only there were a dislike button“, „‘like‘ to get a dislike button“ unter vielen anderen Gruppen³⁰⁷.

IV. 3. Soziales Kapital

Bourdieu definiert 1983 das soziale Kapital als „die Gesamtheit der aktuellen und potenziellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen, gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind“³⁰⁸. Es handelt sich dabei um Ressourcen, „die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruhen“. Für den französischen Philosophen und Soziologen existieren verschiedene Arten von Kapital, die nicht nur auf einer rein ökonomischen Seite zu verorten sind. Das kulturelle Kapital zum Beispiel, ist mit Wissen, Kompetenzen und anderen erlernten kulturellen und anderen anerzogenen Fähigkeiten behaftet.³⁰⁹ Somit stellen diese Ressourcen, im Fall des sozialen Kapitals, gewisse Vorteile für die beteiligten Personen zur Verfügung.

Inwiefern lässt sich dieser Begriff auf Facebook anwenden, und was ist die Spezifität dieser Netzwerkseite? Um diese Frage adäquat beantworten zu können, müssen die gesamten hier besprochenen und untersuchten Wissenstechniken und Kommunikationsformen wieder in Erinnerung gerufen werden.

Ich habe den Versuch unternommen, diejenigen Wissenstechniken und Kommunikationsformen, die als soziales Kapital für die UserInnen fungieren, in drei Kategorien zu unterteilen. Als erstes ist die Frage nach der Subjektkonstitution zu stellen: Inwiefern helfen Facebook und seine diversen Praktiken, dem Subjekt eine Identität und einen Platz in der *community* zu bekommen?³¹⁰ Für die

³⁰⁶ „The Terms of use are designed to ensure Facebook remains a safe, secure and trusted environment for all users, including the many children who use the site.“ www.facebook.com **Stand:** 16.11.10

³⁰⁷ Interessant ist es in diesem Kontext die Wechselwirkungen zwischen Medium und UserInnen zu untersuchen. Die SNS Facebook würde, laut Cohen, die Kontrolle behalten, indem sie den Widerstand der UserInnen in Produktivität umwandelt. Beispiele hierfür sind die Proteste der UserInnen gegen Beacon oder *News Feed*. Ob Facebook also eine ähnliche Reaktion auf diese Proteste der UserInnen unternimmt bleibt eine relevante Frage. Zu Protesten Beacon und *News Feed* siehe Cohen, S.12.

³⁰⁸ Bourdieu, Pierre. *Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital*. <http://unirot.blogspot.de> **Stand:** 17.10.10

³⁰⁹ Bourdieu (2001), S.27.

³¹⁰ Auch wenn diese Frage sehr positiv formuliert ist, bleibt sie nichtsdestotrotz relevant. Die folgenden Überlegungen

Subjektkonstitution bilden einerseits die von Facebook generierten Praktiken der Selbstbeobachtung und der Fremdbeobachtung, wie ausführlich in diversen Kapiteln analysiert, eine wichtige Stütze für das Selbstkonzept. Hier spielen identitätsstiftende Merkmale, wie unter anderem das Mitgliedsein in Gruppen, das durch die „Like“-Funktion ermöglicht wird, eine grundlegende Rolle. Auch können UserInnen ihr kreatives Potenzial ausschöpfen und an ihrem authentischen Selbst arbeiten, um möglichst gut die Grenzen ihrer Differenz zu anderen UserInnen zu markieren. Andererseits ist ein grundlegendes Merkmal für die Subjektkonstitution das Feedback der anderen. Hier liegt der Fokus nicht primär auf den Aufgaben des Subjekts, sondern vor allem auf der Rolle der „anderen“. Durch Kommentare, Likes, Pinnwandeinträge oder dergleichen situieren sie das Subjekt in einem bestimmten Rahmen. Auch die Wissenstechnik der statistischen Auswertungen des Mediums vergleicht den/die UserIn mit anderen und gibt ihm somit ein ausführliches mathematisch-statistisch generiertes Feedback.

Als zweite Ebene des sozialen Kapitals fungieren die konkreten Beziehungen der FreundInnen untereinander. Die *friends* auf Facebook spielen in vieler Hinsicht eine grundlegende Rolle. Erstens können sie als emotionale Stütze fungieren, wie es in der Tagebuchfunktion der Pinnwandeinträge untersucht wurde, andererseits können sie auch einen wirtschaftlichen, beruflich relevanten Zweck erfüllen. Durch das Netzwerken werden Informationen (durch das Zirkulieren von Links) effizienter weitergeleitet und können somit von den UserInnen schnell und problemlos verwendet werden. Notwendig hierfür ist allerdings die Benutzer-freundliche Software, die den UserInnen genau angibt, welche Schritte zu setzen sind. Auch für die Kontakt-Verwaltung und für das Aufrechterhalten von Beziehungen ist Facebook nicht mehr wegzudenken. Durch einen Geburtstagskalender, leichte Einladungsmöglichkeiten oder durch regelmäßige Aufforderungen wie „You haven’t heard von X. for a long time. Say hi.“³¹¹, scheint der perfekten Kontaktpflege nichts im Wege zu stehen. FreundInnen kann man sich auf Facebook auch kaufen. Durch die Applikation *Buy friends* kann sich der/die UserIn eine bestimmte Anzahl an *friends* kaufen, die dann verschiedene Funktionen erfüllen können.³¹²

Der dritte wichtige Grund für die Steigerung des sozialen Kapitals ist das Stillen von anthropologischen Bedürfnissen. Facebook hat die Kapazität das Mitteilungsbedürfnis auf der einen Seite und die Lust nach Unterhaltung auf der anderen Seite zu stillen. Dadurch, dass viele NutzerInnen über ihr Leben berichten, wird es auch toleriert und sogar verlangt über sich selbst zu schreiben. Zusätzlich bietet dieser narrative Zwang den UserInnen auch die Möglichkeit sich mit Unterhaltung und Freizeitgestaltung zu sättigen. Bedürfnisse wie soziale Integration werden

sollen möglichst wertfrei interpretiert werden.

³¹¹ www.facebook.com **Stand:** 22.04.10

³¹² *Buy friends*

<http://www.facebook.com/group.php?gid=328282909364&v=wall#!/group.php?gid=328282909364&v=info> **Stand:** 18.11.10

ebenfalls durch bestimmte Applikationen befriedigt.³¹³

Welche Rolle spielt nun die Schrift- und die Bildsprache für das soziale Kapital Facebooks? Aus einer linguistischen Perspektive könnte man behaupten, dass Sprache in diesem Kontext die Grundlage für alles andere bildet. Das Feedback der anderen, die Selbstkontrolle, die Fremdbeobachtung und die narrativen Praktiken des Subjekts werden durch Schrift erzeugt. Nichtsdestotrotz bleibt die **Sprache des Mediums** die *conditio sine qua non* für das Erzeugen eines sozialen Kapitals. Die leicht zu bedienende Software mit ihrer standardisierten Inventarisierung des Datenmaterials lässt den UserInnen bestimmte Möglichkeiten zu agieren und zu reagieren. In Verbindung mit einer ökonomischen Rationalität kann nur eine gewisse Subjektkonstitution stattfinden. Die Sprache des Mediums ist jedoch nicht nur durch ihre technische Apparatur gekennzeichnet, sondern auch durch die Bildsprache, die sie zur Verfügung stellt. Die Kommunikationsformen sind, wie wir bereits gesehen haben, durch bestimmte Praktiken gekennzeichnet und bilden die Stütze für das Erzeugen einer bestimmten Individualität.

³¹³Vgl. Cohen (2009) S.16.

V. Conclusio

Viele UserInnen verbringen mit Facebook oder mit anderen sozialen Netzwerken einen erheblichen Anteil ihrer Tageszeit. Meines Erachtens sollte aus diesem Grund der **mögliche Einfluss des Mediums auf seine UserInnen** ernst genommen werden. Die Sprache (die schriftlich-bildliche Sprache und die technische Sprache des Mediums) bietet aus zwei Gründen die Grundlage meiner Untersuchungen: Erstens, weil sie oft aus medienwissenschaftlicher Sicht vernachlässigt wird, obwohl sie selbst als grundlegendes Werkzeug fungiert und das Medium facettenreich analysieren lässt und zweitens, weil die Frage nach ihrem Einfluss auf das soziale Handeln und Denken für mich persönlich eine der interessantesten Untersuchungsgegenstände ist. In dieser Arbeit wurde versucht, mithilfe dialektischer Analysen weder in einen techno-optimistischen, noch in einen techno-pessimistischen Diskurs zu fallen und die Fragestellungen über das Medium möglichst kritisch zu beleuchten. An dieser Stelle muss klargestellt werden, dass Facebook nicht nur als Element einer Überwachungsgesellschaft oder als Instrumentarium des Neoliberalismus betrachtet werden kann. Die SNS Facebook kann unter anderem auch eine politische Funktion übernehmen, wenn sie beispielsweise in einem diktatorischen Regime von der Bevölkerung als subversives Instrument benützt wird, um die Vermittlung von Informationen zu bewerkstelligen und Aufstände zu organisieren. Facebook bietet den UserInnen eine Vielzahl an Möglichkeiten und sollte immer mehrdimensional betrachtet werden.

Die AutorInnen, die in dieser Diplomarbeit zu finden sind (darunter Foucault, Bourdieu, Deleuze und Krämer), wurden deshalb ausgewählt, weil sie mit unterschiedlichen Herangehensweisen Utensilien anbieten, um die Wissenstechniken und Kommunikationsformen auf Facebook vielschichtig zu analysieren. Trotzdem muss darauf hingewiesen werden, dass die hier angewendeten Theorien natürlich nicht die ganze Bandbreite der verschiedenen Potenziale und Mächte des Gegenstandes untersuchen können.

Die erste Hypothese dieser Arbeit behauptet, dass Facebook anhand einer standardisierten Inventarisierung und einer benutzerfreundlichen Software bestimmte Muster **überwachungs- und kontrollgesellschaftlicher Dispositive** übernimmt. Diese wurde insofern bestätigt, dass die Fremd- und die Selbstkontrolle eine grundlegende Rolle auf der sozialen Netzwerkseite spielen und sich durch bestimmte Strategien wiederfinden:

- Durch standardisierte Grafiken und leicht zu benützende Applikationen haben die UserInnen die Möglichkeit, sich ständig gegenseitig, sowie sich selbst zu beobachten und sich (eventuell) gemäß den Erwartungen ihrer Umwelt zu verändern.
- Die Rede in der dritten Person bietet im Kapitel III. 2. ein Beispiel der Selbstkontrolle aus

linguistischer Perspektive: Durch die Benützung der dritten Person Singular werfen UserInnen auf ihre Taten den Blick des Anderen. Die Kontrolle wird von ihnen dadurch verinnerlicht und bleibt immer Teil ihrer Kommunikation und Subjektkonstitution.

- Die Selbstthematization, die sich beispielsweise in tagebuch-ähnlichen Pinwand-Einträgen und anderen Erzählformaten widerspiegelt, erfolgt öffentlich. Sie ist mit dem Feedback der anderen verknüpft.

Die zweite Hypothese beschäftigt sich mit den **wirtschaftlichen Strategien**, die die vorher beschriebenen Taktiken der Selbstkontrolle und Fremdkontrolle generieren. Im Laufe der Arbeit wurde argumentiert, dass sowohl die Identitätskonstruktion, als auch die Selbstdarstellung der UserInnen Online, mehreren Taktiken der unternehmerischen Führung unterliegen.

- Das Selbstmanagement ist eine der wichtigsten Taktiken der Identitätsarbeit. Hierzu gehört unter anderem die Darstellung eines flexiblen, veränderbaren, authentischen und kreativen Subjekts.
- Das Medium generiert Idealbilder, die normative Vorstellungen enthalten und Anreize zur Selbstoptimierung bieten. Das unternehmerische Selbst ist eines davon. UserInnen sollen sich demnach als autonome Subjekte verstehen, die nach betriebswissenschaftlichen Effizienzkriterien funktionieren.
- Die Sprache des Mediums bietet durch ihre Benutzerfreundlichkeit und ihre unterschiedlichen Funktionalitäten dem Subjekt eine Orientierung im Netz. Alles Wissenswerte über die jeweilige Person wird zu einem Informationsbaustein, der anschließend vom Medium selbst bearbeitet und untersucht wird. Die jeweiligen Informationen über die Personen können auch von vielen Unternehmen benützt werden, um Benutzerprofile zu entwerfen.
- Durch unterschiedliche Anwendungen kann sich das Subjekt mit anderen vergleichen und permanent seine Kompetenzen und Leistungen messen. Die Identitätsarbeit auf Facebook kennt demnach auch kein Ende. Das Medium scheint ständig neue Impulse und Vergleichsmethoden anzubieten, um das Subjekt in einem allgemeinen *Ranking* zu verorten. Einerseits bieten Statistiken, Grafiken und *Rankings* den UserInnen die Möglichkeit sich selbst in einem größeren Zusammenhang zu betrachten, andererseits werden die Likes und die unterschiedlichen Symbole, die von Facebook erzeugt werden zu einer neuen Kommunikationsart, mit der die UserInnen operieren.

Hier kommt die dritte Hypothese ins Spiel: Aufgrund der technischen Funktionalitäten Facebooks, zu denen unter anderem die Like-Funktion und das *News Feed* gehören, wird von Seiten des Mediums eine **Verbalisierung der Gedanken, Gefühle und Handlungen** der UserInnen erwartet.

Die Rolle Facebooks als Kommunikationsplattform ist von grundlegender Bedeutung.

- Das Vorbild des Emotionalen Kapitalismus³¹⁴ spricht die emotionale Narration an, die sich im Kontext einer Ökonomisierung des Sozialen, also einer zunehmenden Ökonomisierung des menschlichen Faktors in den Bereichen des sozialen Lebens, entwickelt. Das Erzählen über sich wird zu einem gesellschaftlichen Zwang.
- In einer Gesellschaft der Aufmerksamkeitskämpfe scheint die Sprach- und die Medienkompetenz der UserInnen unerlässlich, um sich im Medium einen Platz zu schaffen.
- Facebook verortet sich in einer Partizipationskultur und bietet seinen UserInnen die Möglichkeit eine aktive Rolle zu spielen. Einerseits stellen die UserInnen mit ihren selbstdarstellerischen Methoden den Inhalt der Plattform her, andererseits können sie auch die Plattform durch das Schaffen von Applikationen oder dergleichen mitgestalten.
- UserInnen müssen und können auch hier eigene Wege finden, um (neue) Modelle für ihre Identität zu schaffen und, um diese letztlich möglichst individuell zu gestalten. Es handelt sich bei Facebook um einen wechselseitigen Einfluss zwischen Medium und UserIn.

Die Sorge um sich, die Foucault bereits in der Antike festhält, stellt ein Instrument der Selbstkontrolle unter vielen anderen zur Verfügung. Selbstkontrolle *per se* sollte deshalb nicht als etwas Neues verstanden werden. Was sich jedoch in den letzten Jahrzehnten grundlegend verändert hat, ist das Verhältnis zwischen dem Öffentlichen und dem Privaten. UserInnen müssen sich in einer Geständnis-Kultur zurecht finden und hier ihre eigenen Grenzen bezüglich ihrer exhibitionistischen und voyeuristischen Praktiken setzen. Auf der einen Seite kann man sagen, dass Fremd- und Selbstkontrolle für die Subjektconstitution und -konstruktion im Medium notwendig sind, auf der anderen Seite bleibt jedoch die Frage nach den tatsächlichen Konsequenzen dieser Tendenz zur Ökonomisierung des Sozialen offen. .

Es scheint eindeutig, dass die Plattform mit all ihren Funktionalitäten den UserInnen die Gelegenheit gibt, sich in einer Partizipationskultur zu verorten und gleichzeitig die Kommunikation zwischen FreundInnen einfacher zu gestalten. Wie das letzte Unterkapitel veranschaulicht hat, können viele Funktionen des Mediums als symbolisches Kapital gedeutet werden. Befinden wir uns nun tatsächlich in einer Kontrollgesellschaft wie es Deleuze formulierte, in einer Überwachungsgesellschaft, in einer Gesellschaft der Aufmerksamkeitskämpfe oder doch in einer Erlebnis- oder Spaßgesellschaft? Auf dem Medium finden sich zahlreiche Eigenschaften von all jenen Systemen wieder. Am Beispiel Facebook wird klar, dass viele Konzepte neu definiert werden müssen. In Frankreich wurden Mitarbeiter der Projektplanungsfirma „Alten“ wegen Lästerei gekündigt. Die Angestellten hatten sich 2008 auf Facebook über die Hierarchie innerhalb ihrer

³¹⁴Hochschild, Arlie. Vortrag „The Market Frontier and Emotional Life“. Wien: 7.10.10.

Firma negativ geäußert und wurden dann von einem ihrer Facebook-*friends* verraten. Dadurch, dass das Profil des Verurteilten auch für „FreundInnen von FreundInnen“ zugänglich war und somit für öffentlich erklärt wurde, wurde der Kündigungsgrund vom französischen Arbeitsgericht gebilligt³¹⁵. Die dadurch verursachte Polemik zeigt, dass die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit alles andere als eindeutig sind. Anders als in den USA, wo Kündigungen durch unpassende Kommentare auf soziale Netzwerke häufig erscheinen³¹⁶, findet zum ersten Mal in der Geschichte Frankreichs eine Entlassung wegen privaten Kommentaren auf Facebook statt. Uneinigkeit herrscht jedoch über die genaue Definition von Privatheit³¹⁷. Wie in der vorliegenden Arbeit argumentiert wurde, treffen im Web 2.0 viele unterschiedlichen Ebenen aufeinander. So ungenau die Grenzen zwischen Privatem und Öffentlichem sind, so sind auch die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit, die letztlich auch auf erstere rückwirken, nicht klar ersichtlich. In einem Diktat der emotionalen Narration wird es schwierig hier eine klare Trennung vorzulegen. Zudem geht das gerichtliche Urteilen über Online-Kommentare auch von der Prämisse aus, dass alle UserInnen auf Facebook Wahres und Authentisches von sich geben. Und die bitteren Konsequenzen von privaten Angelegenheiten, die öffentlich verkündigt werden, werden von der Gedächtnisfunktion des Mediums verursacht: Viele vergessen, dass die Daten auf der Plattform gespeichert bleiben und somit als Beweise benützt werden können. In einer Geständniskultur, die das Medium auch aktiv fördert, müssen deshalb die UserInnen neue Grenzen festlegen und vor allem die **Sprache des Mediums** besser verstehen, um Wörtern und Konzepten wie *friends* und *Home* eine neue Bedeutung zu geben.

³¹⁵Vgl. „Sur Facebook, on ne choisit pas les amis de ses amis.“ *Le Monde*.

http://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/11/19/sur-facebook-on-ne-choisit-pas-les-amis-de-ses-amis_1442572_651865.html **Stand:** 21.11.10

³¹⁶Eine eigene Facebook-Gruppe mit 378 MitgliederInnen wurde aus diesem Zweck gegründet: „Fired by Facebook“. <http://www.facebook.com/#!/group.php?gid=63470796208&v=wall> **Stand:** 21.11.10.

³¹⁷Vgl. Millot, Lorraine. „Aux Etats-Unis, une large zone de flou.“ *Liberation*. Paris : H9183, 21.11.10.

VI. Bibliographie und Abbildungsverzeichnis

Cohen, Nicole. „The Valorization of Surveillance: Towards a Political Economy of Facebook.“ *Democratic communiqué*. 22, 2008, S.5-19.

Zsolt, Wilhelm. „Facebook überrumpelt Google und erobert das Web: Soziales Netzwerk soll über "Like"-Funktion künftig zur zentralen Schnittstelle werden.“ *Der Standard*. 22.04.10

Zsolt, Wilhelm. „Facebook gerät außer Kontrolle: Zeit sich zu wehren“ *Der Standard*. 10.05.10

Charlene, Li. *Facebook, YouTube, Xing & Co: Gewinnen mit Social Technologies*. München: Hanser Verlag, 2009.

Mörl, Christoph. *Soziale Netzwerke im Internet: Eine Analyse der Monetarisierungsmöglichkeiten und die Entwicklung eines integrierten Geschäftsmodells*. Boizenburg: Hülsbusch Verlag, 2008.

Boyd, Danah & Ellison, Nicole. „Social network sites: Definition, history, and scholarship.“ *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13, article 11 (2007), S11-13.

Sio-long, A. *Data Mining and Applications in Genomics*. Oxford: Springer Science and Business Media, 2008.

Fuchs, Christian. *Social Networking Sites and the Surveillance Society: A Critical Case Study of the Usage of studiVZ, Facebook, and MySpace by Students in Salzburg in the Context of Electronic Surveillance*. Salzburg/Vienna: Forschungsgruppe „Unified Theory of Information“, 2009.

Lakits, Sonja. *Ich habe nichts zu verbergen: Eine empirische Studie über das Privatsphären-Verhalten von Facebook-NutzerInnen in Hinblick auf die Identitätskonstruktion und die Vorratsdatenspeicherung*. Wien: Univ., Mag.-Arb., 2009.

Jäger, Ludwig. „Die Sprachvergessenheit der Medientheorie. Ein Plädoyer für das Medium Sprache.“ Kallmeyer, Werner (Hg.). *Sprache und neue Medien*. Berlin [u.a.]: de Gruyter Verlag, 2000.
Foucault, Michel. *Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1976.

Bröckling, Ulrich. (Lenke, T. Krasman, S.) *Gouvernementalität der Gegenwart: Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag, 2000.

Foucault, Michel. „Technologien des Selbst.“ Martin, Luther (H.) und Gutman, Huck. *Technologien des Selbst*. Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag, 1993. S.24-62.

Reichert, Ramón. *Amateurs im Netz: Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2008.

Simanowski, Roberto. *Digitale Medien in der Erlebnisgesellschaft: Kultur-Kunst-Utopien*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2008.

Bröckling, Ulrich. *Das Unternehmerische Selbst: Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2007.

Bublitz, Hannelore. *Im Beichtstuhl der Medien: Die Produktion des Selbst im öffentlichen Bekenntnis*. Bielefeld: Transcript Verlag, 2010.

Barthes, Roland. *Fragments d'un discours amoureux*. Paris: Édition du Seuil, 1977.

- Krämer, Sybille. „Schriftbildlichkeit : Über eine (fast) vergessene Dimension der Schrift.“ Krämer, Sybille (Horst Bredekamp (Hg.)) *Bild- Schrift- Zahl*. München: Wilhelm Fink Verlag, 2003.S.157-176.
- Schmidt, Siegfried (J.). „Medien: Die Kopplung von Kommunikation und Kognition.“ Krämer, Sybille. *Medien Computer Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998. S55-52.
- Krämer, Sybille. „Das Medium als Spur und als Apparatur.“ Krämer, Sybille. *Medien Computer Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998. S.73-94.
- Wiedemann, Carolin. *Selbstvermarktung im Netz: Eine Gouvernementalitätsanalyse der Social Networking Site 'Facebook'*. Saarbrücken: Universitätsverlag des Saarlandes, 2010
- Kittler, Friedrich. „Hardware, das unbekannte Wesen.“ Krämer, Sybille. *Medien Computer Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998. S.119-132.
- Coy, Wolfgang. „Media Control. Wer kontrolliert das Internet?“ Krämer, Sybille. *Medien Computer Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998. S.133-151.
- Welsch, Wolfgang. „Wirklich. Bedeutungsvarianten- Modelle- Wirklichkeit und Virtualität.“ Krämer, Sybille. *Medien Computer Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1998. S.169-212.
- Polanki, Pollavi. “Etudiants engagés, tous sur la Toile !” Thureau-Dangin, Philippe. *Courrier International: Avoir 20 ans en 2010*. Paris : Hn1044, November 2010. S.60.
- Barthes, Roland. *Über mich selbst*. München: Matthes & Seitz, 1978.
- Reckwitz, Andreas. *Das hybride Subjekt: Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft Verlag, 2006.
- Folger, Robert. „New kids on the blog? Subjektkonstitution im Internet.“ Dünne, Jörg. *Automedialität: Subjektkonstitution in Schrift, Bild und neue Medien*. München: Fink Verlag, 2008. S.283-295.
- Bourdieu, Pierre. *Langage et pouvoir symbolique*. Paris: Édition du Seuil, 2001.
- Döring, Nicola. *Sozialpsychologie des Internets: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen [u.a.]: Hogrefe, Verlag für Psychologie, 2003.
- Kadric, Mira (Kaindl, K.). *Translatorische Methodik*. Wien: Facultas-Verlag, 2005.
- Dressler, Wolfgang. *Einführung in die Sprachwissenschaft*. Wien: Univ. Skript.
- Ritter, Hans (M.). *Das gestische Prinzip bei Bertold Brecht*. Köln: Prometh-Verlag, 1986.
- Angerer, Marie-Luise. *Alt.feminism/alt. Sex/alt. Identity/alt. theory/alt. art Angerer: Anmerkungen zur theoretischen und medialen Zelebrierung virtueller Geschlechter und ihrer Körper*. In: Springerin 2-3/1995. S. 32-41.
- Frank, Georg. *Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf*. München, Wien: Hanser Verlag, 1998.

Facebook Statistics

<http://www.checkfacebook.com/> **Stand:** 2.11.10

Walther, Joseph (B.). "The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We keep?" *Human Communication Research*. <http://www.citeulike.org/user/tyttivir/article/2198079> **Stand:** 13.10.10

Lewis, Kevin (Kaufman, J.). "The Taste for Privacy: An Analysis of College Student Privacy Settings in an Online Social Network." *Journal of Computer-Mediated Communication*. <http://christakis.med.harvard.edu/pdf/publications/articles/094.pdf> **Stand:** 13.10.10

Deleuze, Gilles. « Post-scriptum sur les sociétés de contrôle. » *L'autre journal*. 1, 1990. <http://libertaire.free.fr/DeleuzePostScriptum.html> **Stand:** 14.10.10

Krämer, Sybille. „Zur Sichtbarkeit der Schrift: Die Visualisierung des Unsichtbaren in der operativen Schrift. Zehn Thesen.“ *Die Sichtbarkeit der Schrift*. http://books.google.at/books?id=pUbO7rJBVBMC&pg=PP76&lpg=PP76&dq=Kr%C3%A4mer+%2Bdimensionen+Schrift&source=bl&ots=SHDNzrySDP&sig=3U6HA4VkqscnDKfCTIEEKPlz38I&hl=de&ei=FBemTPuJOJDCswadgcWhCA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=8&ved=0CC4Q6AEwBw#v=onepage&q=Kr%C3%A4mer%20%2B%20dimensionen%20Schrift&f=false **Stand:** 1.11.10

Genoux, Flora. „Sur Facebook, on ne choisit pas les amis de ses amis.“ *Le Monde*. http://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/11/19/sur-facebook-on-ne-choisit-pas-les-amis-de-ses-amis_1442572_651865.html **Stand:** 21.11.10

The Great Catoptikum

<http://www-poleia.lip6.fr/~ganascia/Catopticon> **Stand:** 21.11.10.

Stiftung Warentest zerpfückt Facebook und Co.

<http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article6921181/Stiftung-Warentest-zerpflueckt-Facebook-und-Co.html> **Stand:** 1.11.10

Datenschutz: Wie Facebook Daten vernetzt: Versuch einer Versachlichung

<http://www.datenschutzbeauftragter-online.de/datenschutz-wie-facebook-daten-vernetzt-versuch-einer-versachlichung/> **Stand:** 1.11.10

Emoticons

http://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon#Japanische_Emoticons **Stand:** 1.11.10

Smith, Justin. „Exclusive: Discussing the future of Facebook with CEO Mark Zuckerberg.“ *Inside Facebook*. 03.07.09. <http://www.insidefacebook.com/2009/06/03/exclusive-discussing-the-future-of-facebook-with-ceo-mark-zuckerberg/> **Stand:** 4.10.10

Wahnhafte Störung. In: *Roche Lexikon*. <http://www.gesundheit.de/lexika/medizin-lexikon/wahnhafte-stoerung> **Stand:** 17.11.10

Fired by Facebook

<http://www.facebook.com/#!/group.php?gid=63470796208&v=wall> **Stand:** 21.11.10.

Buy friends

<http://www.facebook.com/group.php?gid=328282909364&v=wall#!/group.php?gid=328282909364&v=info> **Stand:** 18.11.10

Facebook Statistics

<http://www.facebook.com/apps/application.php?id=113163938710002> **Stand:** 17.11.10.

The history of Social Networking

<http://www.digitaltrends.com/features/the-history-of-social-networking/> **Stand:** 17.11.10

Behavioral Targeting

<http://www.cpc-consulting.net/Behavioral-Targeting> **Stand:** 29.09.10

„Consumer Profiling“ *Business Dictionary*.

<http://www.businessdictionary.com/definition/consumer-profiling.html> **Stand:** 29.09.10

Personalpronomen

[http://de.wikibooks.org/wiki/Portugiesisch:_Personalpronomen_\(Pers%C3%B6nliche_F%C3%BCrw%C3%B6rter\)_als_Subjekt](http://de.wikibooks.org/wiki/Portugiesisch:_Personalpronomen_(Pers%C3%B6nliche_F%C3%BCrw%C3%B6rter)_als_Subjekt) **Stand:** 29.09.10

Masaki, Yuki. „Are the windows to the soul the same in the East and West? Cultural differences in using the eyes and mouth as cues to recognize emotions in Japan and the United States.“ *Science Direct*. Volume 43, March 2007.

[.http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6WJB-4JT38WP-1&_user=464575&_coverDate=03%2F31%2F2007&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_sort=d&_docanchor=&_view=c&_acct=C000022258&_version=1&_urlVersion=0&_userid=464575&md5=aaa063a4d65963ae960dc5f8903eb7c6&searchtype=a](http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6WJB-4JT38WP-1&_user=464575&_coverDate=03%2F31%2F2007&_rdoc=1&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_sort=d&_docanchor=&_view=c&_acct=C000022258&_version=1&_urlVersion=0&_userid=464575&md5=aaa063a4d65963ae960dc5f8903eb7c6&searchtype=a) **Stand:** 1.11.10

Japanische Emoticons

http://de.wikipedia.org/wiki/Emoticon#Japanische_Emoticons **Stand:** 1.11.10

Einführung in die Systemwissenschaften

<http://wwwu.uni-klu.ac.at> S.6. **Stand:** 18.11.10

Georg Franck

http://de.wikipedia.org/wiki/Georg_Franck **Stand:** 22.09.10

Nicole Cohen

<http://www.shamelessmag.com/blog/profile/3/> **Stand:** 4.11.10

Facebook Insights

<http://www.facebook.com#!/FacebookInsights> **Stand:** 2.11.10

Amazing Facts about Facebook and Breakups

<http://mathiasmikkelsen.com/2010/10/amazing-facts-about-facebook-and-breakups/> **Stand:** 4.11.10

Social Graph : Virtuelles Beziehungsgeflecht

<http://www.phaenomenfacebook.com/2010/11/social-graph-virtuelles-beziehungsgeflecht/#comments> **Stand:** 4.11.10

Where Facebook's Half a Billion Users Reside

<http://radar.oreilly.com/2010/07/facebook-reaches-half-a-billion.html> **Stand:** 14.11.10.

Computervermittelte Kommunikation

<https://elearn.jku.at/wiki/images/8/8a/Glas05.pdf> **Stand:** 14.11.10

Interview mit Joyce Nahas, Geschäftsführerin von “One is many”, einer social media agency, am 31. Oktober 2010 in Paris. <http://www.oneismany.com/>

Abbildung 1: Profilseite der Autorin

Abbildung 2: Profileinstellungen der Autorin

Abbildung 3: Beispiel eines Persönlichkeitstests: „Welcher Wintertyp bist du?“

Abbildung 4: Applikation „Social Graph“ am Beispiel des Netzwerks der Autorin

Abbildung 5: Zwei Beispiele von Geschenke-Boxen

Abbildung 6: Kommentar und Like-Funktion

VII. Abstract

Abstract English

Inspired by the philosophical and sociological concepts of Foucault and Deleuze and by the linguistic perspective of Bourdieu, Benveniste and Krämer, this thesis attempts to identify some key aspects of language and communication on Facebook. Specifically, it investigates the potential influence of the techniques and written characteristics of language of the social network site Facebook on its millions of users, using both linguistic and sociological perspectives. For example, some user-friendly options proposed on the site may generate control mechanisms that characterize a surveillance society system. This parallelism with the surveillance society is reinforced by the fact that users are mutually inclined to design, monitor and control their own virtual representation. Construction of identity, as well as the representation of the self is directly impacted by commercial standards and techniques such as self-management processes, in which implicitly the user has to represent him/herself as a flexible, efficient, authentic and creative individual. Finally, the so called “emotional capitalism”-concept may be relevant to describe one of the implicit characteristics of the Facebook platform, since the narration about oneself becomes a social necessity. Any user has no choice but to adopt linguistic and media standards and conventions in order to be recognized as part of a global-virtual society, in which the battle of attention and representation is never finished.

Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit wird der Einfluss schrift- und bildsprachlicher Wissenstechniken und Kommunikationsformen der Sozialen Netzwerkseite Facebook auf seine UserInnen untersucht. Anhand der politischen und soziologischen Theorien von Foucault und Deleuze und der linguistischen Überlegungen Bourdieus, Benvenistes und Krämers wird versucht wichtige Aspekte der Sprache und der Kommunikation auf Facebook zu veranschaulichen. Im Zentrum des Interesses stehen einerseits die unterschiedlichen Mechanismen des Mediums, andererseits auch die Partizipation und die Reaktionen der UserInnen. Beispielsweise spielen die benutzerfreundliche Software und ihre Funktionalitäten für die Identitätskonstruktion und Selbstdarstellung der UserInnen eine grundlegende Rolle und übernehmen bestimmte Muster kontroll- und überwachungsgesellschaftlicher Diskurse. Fremd- und Selbstkontrolle fungieren hier als grundlegende Konzepte für die Kommunikation und werden von unternehmerischen Taktiken inspiriert. Ein erfolgreiches Selbstmanagement ist Teil der Identitätsarbeit, in der sich die UserInnen als autonome Subjekte, die nach betriebswissenschaftlichen Effizienzkriterien funktionieren, verstehen. Das Konzept des „Emotionalen Kapitalismus“ spielt hier eine Schlüsselrolle, da im Web 2.0 ein allgemeiner Zwang zur Narration zu herrschen scheint.

VIII. Lebenslauf

Jeanne Nickels

Geboren am 17. August 1986

Staatsbürgerschaften: Österreich und Frankreich

Muttersprachen: Deutsch und Französisch

Kontakt:

+43 (0)664 1415786

Jeanne_nickels@hotmail.com

Ausbildung:

1998-2001	French American School of New York , Larchmont, New York State.
2001-2002	Lycée Français de Vienne , Wien.
2002-2004	Lycée Français Jean Mermoz , Dakar, Senegal, Baccalauréat Littéraire. Französische Matura (Schwerpunkt: Philosophie, Literatur und Sprachen)
WS 2004	Bakkalaureatstudium Übersetzen/Dolmetschen Arbeitsprachen: Deutsch/Französisch/Englisch
SS 2005	Diplomstudium Theater- Film- und Medienwissenschaften in Wien
Juni 2009	Bakkalaureatszeugnis in Übersetzen/Dolmetschen
WS 2009- WS2010	Verfassen der Diplomarbeit

Beruflicher Werdegang:

Sept 10	Mischief Film Production - Übersetzung des Spielfilms "Talleres Clandestinos"
Sept 10	FreibeuterFilm Neumann KG - Transkription und Übersetzung des Dokumentarfilms "Mein juristischer Vater"
Juni 10	Mischief Film Production - französische Transkription für den Dokumentarfilm "Albert Schweitzer"
März 10- April 10	ECI (European Captioning Institute) - Praktikum bei Untertitelungsfirma in London: Untertitelung, Transkription, Korrekturlesen
Nov 09	Mischief Film Production - Erstellung Französischer Untertitelung für den Dokumentarfilm "Cooking History", vorgeführt im Rahmen der VIENNALE
Mai 07-Juni 10	Wiener Festwochen , Publikumsdienst
Juni 05- Mai 06	Schülerhilfe Wien – Nachhilfe in Französisch und Englisch

Interessen:

Kulturen: lebte in Algerien (90-94), USA (98-01), Senegal (02-04)

Sprachen (Deutsch, Französisch, Englisch, Spanisch und Wolof)

Musik (Sängerin und Liedermacherin von Friedrich & Ludwig www.myspace.com/friedrichludwig)

Theater, Film und Tanz (Theater- und Tanzkurse in Wien bei Anna Hauer u.a.)

Philosophie