



universität
wien

Titel der Diplomarbeit

„Im Profil“

*Das Profil als interaktive Praxis und dynamische
Repräsentation der Kommunikation im Web 2.0.*

eingereicht von

Clara Landler

DIPLOMARBEIT

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, Juli 2009

Matrikelnummer:

0208987

Studienkennzahl:

A 302 295

Studienrichtung:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer:

O. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer

Abstract

Der Profil-Begriff findet in den Sozialwissenschaften, wenn überhaupt, nur sehr einseitige Anwendung zur tendenziell statischen Darstellung von individueller Komplexität. In dieser tradierten Form hielten Profile auch Einzug auf allen frühen Kommunikationsplattformen des Internet – als demographisches Infoblatt mit Foto, das ein körperlich abwesendes Individuum im Cyberspace repräsentiert. Die Evolution des Web 2.0 hat nun aber in den letzten Jahren Entwicklungen mit sich gebracht, die das Phänomen des Profils praktisch so sehr verändern, dass es nur mehr mit einer entsprechenden theoretischen Neubestimmung des Begriffs erfassbar bleiben kann. Die Arbeit zeigt am Beispiel des sozialen Netzwerks Facebook, dass nur eine starke Dynamisierung und kommunikationswissenschaftliche Fundierung das Konzept des Profils in die Lage versetzen kann, dem Sein und Werden im Web 2.0, das die kommunikativen Handlungsräume von immer mehr Menschen erweitert, auf die Spur zu kommen.

Within the discourse of the social sciences, the concept of profile is put to its intended use mainly to statically reconstruct and visualize the inner complexity of individuals. Such – as sociodemographic info sheet including a personal image – profiles got implemented in all social media sites of the World Wide Web at an early stage, to represent physically absent individuals within the realm of cyberspace. In the meantime, the evolution of the so called Web 2.0 changed the practical potentials and capabilities of profiles in a manner, that only a theoretical redefinition of the concept will be able to put it to an appropriate analytical use again. Based on the illustrative material of the social network Facebook, this thesis wants to demonstrate, that only a strong dynamization and a new foundation in terms of communication science will enable the concept of profile, to adequately describe the dynamic interactions of so many individuals, who already use the options of Web 2.0 to extend their social space.

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle zuallererst bei meinen sozialen (Online-)Netzwerken bedanken, die mir in einer schwierigen Zeit Inspiration und Grund für die vorliegende Arbeit geboten haben.

Meinen Freunden und meiner Familie möchte ich vor allem für die Geduld danken, mit der sie meine zweifellos nicht immer leicht erträglichen Zustände und Phasen im Zuge dieser Arbeit hingenommen haben.

Für ihre unermüdliche Anteilnahme und Stabilisierung meiner Person, möchte ich an dieser Stelle Kathrin Graser meinen besonderen Dank aussprechen.

Für die kurzfristige Unterstützung meines Endspurts im allerletzten Zeitfenster hat schließlich Florian Windhager mit seinen Korrekturen in Rat und Tat geholfen, dieses Projekt doch noch zu einem sinnvollen Abschluss bringen zu können.

Und nicht zuletzt gilt mein Dank meinem Betreuer Prof. Dr. Thomas Bauer, der mir die Chance gab, mein Studium im letzten Moment noch abschließen zu können, indem er an mich und mein Thema glaubte.

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	3
EINLEITUNG.....	5
1 THEORIE UND PRAXIS DES TRADIERTEN PROFILBEGRIFFS.....	7
1.1 GEOGRAFIE.....	7
1.2 KRIMINOLOGIE	8
1.2.1 <i>Historischer Abriss</i>	9
1.2.2 <i>Methodischer Abriss</i>	11
1.2.2.1 Psychoanalyse.....	11
1.2.2.2 Objektive Hermeneutik	12
1.3 VERORTUNG IN DER SOZIALWISSENSCHAFTLICHEN BEGRIFFSLANDSCHAFT	15
1.3.1 <i>Person</i>	16
1.3.2 <i>Identität</i>	16
1.3.2.1 Virtuelle Identität.....	18
1.3.3 <i>Identität durch seine Unterschiede</i>	20
1.3.4 <i>Identität und Risiko</i>	21
1.3.5 <i>Soziale Rolle</i>	22
1.3.6 <i>Der totale Rollenverdacht</i>	23
2 EINGRENZUNG UND BESTIMMUNG DES ANWENDUNGSFELDES	26
2.1 EINE KURZE GESCHICHTE DER NETZEVOLUTION (VOM WEB 1.0 ZUM WEB 2.0).....	26
2.2 ZENTRALE VORAUSSETZUNGEN FÜR DAS SOCIAL WEB	30
2.2.1 <i>Interface</i>	30
2.2.1.1 Exkurs: Bildsprache	31
2.2.2 <i>Interaktivität</i>	32
2.3 ZENTRALE BEGRIFFE DES SOCIAL WEB	35
2.3.1 <i>Soziale Software</i>	35
2.3.2 <i>Soziale Medien</i>	37
2.3.3 <i>Soziale Netzwerke</i>	37
2.3.3.1 Kommerzielle Online Communities.....	38
2.4 SOZIALE NETZWERKE IM ÜBERBLICK.....	39
2.4.1 <i>Evolution sozialer Netzwerke</i>	39
2.4.2 <i>Funktionale Differenzierung sozialer Netzwerke</i>	40
2.4.3 <i>Soziologische Beschreibung sozialer Netzwerke</i>	43
2.4.3.1 Nutzung sozialer Netzwerke	43
2.4.3.2 Nutzer sozialer Netzwerke	45
2.4.3.3 Netiquette	50
2.4.3.4 Computervermittelte Kommunikation	51
2.5 FACEBOOK.....	51
2.5.1 <i>Funktionale Beschreibung von Facebook</i>	54
3 DAS DYNAMISCHE PROFIL	58
3.1 ZUR TRADIERTEN PROFILFUNKTION IN FACEBOOK	58
3.1.1 <i>Varianzen und Variationen von statischen Selbstbeschreibungen</i>	60
3.2 DAS PROFIL ALS INTERAKTIVE UND DYNAMISCHE SELBST- UND FREMDBESCHREIBUNG	62
3.2.1 <i>Die spezifische Ausweitung der sozialen Situation auf Facebook</i>	62
3.2.1.1 Soziale Rollen auf Facebook	64
3.2.1.2 Beiträge zur dynamischen Profilbildung des Individuums („innen“)	65
3.2.1.3 Beiträge zur dynamischen Profilbildung der Umwelt („außen“)	67
3.2.2 <i>Beobachtbare Phänomene in der dynamischen „Interprofilität“</i>	68
ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK: PROFILBILDUNG DURCH „SOCIAL WEB STRATEGIES“.....	74
LITERATURVERZEICHNIS	79

Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1:** Geografische Profilskizze als Darstellung der Höhendifferenzen entlang eines Längenmaßstabs. S. 7
- Abbildung 2:** Stationen der Netzevolution, 1993 bis 2006. S. 29
- Abbildung 3:** Launches Dates of Major Social Network Sites. S. 39
- Abbildung 4:** Typologie der Nutzer von „Web 2.0“. S. 46
- Abbildung 5:** Das internationale Pageranking der Top 50 Netzwerkplattformen im zeitlichen Vergleich. S. 52
- Abbildung 6:** Das österreichische Pageranking der Top 50 Netzwerkplattformen im zeitlichen Vergleich. S. 53
- Abbildung 7:** Die ungestützten Top 5 Foren und Communities. S. 53
- Abbildung 8:** Die bisherigen Sprachen von Facebook. S. 54
- Abbildung 9:** Startseite/Newsfeed eines neu angelegten Profils auf Facebook. S. 55
- Abbildung 10:** Startseite/Newsfeed eines Profils in regelmäßiger Benutzung auf Facebook S. 57
- Abbildung 11:** Pinnwand eines Profils in regelmäßiger Benutzung auf Facebook. S. 61
- Abbildung 12:** Hilfe – Dein Profil: Pinnwand auf Facebook. S. 63
- Abbildung 13:** Proposed Social Media Strategy. S. 71

Einleitung

Das Phänomen der Kommunikation beschäftigt mehrere Disziplinen und Domänen. Für die vorliegende Arbeit relevante Angebote finden sich hauptsächlich in den Schnittmengen von Psychologie, Soziologie und – nicht zuletzt – der Kommunikationswissenschaft, die sich aber ihrerseits wiederum in vielfältige interne Perspektiven, multiple Paradigmen und unzählige Schulen ausdifferenzieren und sich darüber hinaus in einer konstanten wissenschaftsevolutionären Entwicklung befinden.

Entsprechend zahlreich ergeben sich Angebote für mögliche Begrifflichkeiten zur Erfassung der komplexen dynamischen Interaktionen und kommunikativen Handlungen zwischen Individuen und ihren Gemeinschaften.

Die vorliegende Arbeit möchte einen Beitrag zur Klärung eines Begriffs in diesem Feld leisten, der gemeinsam mit den neuen Kommunikationsplattformen des Internets, wie hier attestiert, *verändert* auf die wissenschaftliche Bühne zurückkehrt:

das „**Profil**“.

Der Profil-Begriff wird bisher in den Sozialwissenschaften, wenn überhaupt, nur als relativ statischer Terminus *technicus* zur reduzierten Darstellung individueller Komplexität eingesetzt, was aber den aktuellen Entwicklungen, die Profile im Web 2.0 – oder präziser – im „Social Web“ auszeichnen, aus darzustellenden Gründen nicht mehr gerecht wird. Um diese Veränderungen in das Konzept integrieren zu können, wird im Rahmen dieser Arbeit dessen kommunikationswissenschaftliche Fundierung ebenso angestrebt wie eine begriffliche Dynamisierung, die es mit der Beweglichkeit der relevanten kommunikativen Prägungsprozesse aufnehmen kann.

Nachdem der Profil-Begriff in der hier anzudenkenden dynamischen Form also noch nicht definiert ist, erfolgt im ersten Teil der Arbeit eine Hinwendung zu den historischen und aktuellen wissenschaftlichen *Anwendungsfeldern*, den bisher tradierten *Definitionen* und *Bedeutungen*, sowie den verwandten und abzugrenzenden *Begrifflichkeiten* aus dem Kontext der Sozialwissenschaften.

Im zweiten Teil erfolgt auf dieser Basis eine Eingrenzung und Fokussierung des begrifflichen Anwendungsszenarios auf das hier relevante mediale Feld der *sozialen Netzwerke* im *Web 2.0*. Hierzu gehört eine Rekonstruktion der historischen und

technischen Voraussetzungen ebenso wie eine Klärung der zentralen Begrifflichkeiten und eine Beschreibung der wichtigsten Analyseebenen von sozialen Netzwerken in funktionaler und soziologischer Hinsicht.

Auf bauend auf diesen Grundlagen einer begrifflichen Spurensuche soll im dritten Teil ein erstes Angebot für eine eigenständige Phänomenologie eines dynamisierten Profil-Begriffs vorgestellt werden, mit dem das Konzept im kommunikationswissenschaftlichen Feld eine neue dynamische Position sowie vermehrte fachliche Aufmerksamkeit finden könnte.

1 Theorie und Praxis des tradierten Profilbegriffs

Um jene bemerkenswerten Veränderungen nachzeichnen zu können, die durch die gegenwärtige Praxis der sozialen Netzwerke am Profilbegriff in Erscheinung treten, ist eine Rekonstruktion von tradierten Profil-Konzepten erforderlich. Auch in dem Bewusstsein, dies kaum vollständig oder erschöpfend tun zu können, kann eine Hinwendung zu jenen Feldern ein wichtiges Grundverständnis erbringen, in denen der Profil-Begriff seine alltägliche wissenschaftlichen Verwendung findet – in den Bereichen der Geografie und Kriminologie.

1.1 Geografie

Weit verbreitet und in auch in alltagssprachlicher Hinsicht geläufig ist der Begriff des Profils im Kontext der Geografie. In diesem Bereich wird darunter im Wesentlichen der kombinierte Einsatz von zwei unterschiedlichen Maßstäben verstanden: einem Längen- und einem Höhenmaßstab (im Gegensatz zur planaren Kartenerstellung, die einen Längen- und Breitenmaßstab kombiniert). Mit diesen Größen kann in Folge beispielsweise eine Profilskizze von Gebirgen, aber auch Ländern – vor allem im Bereich der physischen Geographie – erstellt werden (s. Abb. 1).

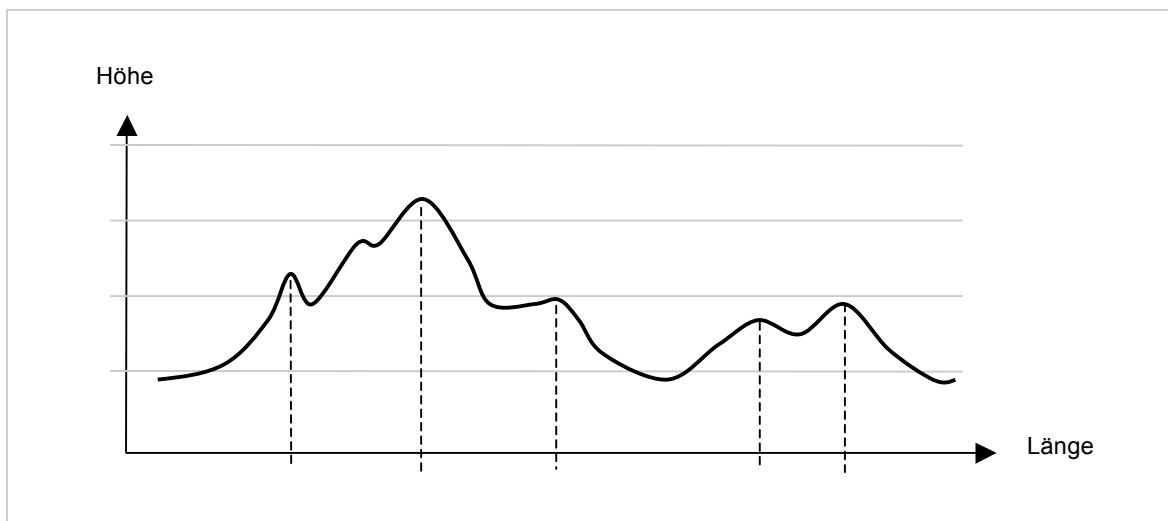


Abbildung 1: Geografische Profilskizze als Darstellung der Höhendifferenzen entlang eines Längenmaßstabs.

Der praktische Nutzen solcher Profilskizzen liegt in der kompakten Darstellung von charakteristischen (Höhen-)Unterschieden innerhalb eines *in natura* meist zerklüfteten und unübersichtlichen Beobachtungsbereichs.

Sucht man im geographischen Kontext jedoch nach ausführlicheren Definitionen, stellt man rasch fest, dass sich dazu nicht wesentlich mehr findet, als der kaum weiter reflektierte „Terminus technicus“ der die einfache Modellierung von komplexem Terrain ermöglicht. Insofern kann die begriffliche Praxis der Geografie als exemplarisch betrachtet werden, weil sich diese¹ auch in einer Vielzahl anderer Fächer wiederfindet.

Diese Tatsache führt für den vorliegenden Zweck also zurück auf die etymologische Reflexion. Kluge (2002²⁴), als der Klassiker unter den Standardnachschlagewerken zur Etymologie, definiert wie folgt:

*Profil (17. Jh.). Entlehnt aus dem französischen *profil* (maskulin), dieses aus dem italienischen *profilo* (maskulin), einer Ableitung von it. *profilare* „umreißen, Umriß zeichnen“ zu it. *filo* (maskulin) „Strich, Linie, Faden“ aus l. *filum* „Faden“, Profiliert heißt „scharf umrissen, deutlich gekennzeichnet“.*

In jedem Fall wird deutlich, dass über mindestens zwei angegebene „Richtungsvektoren“ verschiedene Formen oder Formationen einer Vermessung und einer anschließender Darstellung unterzogen werden können.

1.2 Kriminologie

Besonders im Fachbereich der Kriminologie findet sich einige Literatur zum Thema, da durch die mediale Verbreitung und Popularisierung des Begriffs des „Profiling“ (zu Deutsch: *Täterprofilerstellung*) auch entsprechende Publikationen zur Ein- und Abgrenzung zwischen den Fiktion von TV-Serien und der kriminologischen Realität erarbeitet wurden.² Die idealisierte Form des Profilers als „genialer Einzelkämpfer“, der mithilfe einzigartiger (und nicht selten sogar übersinnlicher) Fähigkeiten im Alleingang Fälle löst, wurde sowohl in der kriminologischen Praxis, als auch der wissenschaftlichen Literatur weitgehend entmystifiziert.³ Tatsächlich wird international vor allem daran

¹ (wenn auch vielleicht nicht in der gleichen Regelmäßigkeit)

² Einen systematischen Überblick bietet eine Publikation des Bundeskriminalamt Wiesbaden, die in diesem Kontext als zentrale Quelle fungiert: Hoffmann, Jens; Musolff, Cornelia: 2000. Fallanalyse und Täterprofil. Geschichte, Methoden und Erkenntnisse einer jungen Disziplin. Wiesbaden: Bundeskriminalamt.

³ Dennoch kommt es vor, dass manche dieser sogenannten „Einzelkämpfer“, meist mit persönlichen Erfahrungen aus der psychiatrischen und psychologischen Praxis, erstaunliche Ergebnisse erzielen. Am bekanntesten in diesem Bereich ist der britische Kriminalpsychologe Paul Britton. (Vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 52)

gearbeitet, in Ermittlungsteams empirisch nachweisbare, wieder verwendbare und vergleichbare Daten zu erzeugen, die in der Praxis über drei wesentliche Grundpfeiler erstellt werden: theoretische Modelle, Analyseverfahren – sowie kriminalistisches Hintergrundwissen und Erfahrung (vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 21f). Als besonders aufschlussreich erweisen sich in diesem Kontext die zur Anwendung kommenden theoretischen Modelle, worauf zurückzukommen sein wird.

1.2.1 Historischer Abriss

Während der Gedanke von einer Gewalttat auf die Person des Verbrechers zu schließen wohl so alt ist wie das Verbrechen selbst, kamen erste Ansätze zur wissenschaftlich fundierten Profil-Erstellung erst Ende des 19. Jahrhunderts auf. Als Pionier der Profil-Erstellung gilt der Psychiater, Gerichtsmediziner und Philosoph Cesare Lombroso (1835–1909), der entsprechend den Vorzeichen seiner Zeit, seine grundlegenden Beiträge im Rahmen von darwinistisch/biologistischen Theorien entfaltet. (Vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 29f)

Lombrosos Annahmen stellten vor allem in Aussicht, mögliche Straftäter anhand äußerer Merkmale bereits vor einer begangenen Tat überführen zu können. Er suchte also nach feststellbaren äußeren Merkmalen einer kriminellen „Natur“ von Tätern, ganz im Sinne einer biologistischen Weltanschauung.⁴ Dennoch ist ihm als Pionier seines Fachs das Verdienst zuzuschreiben, „von einer „klassischen“, tatbezogenen Denkweise auf eine individuelle, täterbezogene Betrachtung“ (ebd., 29) übergeführt zu haben.

Der bis heute aktuelle Gegenpol zu diesen anthropologischen und biologistischen Theorien, die unter anderem nach körperlichen Merkmalen für Täter suchten, kristallisierte sich etwas später in den sozialwissenschaftlichen Kriminalitätstheorien heraus:

Als erste Täterprofile im engeren Sinne gelten die Arbeiten des Psychiaters James Brussel. Berühmt geworden ist der Fall des „*Mad Bomber*“ im New York der 50er Jahre, bei dem Brussel ein überraschend präzises, psychoanalytisches Persönlichkeitsprofil eines unbekannten Bombenlegers anfertigte. Die ersten systematischen und institutionalisierten Bemühungen, Methoden zur Erstellung von Täterprofilen zu entwickeln, sind der BSU (Behavioral Analysis Unit) der amerikanischen Bundespolizei FBI zu Beginn der 70er

⁴ Eine Anlehnung daran lässt sich noch in der vor allem kontinentaleuropäisch eingesetzten Konstitutionstypologie und biologischen Typenforschung des Psychiaters Ernst Kretschmer finden, die aber als entsprechend umstritten gilt. (Vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 64f)

Jahre zuzurechnen. Grund dafür war eine deutlich gesunkene Aufklärungsquote aufgrund eines Anstiegs von Morden, die von Fremden und aus unbekannten Motiven begangen werden. (Vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 36ff)

Auf der Basis zweier umfangreicher Studien, entwarf die BSU in ihrer zweiten Generation Kategoriensysteme für Serienmörder und Vergewaltiger – speziell für Profiling-Zwecke. Damit setzte sie die kriminologische Tradition fort, Verbrecher in spezielle Typologien einzuordnen. Die Unterscheidung des FBI zwischen *organized* und *disorganized*, also zwischen planenden und nicht planenden Sexualmördern⁵, gilt inzwischen als klassisches Modell der Täterprofil-Forschung. (Vgl. ebd., 39f)

Unter anderem durch spektakuläre Medienberichte wurden in Folge die finanziellen Mittel für das „Dreckige Dutzend“, wie die Spezialeinheit im FBI-Jargon genannt wurde, Ende der 80er Jahre erheblich aufgestockt – und das *National Center for the Analysis of Violent Crime* (NCAVC) eingerichtet. Damit kam erstmals sozialwissenschaftliche Methodik für anspruchsvollere Auswertungsmöglichkeiten zum Einsatz.

In diese Zeit fallen auch die ersten (noch sehr wechselhaft erfolgreichen) Übertragungsversuche amerikanischer *Profiling*-Techniken auf Europa. Erst Anfang der 90er Jahre begannen unter anderem Österreich (mit dem Wiener Kriminalpsychologen Thomas Müller) und die Niederlande als Vorreiter die Profiling-Methoden des FBI auf polizeilicher Ebene gezielt in Europas kulturellen Kontext zu importieren (vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 44).

Die Einsatzbereiche fallanalytischer Verfahren wurden schließlich in Großbritannien durch einen weiteren sozialwissenschaftlichen und komplex-statistischen Methodenschub deutlich erweitert und von ihrem Einsatz bei hauptsächlich sexuell orientierten Gewaltverbrechen auf weitere Deliktsgruppen ausgedehnt (vgl. ebd, 47ff).

Damit wird ersichtlich, dass die Idee, ein Täterprofil (das aus einer methodischen Rekonstruktion und Interpretation von Verhalten abgeleitet wird) als umfangreiche Beschreibung eines noch nicht identifizierten Täters einzusetzen, um damit den in Frage kommenden Täterkreis einzuschränken, noch sehr jung ist.

⁵ In der Klassifizierung des nicht planenden Sexualmörders gibt es mit dem Fall „Richard Trenton Chase“ eines der wenigen Beispiele, wo die Typologie in mehr oder weniger reiner Form einer der berühmten theoretischen FBI-Kategorien für Sexualmörder entspricht. In der Evaluierung von Prozentunterschieden zeichnen sich die Merkmale als wenig signifikant ab, die gefundenen Unterschiede sind statistisch schlecht auswertbar. Es ist zu vermuten, dass damit lediglich zwei Untergruppen von Tätern und nicht die Gesamtheit der Sexualmörder erfasst werden. (Vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 125ff)

1.2.2 Methodischer Abriss

Auch wenn beide Begriffe häufig synonym verwendet werden, gilt das „Profiling“ im europäischen Raum als Folgeprodukt und Unterbereich der „Operativen Fallanalyse“⁶ und beinhaltet, außer einem naturwissenschaftlichen, vor allem auch ein umfangreiches sozialwissenschaftliches Methodenbündel, aus dem je nach Lage des zu behandelnden Falls meist mehrere Instrumente zum Einsatz kommen. Es wird also inzwischen üblicherweise eklektizistisch vorgegangen, das heißt es werden alle Ansätze, Theorien und Modelle herangezogen, die für die praktische Arbeit erfolgversprechend sind – egal aus welchem Fachgebiet sie stammen. (Vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 18ff, sowie 173ff)

Für die vorliegende Arbeit sind vor allem die Methoden aus dem sozialwissenschaftlichen Bereich von Interesse.

1.2.2.1 Psychoanalyse

Die Erstellung psychologischer Täterprofile beinhaltet meist auch den Einsatz psychoanalytischer Erkenntnisse als einem wichtigen Zugang zum Verständnis menschlichen Verhaltens. Eine wirklich weitgehende Verbreitung als eigenständige kriminaltechnische Methode verhindert dabei allerdings, im Vergleich zu etablierten Forschungsansätzen der Naturwissenschaften oder den empirisch-experimentellen Sozialwissenschaften, die bislang nicht durch empirische Forschung abgesicherten Ergebnisse. (Vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 97ff)

Abgesehen davon, bringen psychopathologische Diagnosen häufig die Frage nach einer möglichen Schuldfähigkeit und der psychischen Zurechnungsfähigkeit mit sich. So fließen psychoanalytische Ansätze zwar für eine Täterprofilerstellung nahezu immer mit ein, größere Bedeutung aber hat ihre Anwendbarkeit im Bereich der Motiverklärungen und Motivforschungen. Hier kommt (im Unterschied zu rein deskriptiven Ansätzen) der Fokus der Psychoanalyse zum Tragen, die die Rekonstruktion der tiefer liegenden und ursprünglichen Beweggründe menschlicher Handlungen explizit zu ihrem Forschungsgegenstand macht:

„Gewisse rational schwer verstehbare Erscheinungen, wie etwa die Rückkehr einiger Täter an den Tatort, Wiederholungstaten, Symbolhandlungen, sadisti-

⁶ Die Operative Fallanalyse unternimmt den Versuch, über die Rekonstruktion und Interpretation eines Verbrechens – insbesondere aber über die Rekonstruktion und Interpretation des Verhaltens eines meist unbekannten Täters – Hypothesen über Hintergründe der Tat aufzustellen, mit dem Ziel, polizeitaktisch relevante Informationen zu produzieren. Die Erstellung eines Täterprofils ist kein zwingender Bestandteil der Ermittlung, sondern wird, aufgrund der Zeit- und Ressourcenintensität, nur bei Bedarf eingesetzt. (Vgl. Hoffmann/Musolff, 18, 173ff)

sche Gewalttaten an Opfern vor oder nach der Tötung, „Fehlhandlungen“ trotz raffinierter, kaltblütiger Planung oder andere bizarre und scheinbar motivlose Taten, können mit Hilfe der Psychoanalyse gedeutet werden und so fahndungs-relevante Ansätze liefern. Ein Tatort kann möglicherweise diese größtenteils unbewussten individuellen Motive und Wünsche des Täters deutlich ausdrücken. Psychodynamische Erkenntnisse ermöglichen Rückschlüsse zu ziehen, ob es sich um die Tatserie eines Täters handelt oder weitere Täter beziehungsweise auch „Tritt Brett Fahrer“ beteiligt sind, ob der Verdächtige aus kompensatori-schen Gründen, aus voyeuristischen Aspekten oder anderen Gründen an den Tatort zurückkehren wird oder auch nicht. Oder ob es sich um einen sehr gefährlichen Täter handelt, weil weitere Taten zu erwarten sind und / oder eine Steigerung der Brutalität zu erwarten ist.“ (Hoffmann/Musolff, 103)

1.2.2.2 Objektive Hermeneutik

Der Einsatz hermeneutischer Methoden geht auf die vom Bundeskriminalamt in Wiesba-den 1993 gegründete *Projektgruppe Kriminalistisch-Kriminologische Fallanalyse (KKF)* zurück. Die objektive Hermeneutik gehört zu den Verfahren aus der qualitativen Sozialfor-schung, die sich für die Interpretation vorliegender Daten zu Tathergang, Tatort, Tatzeit und Opfer zur Täterprofilerstellung besonders bewährt hat. Richtungweisend waren dabei die Forschungen des Soziologen Ulrich Oevermann, dessen spezifisch entwickelte Form der objektiven Hermeneutik für die kriminalistische Arbeit adaptiert wurde. Ebenso wie die geisteswissenschaftliche Hermeneutik geht sie davon aus, dass sich alle menschlichen Verhaltensäußerungen als Text einer individuell charakteristischen Lebenspraxis lesen las-sen.

„Gegenstand der erweiterten hermeneutischen Methode können grundsätzlich alle menschlichen Verhaltensäußerungen sein, so etwa schriftliche und mündli-che Rede, Texte aller Arten, Musik, Malerei, Architektur, Handlungen oder auch die Strukturen von Institutionen. Notwendig zur Auslegung und Interpreta-tion menschlicher Lebensäußerungen sind vor allem lebenspraktische Erfah-rungen und Vorannahmen, ein Vorverständnis von bestimmten Grundbegriffen sowie ein Bewusstsein für kulturelle und subkulturelle Rahmenbedingungen. Die Hermeneutik bietet zur Deutung dann unterschiedliche Vorgehensweisen und Regeln an. Dabei begreift sie sich nicht mehr länger nur als eine Kunstleh-re des Verstehens, sondern macht vielmehr auch das Verstehen und die ihm zugrundeliegenden Regeln und Motive selbst zum Gegenstand ihrer Aufmerk-samkeit.“ (Hoffmann/Musolff 2000, 229f)

Jeder Mensch erzeugt also zu jeder Zeit seines Lebens durch seine Handlungen einen (erfassbaren und analysierbaren) „Text“⁷, der individuelle Sinnstrukturen enthält, weil auch jeder Mensch seiner persönlichen, oft unbewussten Motivation unterliegt. Diesen Text bezeichnet Oevermann im Falle einer Straftat zur Veranschaulichung als „*Spurentext*“. Für die Fallanalyse (und in weiterer Folge die Profilerstellung) ist es also unabdinglich, dass möglichst viele Details eines Deliktes in verschriftlichter Form erfasst, und damit in weiterer Folge analysiert werden können.

Für eine Auswertung ist also auch unerlässlich, zwei Ebenen zu trennen: Neben den subjektiv-zielgerichteten (und damit bewussten) Handlungen, existiert auch die Metaebene der latenten, aber objektivierbaren Sinnstrukturen, die eine Handlung überhaupt erst motivieren. Diese Ebene ist einer Handlung immer inhärent miteingeschrieben, und lässt sich vom Individuum deshalb auch nie vollständig verschleiern. Das Erfassen und die Deutung dieses latent mitschwingenden Sinns ist wesentliches Ziel der objektiven Hermeneutik.

„Für diese übersetzte Form des Textes wird der Begriff (Handlungs-)Protokoll verwendet. Protokolle konservieren quasi den Text und die Struktur des sozialen Handelns und ermöglichen als Datenebene die beliebig wiederholbare Be trachtung.“ (ebd., 230)

Die über die Tathergangsanalyse ermittelten Charakteristika des Tatortes und des Tathergangs bieten Hinweise auf die weiterführende Diagnostizierung eines speziellen Tätertypus, um spezifische Eigenschaften der Persönlichkeit und des Lebensstils eines Täters als fahndungsrelevante Hinweise zu erschließen: Üblicherweise enthalten die erstellten Täterprofile Angaben über Geschlecht, Alter, Familienstand, Wohnort, Ausbildung und Beruf, mögliche Vorstrafen, Persönlichkeitsstruktur, Erscheinungsbild und eventuell über das prä- und postdeliktische Verhalten des Täters (vgl. Hoffmann/Musolff 2000, 129f).

Betreffend der bisherigen Erkundungen zur begrifflichen Praxis lässt sich zusammenfassend festhalten: Das Profil tritt in der Wissenschaft in erster Linie als ein stark reduziertes Modell (von komplexen geografischen Landschaften bzw. von komplexen psychologischen und physiologischen Persönlichkeitsräumen) in Erscheinung. Damit ist die tradierte Praxis des Profils als mehr oder weniger statische Repräsentation von charakteristischen Differenzen innerhalb eines komplexen Ganzen umrissen.

⁷ Hier wird also mit einem deutlich erweiterten Text-Begriff gearbeitet, der, „anders als umgangssprachlich üblich, weitgehend synonym mit dem Begriff der Handlung verwendet“ (Hoffmann/Musolff, 230) wird, weil er davon ausgeht, dass jede Handlung, um wissenschaftlich zugänglich zu werden, auch in eine schriftlich fixierte Form überführt werden kann.

Im weiteren Verlauf der Arbeit wird nun ein „Zoom in“ auf einen Bereich der neuen Medien erfolgen, in dem sich ein grundlegender Umbau dieses statischen Konzepts ankündigt. Bei diesem Übergang in den kommunikationswissenschaftlichen Kontext eröffnen sich zahlreiche Fragen zur möglichen Verortung und Positionierung des tradierten (sowie später des dynamisierten) Profilbegriffs im Feld von bestehenden human- und sozialwissenschaftlichen Diskursen und Paradigmen.

1.3 Verortung in der sozialwissenschaftlichen Begriffslandschaft

Beim Versuch der Analyse und der Definition einzelner Begriffe im Bereich der Human- und Sozialwissenschaften fühlt man sich nicht selten wie in einem (semantischen) Netz gefangen. Alle Grund- und Nebenbegriffe scheinen durch unzählige Verbindungen halbtransparent miteinander verwoben, und bei dem Versuch, einen Knotenpunkt einzeln herauszuheben (oder neu zu positionieren) verfängt man sich meist unentwirrbar in dem historisch gewachsenen Geflecht.

Dieses Problem scheint auch auch bei der Verortung des Profilbegriffs unvermeidlich. Insbesondere die systematische Ausarbeitung möglicher Anschlüsse oder Abgrenzungen zu anderen Grundbegriffen scheint ebenso unverzichtbar wie praktisch nicht zu leisten. So wäre das Profil im Idealfall zumindest zu vergleichen mit (oder auch abzugrenzen von) den Konzepten der Person und Persönlichkeit, des Charakter und der Identität, sowie der sozialen Rollenübergabe und Rollenübernahme.

Die zahlreichen Fragen zu den Beziehungen zwischen den hier anfallenden Begrifflichkeiten sind losgelöst von ihren spezifischen Diskursen und Disziplinen jedoch kaum sinnvoll behandelbar. Die Diskurse begründen und/oder beziehen sich aufeinander, grenzen sich voneinander ab, sind in ständiger Bewegung – und aufgrund der vielfachen Publikationen kaum im Einzelnen, geschweige denn als Ganzes zu erfassen. Eine grundbegriffliche Reflexion des Profilbegriffs bekommt es also mit zahlreichen Überlagerungen und Überschneidungen von Begriffsbestimmungen zu tun, was es unerlässlich macht, einige der wichtigsten Begriffe und Konzepte dieses Clusters im Sinnne von Arbeitsdefinitionen zumindest in Grundzügen zu umreißen und für den Zweck dieser Arbeit zu stabilisieren. Insofern soll auch Abstand von einem „hierarchischen Strukturversuch“ unternommen werden und stattdessen ein selektives hermeneutisches Begriffsnetz aufgespannt werden, das einen Beitrag zur Klärung des Profilbegriffs – und seiner möglichen Erweiterung – leisten kann.

1.3.1 Person

Eine erste Verknüpfung des Profilbegriffs scheint fast automatisch mit dem Begriff der „Person“ gegeben – als derjenigen Einheit, die ein Profil erzeugt und die ein Profil repräsentiert. Die vielen tradierten Definitionen dieses Grundbegriffs (von Ferdinand Tönnies Person als „Träger sozialer Rollen“ (Tönnies 2005) bis Niklas Luhmanns Person als „Adresse für Kommunikation“ (Luhmann 1984, 228ff) verweisen jedoch ihrerseits gleich wieder auf fundamentale andere Grundbegriffe (hier: „soziale Rolle“, „Adresse“ und „Kommunikation“). Und auch das philosophische Lexikon (Hügli/Lübcke 2001⁴, 484) legt die unmittelbare Vernetzung und „Verclusterung“ des Begriffs mit ähnlichen Konzepten nahe. So bezieht es sich gleich zu Beginn auf die lateinische Übersetzung von *persona* mit Maske, Charakter, Rolle.

In der moderneren Philosophie wird von den komplexen historischen Modellen um den Begriff wieder Abstand genommen und die Existenz einer Person bei der Verwendung für Bewusstseins- und Körperzustände angenommen, ohne sie darauf reduzieren zu müssen. In weiterer Folge wird aber auch schon darauf hingewiesen, dass mit dem Begriff der Person das Problem der persönlichen „Identität“ verbunden ist (s. u.).

Für die vorliegende Arbeit genügen diese ersten Hinweise auf das Konzept der Person als basalen Trägerbegriff für Rollen, Identitäten und als Adresse für Kommunikation. Person wird im Fokus dieser Arbeit letztlich als prägende und geprägte Substanz von modernen dynamischen „Profilen“ zu verstehen sein, und daher macht es Sinn, die weitere Rekonstruktion der tradierten Diskurse an diesem Punkt zu vernachlässigen.

1.3.2 Identität

Um den Begriff der Identität kommt man im Zusammenhang dieser Arbeit aus mehreren Gründen nicht herum: Um ein Profil in verschiedenen Kontexten – und somit auch im Web 2.0 – zu erstellen, braucht es nach allgemeinem Verständnis immer eine Person, die sich selbst in diesem Profil zur Darstellung bringt. Unabhängig ob diese Darstellung nun realistisch oder artifiziell erfolgt scheint es evident, dass eine Person ohne Identität (im Sinne einer spezifischen Mindest-Übereinstimmung oder eines „Gleichbleibens“ mit sich selbst) gar nicht gedacht werden kann.

Das, was ein Profil ausmacht, ist also im Allgemeinen ein charakteristischer Abdruck dessen, was eine individuelle Person ausmacht – oder (im Fall eines selbst generierten Profils) auch dessen, was diese Person von sich selbst zum Ausdruck bringen möchte. So betrachtet, kommt man an dem Begriff der Identität, als Inbegriff dessen, was es auszudrücken und dazustellen gilt, nicht vorbei.⁸

Der nächstliegende Versuch, nun den Begriff der Identität zur Präzisierung von der Vieldeutigkeit all seiner wissenschaftlichen und alltagssprachlichen Verwendung zu befreien erweist sich jedoch wiederum von Anfang an als aussichtsloses Unterfangen.⁹ Die vielstimmige wissenschaftliche Diskursgeschichte dreht sich bei ihren zahllosen Ansätzen der Definition zwar immer um das Phänomen der Individualität, baut dabei aber ebenso viele Kohärenzen wie Differenzen auf, die bis heute Ursache für grundbegriffliche Diskussionen sind. So werde ich mich darauf beschränken, einige, für den Profilbegriff interessante Parallelen und Anhaltspunkte anhand der entsprechenden relevanten Konzepte kurz zusammenzufassen.

An sich wird der Begriff der Identität sowohl für Individuen (Ich-Identität), als auch für Gruppen (Wir-Identität) verwendet.¹⁰ Dementsprechend finden sich Konzepte der Identität sowohl in den Bereichen der Psychologie und Philosophie, wie auch der Soziologie und Kommunikationswissenschaft, die sich dem Begriff aber immer von unterschiedlichen Blickwinkeln her nähern.

Als maßgeblich für diese Arbeit erscheinen vor allem Ansätze der postmodernen Sozialpsychologie, die in diesem Zusammenhang Abstand genommen hat die Identität programmatisch mit Begriffen wie Dauerhaftigkeit oder Einheit in Verbindung bringen. Stattdessen wird Identität in diesem Bereich als komplexe Struktur aus einer Vielzahl von Elementen und Faktoren verstanden, von denen in konkreten Situationen jeweils Teilmengen aktiviert werden. Die in diesem Kontext verwendeten Schlagworte sind beispielsweise gruppen-, rollen-, raum-, körper-, oder tätigkeitsbezogene Teil-Identitäten (z.B. Berufs-Identität, Familien-Identität, Geschlechts-Identität, sexuelle Identität, Fan-

⁸ Diesen Gedanken verfolgt auch Talcott Parsons bereits 1968 in „Der Stellenwert des Identitätsbegriffs in einer allgemeinen Handlungstheorie“, und liest die sozial-genetische Erweiterung des Identitätsbegriffs seitens der Sozialpsychologie als symptomatisch für auftretende Spannungen, die aus den Veränderungen der Struktur einer Gesellschaft entstehen. (Vgl. auch Abels 2006, 294ff)

⁹ Ein gut lesbares Überblickswerk findet sich bei Abels, der diesen Hinweis auf die Aussichtslosigkeit trotz der Umfassendheit seines eigenen Werkes selbst nicht zu unterlassen vermag (vgl. Abels, 254). Im Weiteren wird sich dieses Kapitel auch hauptsächlich auf diese Quelle beziehen: Abels, Heinz (2006). Identität. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

¹⁰ An den aktuell verfügbaren Buchtitel gemessen beschäftigt den aktuellen Diskurs sogar stärker die Frage nach kollektiven Identitäten, was sich in Begriffs-Variationen wie politische (auch: nationale), ethnische oder geschlechtliche Identität ausdrückt (vgl. Niethammer 2000, 21).

Identität, nationale Identität, religiöse Identität). Aus diesen Teilmengen wird dann eine in lebenslanger Entwicklung befindliche „Patchwork“-Identität kompiliert (vgl. Döring 2003a, 325f). Gerade wegen der damit gestiegenen Anforderungen an das jeweilige „Identitäts-Management“ kann die Konstruktion von aufwändigen Patchwork-Entwürfen aber auch (scheinbar) umgangen werden, indem einzelne Identitäts-Dimensionen (über)betont und für alleine bedeutsam erklärt werden.

Hier ist auch für den weiteren Verlauf der Arbeit vor allem die Differenz zwischen personaler (oder individueller) und sozialer Identität von Relevanz: Identifiziert sich eine Person über individuelle Besonderheiten wie körperliche Attribute oder spezifische Vorlieben und Fähigkeiten in Unterscheidung zu anderen Menschen, spricht man von personaler Identität. Identifiziert sie sich aber über Merkmale einer sozialen Gruppe oder sozialen Kategorie und die entsprechenden Ähnlichkeiten, spricht man von sozialer Identität (vgl. ebd., 330).

1.3.2.1 Virtuelle Identität

Auch in Bezug auf das Internet wurde bereits ein breiter Diskurs zum Thema unter dem Überbegriff der „virtuellen Identität“ geführt, der aufgrund seiner Aktualität für das vorliegende Thema besonders wichtig erscheint.

Der entsprechende Diskurs fand vor allem rund um das Jahr 2000 statt - eine Phase in der soziale Netzwerke, wie sie von dieser Arbeit fokussiert werden, allerdings noch nicht existierten. Basis des Diskurses waren also virtuelle Realitäten wie jene, die in Interaktionen via E-mail, Chat, Mailingliste, Newsgroup oder Webpages aufgebaut und gepflegt werden. In diesem Kontext erfolgten zunächst vor allem Ausarbeitungen, die in Richtung der kritischen Analyse von „virtueller Scheinidentitäten“ zielen (vgl. Döring 2003b, 65f), wie aber auch Beiträge zu einer affirmative Gegenbewegung, die davon ausgehen, dass über die Nutzung solcher Kommunikationskanäle biografisch wichtige und sinnvolle Identitätsarbeit geleistet wird (vgl. ebd., 65). In beiden Fällen ging es darum, wie sich Menschen (re)präsentieren, wenn sie befreit von der Kontrolle direkter Interaktion computervermittelt miteinander kommunizieren.

In weiterer Folge wird der Begriff der virtuellen Identität in Abgrenzung zum kurzlebigen Phänomen der Online-Selbstdarstellung (synonym zur virtuellen Selbstdarstellung) vorkommen:

„Mit virtueller Identität (synonym: Online-Identität) ist eine dienst- und anwendungsspezifische, mehrfach in konsistenter und für andere Menschen wieder erkennbarer Weise verwendete, subjektiv relevante Repräsentation einer Person im Netz gemeint.“ (Döring 2003a, 341)

Die Online-Selbstdarstellung impliziert hingegen weder Dauerhaftigkeit noch subjektive Relevanz: Bereits das einmalige Anmelden und Auftreten in einem Chat, der vielleicht nur ein paar Minuten dauert und danach unter dem eingegebenen Nicknamen nie wieder aufgesucht wird, fällt unter den Begriff der Online-Selbstdarstellung (vgl. ebd. 341).

Interessant an dieser Stelle ist auch, dass bei einer Definition von virtueller Identität die Richtigkeit der personellen Angaben keine Rolle spielt. Für die Psychologie genügt, dass die virtuelle Identität als eigene Teil-Identität erlebt wird, wodurch sie Selbstdarstellungsziele und saliente Identitäten beeinflussen kann.

Im Großen und Ganzen konvergieren die Definitionen der meisten Diskurse rund um die Identität inzwischen so weit, dass es Identität nie ohne ein dazugehöriges „Außen“ geben kann. Insofern spielen die Konzepte um den Begriff der Identität auch immer an einer Grenzlinie zwischen Person und Umwelt, die eine Person auf komplexe Weise beeinflusst und prägt. Wie und wodurch diese Prägungen stattfinden, in welchem Ausmaß sie prägend, oder auch wie „stabil“ sie sind, ist in den verschiedenen Konzepten jeweils unterschiedlich positioniert, gewichtet und begründet.¹¹

Im Fokus dieser Arbeit geht es um das Profil als Ideenstruktur, die in mancher Hinsicht Parallelen zu so einem symmetrischen oder ökologischen Konzept der Identität aufweist. Das Profil wird hier ebenfalls als Zwischenebene verstanden, verbildlicht als Idee einer „Membran“, in die von innen und von außen gleichermaßen Spuren eingezeichnet werden. Nachdem also Profil bisher nur in tradierte Form im weitesten Sinne einer „soziodemographischen Selbstdarstellung mit Foto“ eingesetzt wurde, geht es hier ganz wesentlich um die Wechselwirkung von Außen und Innen und um das grundsätzliche Erfassen des konstanten Zusammenspiels dieser Ebenen, womit (aufgrund der bisherigen

¹¹ Als vielleicht bekannteste Debatte zwischen den Ansätzen der inneren oder äußeren Gewichtung von identitätsbildenden Faktoren, kann an dieser Stelle die sogenannte „Nature-Nurture-Debatte“ genannt werden, in der sich vor allem Bio- und Sozialwissenschaften gegenüberstehen. Die Auseinandersetzung dreht sich hierbei analog um die persönlichkeitsprägende Rolle von Innen – meist in der Form von natürlichen bzw. genetischen Anlagen – und Außen – v.a. in Form von Erziehung und Sozialisation (vgl z.B. für einen Beitrag zur (Über-)Betonung der Natur: Pinker, 2003).

Dominanz des Innen) auch vielmehr die Soziologie und Kommunikationswissenschaft, denn die Psychologie gefragt ist.

Entsprechend komme ich nun zu theoretischen Konzepten, in denen Identität immer eine zentrale Rolle spielt, aber als resultierender Faktor dennoch nie direkt im Zentrum steht. Gerade diese aktuellen sozialwissenschaftlichen Konzepte liefern einige schlüssige Anhaltspunkte, um beispielsweise das stetig steigende Interesse gerade an sozialen Netzwerken im Internet besser zu verstehen (worauf ab Kapitel 2.4 näher eingegangen wird) – und warum sich bestimmte neue Formen von kommunikativer Praxis, auf die diese Arbeit hinauslaufen soll, sich eines derartig regen Zulaufs erfreuen. Abgesehen von diesem zeitdiagnostischen Potenzial bieten sie jedoch vor allem das Rüstzeug, um einem erweiterten (und modernen) Profilbegriff in Kapitel 3 der vorliegenden Arbeit auf die wissenschaftliche Bühne zu helfen.

1.3.3 Identität durch feine Unterschiede

Eine der aufsehenerregendsten Schriften, die sich in den letzten Jahrzehnten mit den für das Individuum prägenden Faktoren befasst hat, war Pierre Bourdieus umfassende Analyse und Phänomenologie der „feinen Unterschiede“ (Bourdieu, 2000¹²). Er erweiterte die Idee der Klassengesellschaft von Karl Marx auf der Basis des ökonomischen Kapitals um zwei weitere wesentliche Kapitalsorten, die bis heute als Begriffe nicht mehr wegzudenken sind: das kulturelle¹³ und das soziale¹⁴ Kapital.

Auch in diesem Entwurf spielen die ökonomische Lage sowie die finanzielle Stellung einer Person natürlich eine wesentliche Rolle, doch das wesentliche Unterscheidungsmerkmal zwischen den Individuen wird – durch diese drei Faktoren zusammengedacht – der Geschmack und der Lebensstil, die sich über den (statistisch erfassbaren) individuellen Platz im sozialen Raum und dem entsprechenden Habitus ausdrücken. Dadurch ergeben sich individuelle und strukturelle Konturen, die eine soziale Identität ausmachen – die aber natürlich nicht nur zusammenhalten, sondern auch gegen andere abgrenzen (vgl. auch Abels 2006, 207ff).

¹² Die französische Originalausgabe erschien erstmals 1979.

¹³ „Das kulturelle Kapital besteht in Wissen und Qualifikationen, aber auch in Handlungsformen und Einstellungen, die in der Familie und im Ausbildungssystem erworben wurden. Die „amtlich beglaubigte Form des kulturellen Kapitals“ nennt Bourdieu *Bildungskapital*.“ (Abels 2006, 209)

¹⁴ Unter sozialem Kapital lässt sich im weiteren Sinne die sozialen Beziehungen verstehen, über die eine Person verfügt – und die in einem Beziehungsnetz auch symbolische Bedeutung beinhalten (vgl. ebd., 209).

Alle diese Erfahrungen und Merkmale führen mit Bourdieu dazu, dass eine rein innerliche, individuelle Veränderung der Identität nur sehr schwer, und so gut wie nicht endgültig vollzogen werden kann: „Die feinen Unterschiede“ bleiben immer spürbar.

So unverzichtbar Bourdieus Analysen wie auch seine Begriffsprägungen zu diesem Thema sind, so naheliegend ist auch ein weiteres Konzept, dessen Fokus im Gegensatz dazu auf dem Risiko und der grundsätzlichen Instabilität aller Identitätsentwürfe in unserer Zeit liegt.

1.3.4 Identität und Risiko

Ulrich Beck prägte den Begriff der Risikogesellschaft (Beck, 1986). Durch den geschichtlichen Verlauf begründet, postuliert er, dass sich die Gesellschaft selbst zum Risiko geworden ist. Das Individuum verliert damit die ursprünglich gesellschaftlich bedingten, festen Orientierungspunkte und ist gefordert, permanent als Einzelnes und alleine für sich zu entscheiden, wie es leben will. Er demaskiert also die Idee der persönlichen Freiheit durch Wahlmöglichkeiten als umso risikoreiches Unterfangen, je weiter sich soziale Normen verflüssigen. Daher heißt mit Beck Individualisierung, die eigene Biographie kontinuierlich selbst herzustellen und zu inszenieren. Aus diesen Überlegungen leitet er einen Individualisierungsprozess von bislang unerkannter Reichweite und Dynamik ab und das vor allem „Jenseits von Klasse und Stand“, wie auch der Titel seines Aufsatzes lautete, in dem er diese Überlegungen darlegt (Beck, 1983).

Die Dimensionen der Individualisierung benennt er mit der „Herauslösung aus historisch vorgegebenen Sozialformen und -bindungen im Sinne traditioneller Herrschafts- und Versorgungszusammenhängen“ (Freisetzungsdimension¹⁵), dem „Verlust von traditionalen Sicherheiten im Hinblick auf Handlungswissen, Glauben und leitende Normen“ (Entzauberungsdimension¹⁶) und der dadurch bedingten „neuen Art der sozialen Einbindung“ (Kontroll- bzw. Reintegrationsdimension).

An diesem dritten Punkt wird deutlich, dass naives Vertrauen in Dimensionen von „richtig“ und „falsch“ aus sozialem Konsens heraus nicht mehr möglich ist, und dem Individuum selbst die Aufgabe beschert wurde, sich seine gemeinschaftlichen Bindungen

¹⁵ Im Wesentlichen lässt sich darunter als Folge einerseits eine Differenzierung in verschiedene Rollen verstehen, die ein Individuum heute neben- und nacheinander spielen können muss sowie die unter anderem daraus resultierende Veränderung sozialer Bindungen mit „Widerrufmöglichkeit“ (vgl. Abels 2006, 227ff).

¹⁶ Hier postuliert Beck eine besondere Rolle für Medien: Wenn ein Individuum wissen will, wer es ist, dann hat es sich selbst zu erfinden – oder an Moden und Konjunkturen zu halten (vgl. ebd. 231f).

selbst herzustellen. Unter dem Stichwort der „Reflexiven Modernisierung“ wird an dem Punkt das Individuum – wenn es darauf besteht, eines zu sein – selbst riskant. Fragen tauchen auf wie: Was ändert sich *auch*, obwohl etwas ganz anderes geplant war? Widersprüche werden die Regel und alles, auch das Individuum (und erst recht seine Identität), wird zu einem „unvollendeten Projekt“ (vgl. auch Abels 2006, 234ff). Hier wird ersichtlich, wie sehr das Selbstverständnis von Individuen in der Dynamik ihrer soziokulturellen Umfelder verankert ist und wie wenig dessen Stabilisierung aus dem reinen Willen oder der Planung eines autonomen Innen gelingen kann.

Weiterführend geht es um das wichtigste Konzept, wie eine Person mit diesen vielen und sich ständig verändernden Außenfaktoren umgehen und sich im Sinne eines symmetrischen Wechselspiels (von innen nach außen) an diese anpassen kann bzw. diese in ihr eigenes (Selbst)Verständnis (von außen nach innen) integrieren kann – das Konzept der sozialen Rolle.

1.3.5 Soziale Rolle

Der aus dem Theater entlehnte Begriff der sozialen Rolle hat in der Soziologie bereits eine längere Tradition. Schon Karl Marx sprach im kritischen Sinn von den „Charaktermasken“ nicht mit sich selbst identisch seiender („entfremdeter“) Individuen. Wirklich etabliert hat sich dieses Konzept aber erst mit dem Sozialpsychologen George Herbert Mead, aus dessen Nachlass (und durch seinen Schüler Herbert Blumer) sich die Kommunikationstheorie des „Symbolischen Interaktionismus“ einen Namen gemacht hat (Mead 1973). Thematisch grenzte sich Mead von der Schule des Behaviorismus ebenso ab, wie von der Psychoanalyse Freuds, indem er dem Individuum mehr Entscheidungsfreiheit zuschrieb, als einerseits im Behaviorismus biologisch, andererseits in der Psychoanalyse durch unbewusste seelische Vorgänge postuliert ist. In jedem Fall bezog er sich immer auf die Ebene beobachtbarer Handlungen, die er seinen Analysen zugrunde legte (vgl. auch Abels 2004, 15ff).

Zusammengefasst geht dieser Ansatz davon aus, dass Persönlichkeit, Identität und soziales Handeln durch Symbole geprägt ist, die im Prozess der Sozialisation erworben, und in weiteren Prozessen der Interaktion von Handelnden wechselseitig bestätigt oder verändert werden. Der Mensch erschließt sich seine Welt über symbolische Bedeutung, während das Tier auf seine Umwelt nur instinkтив reagiert. Er unterscheidet dabei zwischen Zeichen,

Gesten und Symbolen. Während Zeichen Sinnesreize und instinktive Reaktionen auslösen (wie das Zusammenzucken bei Donner), erklärt er Gesten mit dem Kampf zwischen zwei Hunden, wo jede Handlung auf beiden Seiten als Reiz die Reaktion des Anderen beeinflusst. Die Reaktionen sind also nicht willkürlich. Der Mensch aber ist an dieser Stelle in der Lage, seine Reaktionen durch Denken zu verzögern – und damit zu interpretieren. Dadurch können Gesten spezifischen Sinn erhalten und werden zu Symbolen. Die Sprache ist also als symbolisches Kommunikationsmedium die entscheidende evolutionäre Leistung des Menschen. Das Ausbilden und Verwenden signifikanter Symbole wiederum befähigt den Menschen zur „Rollenübernahme“, was im Wesentlichen bedeutet, sich in ein Gegenüber hineindenken zu können. In diesem interaktiven Feld zwischen Individuen und ihren sozialen Umwelten bildet sich im dynamischen Wechselspiel der Rollen auch Selbstbewusstsein und damit Identität aus (vgl. ebd. 17ff).

1.3.6 Der totale Rollenverdacht

Der Titel der deutsche Ausgabe von Erving Goffmans 1959 erschienenem Buch („The Presentation of Self in Everyday Life“, im Deutschen mit: „Wir alle spielen Theater“ übersetzt) wurde längst zum geflügelten Wort (Goffmann 2009⁷). Seine zwei Grundinteressen machen seine Überlegungen auch für die Idee zu dieser Arbeit sehr hilfreich.

Einerseits ging es Goffman um Interaktion, auch im Sinne von George Herbert Meads Idee der dynamischen Rollenübergabe und Rollenübernahme, andererseits beschäftigte ihn der Begriff der Identität, und zwar besonders aus dem Blickwinkel der Präsentation. Diese Frage nach der Präsentation ist bei ihm auch besonders ausgeprägt, weil er stets besonders auf die Gefahren der Interaktion, denen das Selbst ausgesetzt ist, fokussiert (vgl. Abels 2006, 319ff).

Dabei lassen zwei wesentliche Annahmen Goffmans Analysen auf den ersten Blick für das vorliegende Thema ungeeignet wirken. Zum einen definiert er Interaktion als nur unter physisch Anwesenden möglich, zum anderen verlegt er sich auf den „totalen Rollenverdacht“. Damit fokussiert er auf soziale Orte als etwas (nur realräumlich) Gegebenes, und damit vor allem auf die Zwänge, und nicht auf die Chancen, die seine pointierten Erkenntnisse auch bedeuten könnten (vgl. Goffman 2009, Vorwort von Ralph

Dahrendorf, S. VIII). Der passende Hinweis, wieso seine Annahmen dennoch nicht vorschnell verworfen werden sollten, findet sich an der gleichen Stelle:

„Wie, wenn die »Verräter« und »Denunzianten« sich häufen? Wie, wenn mehr und mehr Darsteller verraten, was sich hinter der Bühne abspielt? Wie, wenn das Publikum mitzuspielen beginnt? Das alles mag nicht zu einem Ausbruch aus der Gesellschaft führen; es kann sie aber verändern, und zwar auch in den Strukturen, die »normalerweise« als der Veränderung entzogen hingenommen werden.“

Aber zurück zu Goffmans zentralen Begriffen. Die Maske, die bei ihm eine zentrale Bedeutung innehat, darf nicht als der Fremdkörper verstanden werden, als den man sie üblicherweise verstünde. Bereits das Einführungszitat (Goffman 2009⁷, 1) liefert auch hier wieder einen wesentlichen Hinweis:

„Masken sind bewahrter Ausdruck und bewundernswerte Echos des Fühlens, zugleich wahrheitsgetreu, zurückhaltend und übersteigert. Lebende Wesen, die der Luft ausgesetzt sind, brauchen eine Schutzhaut, und niemand wirft der Haut vor, daß sie nicht das Herz ist; dennoch scheinen es manche Philosophen den Bildern zu verübeln, daß sie nicht die Dinge selbst sind, und den Worten, daß sie nicht die Gefühle sind. Worte und Bilder gleichen Schalen: Sie sind nicht weniger Bestandteile der Natur als die Substanzen, die sie umhüllen, aber sie wenden sich stärker an das Auge und liegen offener zutage. (...)“ (George Santayana, zit. nach Goffman 2009⁷)

Tatsächlich wählen wir, wenn auch oftmals nicht bewusst, jene Masken, die uns so präsentieren, wie wir selbst sein wollen. Daher ist auch die Frage um die Präsentation so wichtig. Besonders interessiert ist Goffman dabei gerade an den Brüchen in der Präsentation, also an der Botschaft, die die Darsteller bewusst vermitteln wollen, aber vor allem auch an jenen, die sie unbewusst vermitteln. In diesen Brüchen findet sich eine Spur, was „hinter der Maske“ und vor und nach der Aufführung passiert (vgl. Abels 2006, 324).

Seine Begriffe, um die soziale Bühne zu analysieren, sind ganz wesentlich die Interaktion („interaction“), die Darstellung („performance“) und die Rolle („part“ or „routine“). Dabei geht es ihm immer um Fragen des „Wie“.

Interaktion (unter Anwesenden) ist der Rahmen, in dem eine Darstellung erfolgt, die Rolle die jeweils auf eine Situation anzuwendende Handlungsmöglichkeit, sich zu verhalten.

Seine wohlwollenden Blicke hinter die Kulissen und seine Idee des dramaturgischen Handelns machen seinen Ansatz hier besonders spannend. Anders als Mead (und auch Habermas in seiner Theorie des kommunikativen Handelns [Habermas 1981]), geht er nicht von Konsensorientiertheit zwischen Akteuren aus, sondern eben immer auch von

sozialen Zumutungen und der ständigen Gefährdung des Selbst in der Moderne (vgl. Abels 2004, 157ff).

Jede Interaktion findet mittels verschiedener Formen von Kommunikation statt – und (vor allem im Kontext der „Mediengesellschaft“ von nach wie vor steigender Relevanz) auf der Basis verschiedener Medien und medialer Plattformen. Ob allgemein von Personen und ihren Identitäten gesprochen wird, mit Bourdieu von der Bedeutung feiner Unterschiede, mit Mead von Zeichen, Gesten und signifikanten Symbolen, mit Goffman von der Sichtbarkeit auf Vorder- und Hinterbühnen oder mit Habermas von der Idee des kommunikativen Handelns – bei einer Arbeit, die sich den medial vermittelten Varianten dieser kommunikativen Grundfiguren in sozialen Netzwerken widmet, muss der medialen Infrastruktur ein Mindestmaß an Aufmerksamkeit zugeschlagen werden.

2 Eingrenzung und Bestimmung des Anwendungsfeldes

2.1 Eine kurze Geschichte der Netzevolution (Vom Web 1.0 zum Web 2.0)

Aufgrund des auch im akademischen Umfeld weitverbreiteten Mythos „das Internet“ wäre ursprünglich eine rein militärische Entwicklung, macht es Sinn, bereits an diesem Punkt eine kurze Bestandsaufnahme zu beginnen. Tatsächlich wurden zwar die ersten Röhrenrechner vom US-Militär bedient, die Weiterentwicklung der Rechner aber wurde bald schon von der ARPA-Forschungsabteilung¹⁷ unter Joseph C. R. Licklider mit einer ganz anderen Idee an universitäre Forschungseinrichtungen abgegeben: Licklider erkannte bereits früh die vielseitigen Möglichkeiten, die der Computer als Kommunikationsmedium zwischen Menschen eröffnen könnte (vgl. Grassmuck 2004, 180ff und Hartmann 2008, 69ff).

So wundert es auch nicht, dass sich die ersten vier Rechner, die 1969 über Telefonleitungen international verbunden wurden, an vier Universitäten befanden. Die folgenden Jahre sind vor allem insofern interessant, weil erstmalig in der Geschichte einer neuen Mediengeneration der Forschungsgegenstand zugleich auch Kommunikations- und Publikationsmedium war (vgl. Grassmuck 2004, 179).

„Es ist gleichzeitig Infrastruktur und Entwicklungsumgebung, die von innen heraus ausgebaut wird. Innovationen werden von den Entwickler-Anwendern in der Betaversion, d.h. ohne Garantie und auf eigene Gefahr, in die Runde geworfen, von den Kollegen getestet und weiterentwickelt. Darüber hinaus stellt sie den anderen, zunehmend computerisierten Wissenschaften die gleiche Infrastruktur zur Verfügung. (...) Da das Netz, anders als die meisten Laborgeräte, keinen eng definierten Anwendungsbereich hat, sondern eben Medium ist, kommen hier auch studentische private und Freizeitkulturen auf – eine brisante Mischung aus Hightech und Hobbyismus, Science und Science Fiction, Hackern und Hippies.“ (Grassmuck 2004, 179f).

Zu dieser Entwicklung führten einerseits die immensen Kosten, die diese Anlagen verursachten, was nach möglichst effizienten Nutzungsmöglichkeiten verlangte, andererseits aber auch die durch Licklider bereits bestehende – und in Forschungstexten dargelegte – Vi-

¹⁷ Advanced Research Projects Agency des US-Verteidigungsministeriums. Die ARPA-Behörde war politisch, nicht aber militärisch weisungsgebunden (vgl. Hartmann 2008, 83).

sion, die von Anbeginn nicht nur in die Richtung des inzwischen längst verwirklichten Traum vom „World Wide Web“ strebte, sondern schon viel mehr danach, was heute „Social Media“ genannt wird (vgl. Hartmann 2008, 69f).

Dennoch hatte der Stand der Technik zu diesem Zeitpunkt mit „dem Internet“, das die „www-Generation“ heute kennt, natürlich noch wenig gemein. Mit 1986 wurde zwar bereits das erste Freenet in Betrieb genommen, um auch außerhalb der Universitäten auf die neue Infrastruktur zugreifen zu können, doch gab es zu dem Zeitpunkt einerseits deutliche Kompatibilitätsprobleme, andererseits war die Datenmenge bereits unüberschaubar und auch handhabbare Navigations- und Suchwerkzeuge Mangelware.

So waren erst noch einige Zwischenschritte notwendig, wie beispielsweise die von Tim Berners-Lee im CERN 1989 angestellten Überlegungen zu einem verteilten Hypertext-Netz, aus dem das World-WideWeb (WWW) geworden ist (vgl. Grassmuck 2004, 192). Zu lösende Probleme waren (und sind teilweise nach wie vor) diverse Verschlüsselungsmöglichkeiten, wie auch für Laien bedienbare Zugriffsmöglichkeiten.

Viele der parallelen und weiteren Entwicklungen lassen sich einigen Querdenkern und dem Zufall zuordnen, wie beispielsweise die Entwicklung des ersten „Personal PC“ von IBM¹⁸, der mit einem Prozessor von Intel und dem Betriebssystem DOS von Microsoft ausgerüstet war. 1983 führte Microsoft erstmals seinen *Interface Manager* öffentlich vor¹⁹, der aber erst zwei Jahre später unter dem Namen Windows 1.0 auch tatsächlich ausgeliefert wurde. (Vgl. Grassmuck 2004, 205ff)

Als Paradigmenwechsel kann somit erst die Zeit ab 1990 gesehen werden: Das „ARPA-Net“ wurde offiziell abgeschaltet, es wurden gezielte Anstrengungen unternommen, kommerzielle und nicht kommerzielle Informationsdiensteanbieter ins Netz zu holen, mit 1991 trat das WWW seinen Siegeszug an und das bis dahin bestehende Werbeverbot in der öffentlichen Netzinfrastruktur wurde aufgehoben (vgl. Grassmuck 2004, 195ff).

An dieser Stelle lässt sich guten Gewissens ein Zeitsprung machen. Die Anfangsidee nimmt ihren Lauf, und jede weitere Entwicklung lässt sich auch als Annäherung an diesen symbiotischen Gedanken einer immer feiner abgestimmten Mensch-Technik-Beziehung lesen. Natürlich wurde die rasante Verbreitung erst durch marktwirtschaftliche Interessen

¹⁸ Erst nach einigen Überzeugungsversuchen und Provokationen (Mitarbeiter warfen IBM vor, nicht in der Lage zu sein, einen so kleinen Computer zu bauen) gab die Firmenleitung ihre Skepsis auf und der Entwicklergruppe um Don Estridge in Boca Raton den Auftrag, einen Personal Computer zu entwickeln (Grassmuck 2004, 204).

¹⁹ Hauptkonkurrent hier war der Mac von Apple, der diese neue Art der Computerbedienung am Markt eingeführt hatte (Grassmuck 2004, 206).

möglich, und sind sie in der Betrachtung bis heute relevant, doch greifen an dieser Stelle harte ökonomische Interessen und die von Anbeginn dieses Paradigmenwechsels nach 1990 auch von Tim Berners-Lee²⁰ formulierten Basisideen einer idealen Kommunikations-Struktur lange Zeit und über weite Strecken wunderbar ineinander. Es bedarf einer Leistbarkeit ebenso, wie einer Handhabbarkeit, um den Siegeszug einer digitalen Realität möglich zu machen.

In den ersten zehn Jahren dieses kommerziellen Siegeszuges des Internet, waren die Inhalte aber bis auf wenige Ausnahmen einseitig generiert, meist in Form von konsumierbaren kommerziellen Informationen und Werbung. Oder in der Formulierung von Hartmann (2008, 89):

„Das Internet ist eine hochgradig regulierte Infrastruktur und stellt ein historisch gewachsenes, technisches und organisatorisch komplexes System dar, in dem wissenschaftlich, wirtschaftlich und politisch relevante Interessen festgeschrieben sind.“

Nur wenige Anbieter räumten in dieser frühen Zeit des World Wide Web ihren Nutzern oder Konsumenten von Anbeginn eine aktiver Rolle ein, wie beispielsweise der globale Onlinehändler Amazon (Gründung 1994), die Auktionsplattform eBay (Gründung 1995), (vgl. Meckel 2008, 14), aber auch Online-Dating-Services wie das größte amerikanische Portal match.com (Gründung 1995), die wohl auch als erste Ansätze der etwas später aufkommenden Netzwerkplattformen interpretiert werden können.²¹

Dennoch und gerade deshalb sprechen die weiteren Entwicklungen bis hin zum heute bereits nahezu überholten Schlagwort des „Web 2.0“ eine deutlich vermittlungsorientierte und kooperative Sprache. So wurde parallel zu den kommerziellen Einrichtungen im Netz immer auch an anderen Konzepten und Zielen gearbeitet, wie zum Beispiel an einer der inzwischen geläufigsten Online-Enzyklopädien, der Wikipedia (Gründung 2001), die auf die kooperative Intelligenz von Gruppen setzt und sich bis heute werbefrei hält.

Geprägt wurde der Begriff des Web 2.0 erst im Jahr 2004 auf einer gleichnamigen Konferenz von Softwareentwickler Tim O'Reilly – und auch wenn Tim Berner Lee immer wieder als Gegenmeinung betonte, dass die bezeichnete Form der Vernetzung bereits von

²⁰ Zu seinem Unwillen in der Entwicklung des Schlagwortes „Web 2.0“ einen Paradigmenwechsel zu sehen, vlg. Hamann (2008, 214).

²¹ Über die enorme Marktkompatibilität von Sehnsüchten, speziell der Sehnsucht nach Liebe, finden sich auch in Bezug auf das Internet einige interessante Publikationen, wie beispielsweise die Analysen der israelischen Soziologin Eva Illouz in ihrer Studie „Der Konsum der Romantik“ (2003) ebenso, wie in ihrer Publikation „Gefühle in Zeiten des Kapitalismus“ (2006). Aber auch die Debatte um „Die Ökonomie der Aufmerksamkeit“, nach Georg Franck (1998) als das wichtigste Gut unserer Zeit, schlägt in eine ähnliche Kerbe.

Anfang an das Ziel des Internet war und diese Unterteilung und nachträgliche Benennung eines Web 1.0 aus diesem Grund untreffend wären, lässt sich doch festhalten, dass die technischen Möglichkeiten auch einen tatsächlich weitreichenden Wandel an partizipatorischen Möglichkeiten gebracht haben (vgl. Hamann 2008, 214f).

Während also E-Mails, Chats, Homepages, Newsgroups, Newsletter und Meinungsportale noch als Phänomene das Ende der neunziger Jahre bestimmten, lässt sich das Web 2.0 mit Sicherheit als etwas beschreiben, das inzwischen faktisch bewirkt hat, dass große Mehrheiten heute anders kommunizieren, als noch vor fünf Jahren (vgl. Hamann 2008, 214).

Bei aller Unklarheit über die zu verwendenden Begriffe, steht mit Sicherheit fest, dass mit dem Web 2.0 vor allem die Rolle des Rezipienten eine wesentliche Wandlung erfährt. Das „Mitmachnetz“ erfüllt in gewisser Weise Bertolt Brechts Anfang des 20. Jahrhunderts geprägte Idee, die als „Radiotheorie“ bekannt wurde: „Der Hörer wird zum Mitspieler“. Und nicht nur das – „der Hörer“ wird selbst zum „Inhaltegenerator“ – und damit zum Sender. Das viel besprochene Web 2.0 bezeichnet also vor allem eine soziale Wandlung im Netz, die unter anderem über den Barrierenabbau durch die laufenden technischen Innovationen möglich wird (vgl. Hamann 2008, 214).

Eine der wenigen übersichtlichen Graphiken zu dieser Entwicklung mit Fokus auf Web 2.0 aus der deutschen Studie „Der Web 2.0 Report“ (2007, 12), soll an dieser Stelle einen zeitlich und begrifflichen Überblick und Orientierung geben:

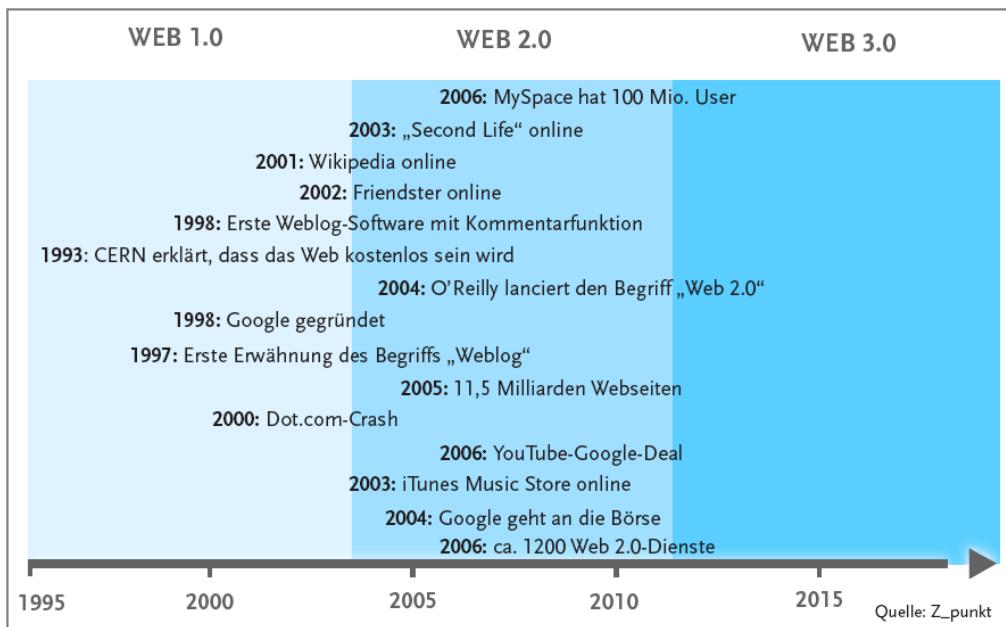


Abbildung 2: Stationen der Netzevolution, 1993 bis 2006.

Die für diese Arbeit zentralen Anwendungen der „Sozialen Netzwerke“ fehlen zwar noch in diesem Überblick, werden in weiterer Folge aber noch verortet. (Siehe Kapitel 2.4 Soziale Netzwerke).

Die Begriffe Web 1.0 und Web 2.0 kommen aus kommerziellen Umfeldern, wie sich auch deutlich an den vorhandenen Studien zeigt. Mit Schmidt (2009, 453f) lässt sich daher feststellen, dass zumindest aus kommunikationssoziologischer Sicht mit Fokus auf Nutzungspraktiken und gesellschaftliche Konsequenzen ein Versuch einer trennscharfen Abgrenzung dieser beiden Begriffe wenig Sinn macht. Weniger irreführend scheint hierfür der Begriff „Social Web“, der also auch im Kontext dieser Arbeit in weiterer Folge vorzuziehen sein wird.

2.2 Zentrale Voraussetzungen für das Social Web

Wesentlich für eine derartige Verbreitung an Möglichkeiten war also einerseits natürlich die rasant zunehmende Leistbarkeit der Infrastruktur, wie es Geräte und (Breitband-) Internetanschlüsse darstellen – im Besonderen aber auch die Handhabbarkeit für weniger technikaffine User:

Während also bis zu der Entwicklung von optischen Schnittstellen das Bedienen der Geräte nur Spezialisten und Tüftlern vorbehalten war, kommt mit der Bildung einer graphischen Schnittstelle eine neue Möglichkeit auf, mit deren Hilfe auch Laien mit den neuen Technologien umgehen können. Der zentrale Begriff dazu ist der des *Interface*. In diesem Sinn ist das Interface auch ständiger Begleiter einer Entwicklung, die bis hin zu der einfach Handhabbarkeit von „drag and drop“ Oberflächen im heutigen Social Web führt.

Nichts desto trotz handelt es sich aber, wie auch oftmals nachzulesen ist, beim Social Web über weite Strecken eben um ein soziales Phänomen, worauf auch mit dem zweiten üblichen Schlüsselbegriff, der *Interaktivität* noch eingegangen wird.

2.2.1 Interface

„Ein Interface ist je nach technischer Anwendung ein Kabel, ein Stecker oder ein ganzes Zusatzgerät, eine Anwendungsschnittstelle oder eine Oberflächen-gestaltung. Damit entsteht eine neue medienkulturelle Situation, für die Technik (Funktion) und Kultur (Gebrauch) auf ein und derselben Ebene stehen. Interfaces erlauben Interaktivität mit komplexer Technologie auch für Nicht-

Experten, sie erschließen die Macht des Computers als symbolisches System.“ (Hartmann 2008, 72)

Für unsere derzeitige Interface-Kultur steht die Desktop-Metapher, die die Informationen und Inhalte am Beispiel amerikanischer Bürostrukturen am Bildschirm und über Benutzeroberflächen in ihren Funktionen visualisiert. Wesentlich daran ist festzuhalten, dass es nicht die Maschinen mit ihrer binären oder hexadezimalen Code-Strukturen sind, die solche „Zwischengesichter“ für ihre Informationsverarbeitung brauchen, sondern vor allem die allermeisten der Benutzer, für die die „Sprache“ der Maschinen sonst nur wenig Sinn ergibt. Damit geht natürlich einher, dass man als Benutzer versucht ist zu vergessen, dass dahinter die Logik des submedialen Raums voll technischer Operationen steht (vgl. Hartmann 2008, 75f). Eine neue symbolische Ebene zur Spurensuche ist geboren – und wird laufend weiterentwickelt. Die Verbreitung dieser Zugriffsmöglichkeiten verändert die Art des Umgangs.

Mit Hartmann (vgl. 2008, 73) erlauben die neuen Technologien dem kulturellen Gedächtnis von einem System der Speicher auf ein System permanenter Übertragung umzuschalten. Doch das ist längst nicht alles, denn die Flüchtigkeit des Internets ist auch als Mythos enttarnt. Das Internet kann also vor allem auch beides gleichzeitig sein, ein System der permanenten Übertragung *und* der Speicherung, denn faktisch bleibt alles, was je online publiziert wurde, auch gespeichert und somit „erhalten“, was sich in weiterer Folge auch als wesentlicher Aspekt eines „dynamisierten Profil-Begriffs“ darstellen wird.

Ein Interface ist also in jedem Fall ein Teil eines Systems, der der Kommunikation dient – und damit eine wesentliche Voraussetzung für den partizipatorischen Wandel, der gerne mit dem Begriff des Social Web verbunden wird.

2.2.1.1 Exkurs: Bildsprache

Menschen haben sich immer schon an Zeichen orientiert. Seien es die berühmten „Bauernregeln“, die sich aus der Notwendigkeit der Beobachtung über das Wetter zusammengesetzt haben, oder der moderne Symbolenschungel, dessen Verständnis inzwischen eine ebensogroße Notwendigkeit darstellt, um das Leben zu meistern. Immer handelte es sich beim Einsatz von (heute meist: visuellen) Zeichen um Navigationshilfen, die Informationen weitergeben und Entscheidungen erleichtern sollten.

Ausgehend von Otto Neuraths persönlichem Einsatz für die Entwicklung einer allgemeingültigen Zeichensprache („Isotype“), eroberte sich die Symbol- und Bilderwelt ihren Platz

in der Wissenschaft. Die internationalen Verkehrszeichen sind nur ein hochrelevantes Beispiel dafür.²²

Für das Forschungsfeld Informationsdesign wurden diese Ideen auf die Darstellung und Zugänglichkeit von Wissen übertragen. Spätestens seit der Digitalisierung und dem Aufkommen der „neuen Medien“, hat dieser Forschungsbereich eine zentrale Rolle eingenommen (vgl. Reissig 2008, 79).

„Ab dem Moment, wo unser Leben von „Undingen“ wie Vilém Flusser sie bezeichnet (vgl. Hartmann 2008, S. 22), bestimmt wird, gewinnt auch deren Gestaltung immer mehr an Bedeutung.“ (ebd. 79)

Im Zusammenhang mit den neuen Medien und der Gestaltung von Interfaces, hat sich diese Frage unter dem Schlagwort der „Usability“ (Zu Deutsch: Benutzerfreundlichkeit“) etabliert, mit „Icons“ als Navigationshilfe zwischen Mensch und Maschine.

Eine Parallele findet sich auch auf der Nutzerseite, wo sich ebenfalls in Form von Emoticons Formen der „symbolhaften Navigationshilfe“ mit dem Phänomen der computervermittelten Kommunikation etabliert haben (vgl. Kapitel 2.4.3 Soziologische Beschreibung sozialer Netzwerke).

2.2.2 Interaktivität

Eine der zentralsten Änderungen rund um das Social Web wird am besten über den Begriff der Interaktivität erfasst, der vor allem die spezifische Differenz und den Mehrwert gegenüber den „klassischen Medien“ als Schlüsselbegriff der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien markiert (vgl. Bieber 2004, 7).

Dieser Begriff ist allerdings ähnlich schillernd, wie der Begriff der Medien selbst. Es macht also Sinn, zwischen der Bedeutung des Begriffs der Interaktion der großen Soziologen, und der erweiterten Bedeutung von Interaktivität im kommunikationstechnologischen Kontext genau zu trennen.

Biber und Leggewie (2004, 7ff) plädieren daher ebenfalls für eine präzise Differenzierung in „soziale Interaktion“ und „technische Kommunikation“ (wobei sie letztere sinngemäß

²² Einen guten Überblick zu diesem Thema in Entwicklung bis heute, bietet die Diplomarbeit von Roman Reissig (2008).

mit dem Begriff der „Interaktivität unter Abwesenden“ parallel führen). Den gewichtigen Unterschied macht dabei die Technik aus.

In den soziologischen Konzepten wird davon ausgegangen, dass Interaktion nur zwischen anwesenden Personen stattfinden kann. Diese Definition von Luhmann wird von dem Kommunikationswissenschaftler Otfried Jarren (1998) in Abgrenzung zu technischen Systemen ergänzt:

„Soziale Wesen interagieren, Maschinen tun dies nicht. Interaktion gehört zu den Kernbegriffen unserer sozialen Welt und damit zum menschlichen Verhalten. (...) Interaktionen sind nicht technisch induziert, sondern sozial motiviert; Interaktion zielt auf Sinnerfüllung.“ (ebd. 18)

Um allerdings die veränderte Situation im Social Web erfassen zu können, kommt eine Be trachtung dessen was online zwischen Menschen passiert, ohne den Begriff der Interaktion kaum aus.

Während also traditionelle erweiterte Einteilungen von Interaktionstypen meist folgendermaßen aussehen (vgl. Heesens 2008, 129):

- 1) *Interaktion zum Zweck personaler Kommunikation*²³
- 2) *Interaktion zum Zweck der Bedienung von Maschinen als Speichermedien (Träger von Inhalten)*²⁴
- 3) *Mensch-Maschine-Interaktion/ Mensch-Computer-Interaktion*²⁵
- 4) *Maschine-Maschine-Interaktion*²⁶

fehlt auch in diesem Konzept ein heutzutage ganz wesentlicher Punkt, nämlich der Interaktionsverlauf:

- 5) *Mensch – Maschine – Mensch-Interaktion (zum Zweck personaler Kommunikation)*

Die Netzkommunikation sprengt tatsächlich die Hierarchie zwischen Sendern und Empfängern auf (vgl. Biber/Leggewie 2004, 8f). Auch mit Biber (2004, 121) lässt sich festhalten, dass im Kontext computervermittelter Kommunikationsräume das Entstehen von Interaktionsmustern nachgewiesen werden kann.

²³ Wechselseitige Kommunikation zwischen Personen, die sowohl direkt, wie auch medienvermittelt (Medien der Individualkommunikation wie Brief, Telefon, Chats) stattfinden kann. Sie geht in der Regel auf eine soziale Motivation zurück (ist also nicht technisch induziert). (Vgl. Jarren 1998)

²⁴ Bestimmung von Programmelementen, Programminhalten oder dem Zeitpunkt zu dem der Dienst abgerufen wird. Die Momente Wechselseitigkeit und Personenbezug sind nur sehr schwach vorhanden, da die anonyme und einseitige Nutzung nach einem Sender-Empfänger-Modell das Kennzeichen der apparativen Massenmedien ist.

²⁵ Interaktion wird hier als Interaktion mit – und nicht mittels Medien verstanden.

²⁶ Beschreibt die Interaktivität von technischen, häufig selbst lernenden Systemen untereinander.

Dass eine interaktive Kommunikationssituation zwischen *zwei* Menschen über Technikvermittlung zustande kommen kann, wurde auch von den soziologischen Konzepten nicht in Frage gestellt, fällt aber in vielen Definitionen nicht unter die genuine Bedeutung von „sozialer Interaktion“. Die Besonderheiten, die in Form von Netzwerk-Plattformen inzwischen aber realisiert sind, sind zweifellos in einem deutlich erweiterten und ständig wachsenden Feld der Interaktion als „Kommunikation unter Anwesend-Abwesenden“ zu verorten:

Vernetzte Computer ermöglichen mit ihren Anwendungen sowohl synchrone, wie auch diachrome Verständigung unter Abwesenden. Darüber hinaus ermöglichen sie im Vergleich zur reinen „one-to-one“ Kommunikation auch den Austausch großer Gruppen und ausgedehter Netzwerke in Form von „one-to-many“ und „many-to-many“ Situationen. Im Unterschied zu herkömmlichen Massenmedien animieren sie diese Formen des Austausches auch aktiv (vgl. Leggewie 2004, 9). Wer also der Interaktivität vorschnell mit „Interpassivität“ (Pfaller 2000) kontert, übersieht die Phänomene der tatsächlich stattfindenden Gemeinschaftsbildung, die manchmal auch durchaus nur sehr flüchtig sein können, wie Leggewie besonders treffend am Beispiel von *flash mobs* aufzeigt:

„Solche spontan aus dem Netz rekrutierten Versammlungen interessieren nicht nur im Hinblick auf Anschluss-Kommunikationen unter ephemeren Gesinnungsgenossen, auch nicht allein wegen der gewöhnlich hohen »Interaktionshaltigkeit« von Netz-Agenden (...). Relevant sind sie vielmehr vor allem als Ausdrucksform individualisierter Massenkommunikation, die offenbar im Trend des langfristigen Wandels von Werten und Mentalitäten, Weltbildern und Kooperationsformen liegt und eine eigene Ordnung kommunikativen Handelns beginnt.“ (Leggewie 2004, 10)

Damit ist ein Handlungsfeld zwischen Massen- und Individualkommunikation entstanden, das sich, mit George Mead gesprochen, an eine Variation des „generalisierten Anderen“ adressiert, womit der Unterschied zwischen sozialer Interaktion und Interaktivität unter Abwesenden zwar nicht aufgehoben ist, die Grenze aber immer durchlässiger wird. Damit begründet Leggewie (ebd., 10f) auch, dass man solchen Emergenzen von Solidarität beispielsweise mit herkömmlichen Begriffen wie Nähe, Identität und Gemeinschaft nicht beikommt, sich derartige Vorgänge aber mit Sicherheit durchaus als soziales Handeln einordnen lassen.

Solche und andere Phänomene sind Realitäten, besonders im – für das Social Web zentralen – Bereich der sozialen Netzwerke, und machen wohl auch einen wesentlichen Teil des Reizes aus, daran Teil zu haben, wie sich auch im Weiteren zeigen wird.

2.3 Zentrale Begriffe des Social Web

Die Begriffslandschaft zum jungen Forschungsfeld des Social Web ist einer breiten Differenzierung unterworfen. Einheitliche Definitionen bestehen bisher nicht, weshalb man bei keiner Arbeit in diesem Bereich darum herumkommt, sich selbst für eine Version der Interpretation zu entscheiden.

2.3.1 Soziale Software

Zwar ist, ähnlich wie schon der Begriff Web 2.0 auch der Begriff der Sozialen Software²⁷ nicht genau definiert (vgl. Alby, 89), dennoch lässt sich aber festhalten, dass damit die technische Seite, also Software-Systeme bezeichnet werden, die die Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen Akteuren unterstützen. Die am weitest verbreiteten dieser Anwendungen sind Wikis, Weblogs, Freundschafts-, Kontakt-, Business-Netzwerke, gemeinsame Fotosammlungen, Group Radio, Instant Messaging, aber auch ältere Formen der Online-Kooperation.²⁸ Technisch gesehen steckt hinter diesen Anwendungen oftmals nicht mehr, als spezielle Darstellungen von Datenbankeninhalten, die vor allem verschiedene Formen der Verknüpfung erlauben, was als Ergänzung zu weitgehend statischen Webseiten wohl den wesentlichsten Teil des Wandels im Internet ausmacht. Es geht also vor allem um verschiedene Möglichkeiten der Kooperation zwischen mehreren Teilnehmern, die sich nach den Möglichkeiten der unterschiedlichen Formen sozialer Software ergeben. Beispiele dafür sind: Kontaktaufnahme, Informationsaustausch, gemeinsame Informationsgenerierung, etc. (vgl. Stegbauer/Jäckel 2008, 7).

Als grundlegende Funktionen ermöglicht das Benutzen sozialer Software nach Schmidt (2007b, 33) drei wesentliche Prozesse:

- *Information management*: Social software helps the user in finding, rating and/or sharing certain information within the hypertextual and social networks;
- *Identity management*: Social software allows for presenting oneself to others by making certain aspects of one's personality, interests, expertise etc. public;

²⁷ Synonym wird der englische Begriff „Social Software“ auch in der Literatur regelmäßig verwendet.

²⁸ Namentlich werden beispielsweise Wikipedia, Skype, del.icio.us, Flickr, Lycos iQ, last.fm, XING, MySpace, Facebook, StudiVZ, Orkut, 43 things.com, digg.com, Plazes.com, YouTube, Twitter, Ning, dopplr (und natürlich noch viele andere) gerne genannt (vgl. Alby 2007, 89ff).

- *Relationship management*: Social software assists the user in articulating, creating and maintaining social relationships.

Die soziale Software stellt also die Infrastruktur, und damit den Bewegungsraum für ihre Benutzer zur Verfügung und ist in ihrer Rolle daher nicht zu unterschätzen. Die Technik vermittelt den Handlungsrahmen, der zur Verfügung steht, worauf noch zurückzukommen sein wird.

Eine weitere Differenzierung von Alby (2007, 90ff) scheint allerdings nicht wirklich konsistent. So sieht er einerseits als wesentliches Merkmal, dass soziale Software den Aufbau und das Selbstmanagement einer Community fördern und unterstützen können muss, darüberhinaus differenziert er soziale Software dann aber in zwei Bereiche, denen sich vor allem durch die Einschränkung des ersten Punktes für diese Arbeit bei weitem nicht alle Funktionen zuordnen lassen:

- 1) Die Kommunikation steht im Vordergrund (meist ohne Speicherfunktion zB Instant Messaging)
- 2) Gemeinsam generierte Inhalte²⁹ stehen im Vordergrund (zB Wikipedia)

Dass eine globale Differenzierung von der technischen Seite ausgehend regelmäßig auch problematisch ist, soll allerdings gerade in diesem Bereich nicht weiter verwundern, da sich die Anwendungen einerseits so rasant entwickeln und verändern, andererseits aber auch die unterschiedliche Technik an sich unter dem wichtigen Stichwort der „mash up“-Funktionen immer weiter zusammenwächst. Aber auch beliebte Begriffe wie der des Hybrid-Mediums Internet oder Multimedia geben hier, auch ohne die Diskurse dazu näher zu berücksichtigen, wichtige Hinweise.

Wir wollen uns in Folge aber auf einen anderen Aspekt der Kommunikation im Internet konzentrieren, da hier exemplarisch auf einem spezifischen Bereich Bezug genommen wird, nämlich auf den boomenden Anwendungszweig der Sozialen (Online-)Netzwerke, und in weiterer Folge auf die soziale Netzwerkplattform „Facebook“. Für diese Bereiche bieten sich, sofern sie notwendig sind, andere Differenzierungen an (vgl. Kapitel 2.4.2 Funktionale Differenzierung sozialer Netzwerke).

²⁹ Das übliche Stichwort für den Diskurs, der sich damit befasst ist der „user-generated-content“ (Nutzergenerierte Inhalte).

2.3.2 Soziale Medien

Schwer vom Begriff der sozialen Software abzugerzen, ist die Bezeichnung „Soziale Medien“ (synonym: „Social Media“). Frank Hartmann (Vgl. 2008, 100) unterscheidet die in Webanwendungen erweiterte Interfacetechnologie durch drei Stufen der Komplexität:

- Interaktion bezeichnet bei ihm eine Interfacetechnologie, die Menschen zur Arbeit an und mit einem Computer befähigt.
- Kommunikation, wenn der Computer die technische Rahmenbedingung für Kommunikation zur Verfügung stellt.
- Kollaboration findet statt, wenn der Computer als Plattform für kollaborative Arbeitsformen dient.

Zunächst lässt sich bei Hartmanns Interpretation von Interaktion mit Rolf Schulmeister (2002, 193f) anmerken, dass sich auch hier eine Verwechslung zwischen erleichterter Navigation und Interaktivität eingeschlichen hat, denn diese Form der erleichterten Navigation war bereits wesentliche Voraussetzung der Verbreitung des „Web 1.0“. Damit kann diese Einteilung für die vorliegende Arbeit auch nicht sinnvoll übernommen werden.

So verführerisch der Begriff der Sozialen Medien gerade für eine kommunikationswissenschaftliche Arbeit ist, werden aber unter anderem aus diesem Grund hier auch im Weiteren die Begriffe „Soziale Software“ und vor allem jener der „Sozialen Netzwerke“ die zentralen bleiben.

2.3.3 Soziale Netzwerke

Im Zusammenhang mit dem Internet wird der Begriff „Soziales Netzwerk“ teilweise sehr unpräzise synonym mit den Ausdrücken „Online Community“, „Virtuelle Community“ und „Virtuelle Gemeinschaft“ verwendet. Da auch hier übereinstimmende Definitionen fehlen, die Bezeichnungen „Community“ und „Gemeinschaft“ allerdings selbst wiederum einen eigenen weitläufigen Diskurs vor allem zu den Prozessen und Formen von Gruppenbildungen bezeichnen (und sich damit weitgehend im Fachbereich der Psychologie aufhält)³⁰, wollen wir uns weitgehend an den, an die Soziologie angelehnten Begriff des sozialen Netzwerks zu halten.

³⁰ Eine prägnante und übersichtliche Beschreibung des Forschungsgebietes „Gruppen und Internet“ findet sich in Nicola Dörings Band „Sozialpsychologie des Internet“ (2003², 489ff).

Ein wesentlicher Vorteil des Begriffs des Sozialen Netzwerks im Internet liegt für die folgenden Überlegungen in der Doppelbedeutung der Begrifflichkeit. Einerseits wird er im Sinne seiner Rolle als Anwendungsplattform verwendet, was die technischen Voraussetzungen und Möglichkeiten ins Zentrum rückt, andererseits bezeichnet er im gleichen Moment aber auch die Netzgemeinschaft selbst, die solche Dienste nutzen – und ohne die solche Dienste überhaupt nicht existieren könnten. In diesem Sinn lässt sich der Begriff als der unbestimmteste, aber auch „neutralste“ jener Begriffe deuten, die in den Diskursen um das Social Web zur Anwendung kommen. Er lässt sich ohne das genaue technische Anwendungsfeld kaum sinnvoll einsetzen und steht in diesem Sinn auch am präzisesten für die stattfindenden Interaktionen im Netz, die sozial motiviert, aber technikvermittelt verlaufen.

„Das Motto des Erfolges von sozialen Netzwerken heißt Partizipieren statt Publizieren. Es gibt hunderte von unterschiedlichen Plattformen, bei den bekanntesten liegen die Mitgliederzahlen im zwei- bis dreistelligen Millionenbereich.“ (Hartmann 2008, 103)

2.3.3.1 Kommerzielle Online Communities

Im Sinne der vorliegenden Überlegungen sollte auch hier besser von einem kommerziellen sozialen Netzwerk gesprochen werden. Die Besonderheit liegt vor allem darin, dass die Infrastruktur, die einer Gemeinschaft zur Verfügung gestellt wird, unter der Aufsicht eines Unternehmens steht. Gerade im Bereich der sozialen Netzwerkplattformen ist das insofern relevant, als das auf die derzeit verbreitetsten Plattformen nahezu durchgehend zutrifft, und damit als mitgedachte Voraussetzung kurz Erwähnung finden muss.

2.4 Soziale Netzwerke im Überblick

„What makes social network sites unique is not that they allow individuals to meet strangers, but rather that they enable users to articulate and make visible their social networks. This can result in connections between individuals that would not otherwise be made, but that is often not the goal.“ (Boyd/Ellison, 2007)

2.4.1 Evolution sozialer Netzwerke

Die ersten Ansätze von Netzwerkplattformen sind durchaus nicht so jung, wie der Hype, der sich inzwischen um solche Anwendungen dreht. Erste Versuche wurden bereits vereinzelt seit 1997 unternommen, wie auch aus der folgenden Abbildung ersichtlich wird:



Abbildung 3: „Launches Dates of Major Social Network Sites“.³¹

Zum „Massenphänomen“³² entwickelten sich solche Anwendungen allerdings erst in den letzten Jahren und wenn aus den zahlreichen aktuellen Studien (so widersprüchlich sie in manchen Details auch sein mögen) zum Thema eines ersichtlich wird, dann, dass ein Ende der Erfolgsgeschichte noch nicht abzusehen ist. So kommt zum Beispiel die deutsche Studie „Web 2.0 – Soziale Netzwerke, Nutzung und Zukunft“ von PricewaterhouseCoopers (2008, 26) zu dem Ergebnis, dass die meisten Nutzer sozialer Netzwerke Online-Communities als langfristig angelegte Beziehung sehen. 70 Prozent aller Befragten gaben an, zumindest in ihrem wichtigsten sozialen Netzwerk „für immer“

³¹ Vgl. Boyd, Danah M./Ellison, Nicole B., 2007

³² Es entbehrt nicht einer gewissen Ironie, bei einer Entwicklung hin zur individuellen Kommunikation von einem „Massenphänomen“ zu sprechen. In diesem Sinn ist damit auch nur die rasant gestiegene Zahl von Benutzern sozialer Netzwerkanwendungen bezeichnet.

bleiben zu wollen.³³ Dazu passend geben 68% der Nutzer an, an den meisten Netzwerken, bei denen sie sich einmal registriert haben, nach wie vor interessiert zu sein. Daraus wird geschlossen, dass auch im Bereich der sozialen Netzwerke (wenn man sie als soziale Medien denkt), vergleichbar mit den herkömmlichen Medien, die gegenseitige Verdrängung vom Markt relativ gering ist. Nutzer tendieren eher zur parallelen Teilnahme an mehreren Netzwerken, als ein Netzwerk durch ein anderes zu substituieren. (Vgl. ebd., 26)

Die meisten der sozialen Netzwerke sind international angelegt, dennoch sind manche von ihnen geographisch beschränkt, wie beispielsweise das in Südostasien populäre *Friendster* (seit 2002), *Orkut* in Südamerika (seit 2004) oder *Vkontakte* in Russland (seit 2006). An Jugendliche gewendete europäische Netzwerke sind zum Beispiel das belgische *Netlog* (seit 2004), das finnische *Habbo* (seit 2000) oder auch das deutsche *SchülerVZ* (seit 2007), ein Ableger vom ebenfalls deutschen *StudiVZ* (seit 2005), das in seiner Aufmachung allerdings frappierend dem Marktführer dieses Segments *Facebook* ähnelt³⁴. (Vgl. Hartmann 2008, 103)

2.4.2 Funktionale Differenzierung sozialer Netzwerke

Allen sozialen Netzwerkanwendungen im Internet ist eines gemeinsam: Es lässt sich ein persönliches Profil erstellen. Übliche Bestandteile eines derartigen Profils, sind in seiner Minimalversion zunächst einmal die Möglichkeit seinen Namen oder einen „Nickname“ anzugeben, einen Avatar (also ein Bild dazu) hochzuladen und eine E-Mail-Adresse einzugeben. Den Eingaben dieser Daten folgt dann die Zuordnung einer spezifischen, widererkennbaren Internetadresse, sprich: „URL“ (Union Ressource Locator), die somit auch als Teil des Profils verstanden werden kann. Ein Profil in diesem Sinn, lässt sich auch als Minimalstvariante einer privaten Homepage ansehen.

Mögliche Funktionen auf solchen Plattformen variieren teils sehr stark, je nach Ausrichtung der Plattform.

³³ Interessant an dieser Stelle wäre zu eruieren, aus welchen Gründen Nutzer ein soziales Netzwerk wieder verlassen. Dazu findet sich nichts in den aktuellen Studien. Die Falter-Journalistin Doris Knecht kommentiert ihren Facebook-Ausstieg beispielsweise in ihrem Blog mit es „hat mich zu sehr abgelenkt“. (Aus: http://www.dorisknecht.com/2009/05/ich_habe_mich_nur_selbst_entfernt.php Letzter Zugriff: 6. Juli 2009)

Auf eine private Nachfrage hin antwortet sie mit: „erwäge ja eh schon eine rückkehr... es fehlt mir auch.“
³⁴ Die von Facebook gegen StudiVZ angestrebte Plagiatsklage wurde kürzlich abgewiesen.

Gemeinsam ist sozialen Netzwerkplattformen des Weiteren: Die Inhalte werden nahezu ausschließlich von ihren Benutzern generiert. Was für Inhalte erstellt werden können, hängt in erster Linie von der inhaltlichen Orientierung oder funktionalen Ausrichtung und der entsprechend zur Verfügung gestellten Technik einer Plattform ab.

Verhältnismäßig einfach abgrenzen lassen sich zwei sehr eigenständige Gruppen sozieller Netzwerke:

- 1) *Virtuelle Welten* bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, sich durch eine virtuelle Landschaft zu bewegen und miteinander zu kommunizieren. Die bekanntesten Beispiele hierfür sind Second Life und, speziell für Kinder, Habbo Hotel.³⁵
- 2) *Funktionsorientierte Netzwerke* sind konkret auf spezifische, vom Nutzer generierte Typen von Inhalten – wie Videos oder Fotos – ausgerichtet. Die bekanntesten in dem Bereich sind zweifellos *YouTube* und *Flickr*. Diese Plattformen sind hochkompatibel mit anderen Web-Applikationen und lassen ihre Inhalte sehr leicht in jeder weiteren Anwendung im Social Web einbinden. Interessant an der Stelle ist auch, dass in diesem Segment zumindest in Bezug auf das Alter der Nutzer nach der Studie „Web 2.0 – Soziale Netzwerke“ von PricewaterhouseCoopers (2008, 20) keinerlei Schwerpunkte auffallen, während das bei anderen sozialen Netzwerken sehr wohl öfter der Fall ist, wie sich auch im Weiteren zeigen wird.

Einen recht jungen Sonderfall bildet das sogenannte „Micro-Blogging“, das sich auf die reine Text-Kommunikation (öffentlich oder nur im eigenen Netzwerk) in ihrer kürzest möglichen Form verlegt hat. Spätestens seit im Kontext der Iran-Unruhen (Juni 2009) in sämtlichen Medien weltweit von der „Twitter-Revolution“ die Rede war, ist auch diese Form des sozialen Netzwerks für viele ein Begriff. Die Funktionsweise dieses kommunikationszentrierten Netzwerks ähnelt sehr den bereits erwähnten „funktionsorientierten Netzwerken“, weshalb ich es auch hier einreihe.

Deutlich komplizierter wird der Versuch, die weiteren geläufigen Plattformen einer Zuordnung zu unterziehen. Gemein ist diesen Anwendungen eine hohe Zentriertheit um das jeweils persönliche Profil. Gerade diese „*profilorientierten*“ Anwendungen lassen sich im Weiteren am besten über die jeweilige Art ihrer Nutzung differenzieren:

³⁵ Gerade der Bereich der virtuellen Welten umfasst ein eigenes großes Forschungs- und Publikationsgebiet, wird jedoch hier, als für die vorliegende Arbeit nicht näher relevant, vernachlässigt.

Damit ergeben sich Netzwerke mit beruflicher Ausrichtung, wie die deutsche Plattform *Xing* (www.xing.com) und das englischsprachige *LinkedIn* (www.linkedin.com), in Abgrenzung zu Netzwerken mit Interessensschwerpunkten wie das bei *MySpace* (www.myspace.com) mit Musik der Fall ist – sowie Netzwerke mit allgemeiner sozialer Ausrichtung wie *Facebook* (www.facebook.com) und *StudiVZ* (www.studivz.net).

Profilorientierte Netzwerke lassen sich also in drei Bereiche aufteilen:

- 1) Beruflich orientiert
- 2) Nach Interessensschwerpunkten orientiert
- 3) Allgemein/sozial orientiert

In diesen Segmenten lassen sich auch demografische (wie beispielsweise das speziell an Schüler gerichtete SchülerVZ oder an Studenten gedachte StudiVZ) und geographische Orientierungen feststellen (vgl. beispielsweise PricewaterhouseCoopers 2008, 20; Hartmann 2008, 103).

So hat beispielsweise die Businessplattform Xing eine starke Ausrichtung in Richtung dessen, was im Weiteren als „statisches Profil“ beschrieben wird. Der Schwerpunkt liegt darin, nach eigenem Ermessen vor allem berufliche Informationen in Anlehnung an das typische Erscheinungsbild eines Lebenslaufes feizugeben. Die Privatsphäreinstellungen sind bei Registrierung automatisch so generiert, dass ein angelegtes Xing-Profil auch in Suchmaschinen angezeigt wird. Diese Einstellungen lassen sich zwar ändern, nicht ändern lässt sich allerdings, dass diese Informationen für andere Xing-Nutzer sichtbar sind. Unter solche Privatsphäreinstellungen fallen bei Xing nur die eigenen Kontaktdaten, sowie das eigene Netzwerk.

Für das vorliegende Thema sind naheliegenderweise die profilzentrierten Plattformen am leichtesten zugänglich, und damit zentral. Zwar lassen sich aus älteren Studien in Bezug auf die Bekanntheit und Nutzungshäufigkeit sozialer Netzwerke sowohl aufgrund der aktuellen Zugriffsstatisiken sowie durch Ergebnisse neuerer Studien (Siehe Kapitel 2.5 Facebook) keine verlässlichen Schlüsse mehr miteinbeziehen, die untersuchten Motive, Voraussetzungen und Trends aber scheinen im Wesentlichen unverändert zu sein, und bieten daher eine gute Grundlage, um sich einen Überblick über das Nutzungsverhalten in sozialen Netzwerken zu schaffen.

2.4.3 Soziologische Beschreibung sozialer Netzwerke

2.4.3.1 Nutzung sozialer Netzwerke

Der Erfolg Sozialer Netzwerke richtet sich unter anderem danach, inwieweit die Nutzer aktiv zu ihrem Netzwerk beitragen. Bei der Studie „Web 2.0 – Soziale Netzwerke“ von PricewaterhouseCoopers (2008, 22) wurden über Nutzer sozialer Netzwerke³⁶ folgende Daten erhoben:

- 1) 82% der befragten Nutzer gaben an, aktiv zu ihrem Netzwerk beizutragen.
- 2) 32% der Nutzer schreiben sich selbst ein hohes Aktivitätsniveau zu, der Aktivitätsgrad der Nutzer nimmt mit zunehmendem Alter ab.
- 3) Die beliebtesten Beiträge von Nutzern sind Profilerstellung (68%), Fotos hochladen (63%), aktive Kontaktaufnahme zu anderen Teilnehmern (58%) sowie das Schreiben von Kommentaren zu Blogs, Artikeln etc. (57%).

Aus diesen Angaben, werden folgende Schlüsse gezogen:

- 1) Die Anzahl der Beiträge pro Nutzer wird in der Zukunft ansteigen. Als Grund hierfür wird u.a. ein steigender Aktivitätslevel der 35+ Jahrgänge angesehen, die auf ein wachsendes Angebot an für sie relevanten Netzwerken zurückgreifen können. Das Aktivitätsniveau der 16–24-jährigen könnte zumindest teilweise als Indikator für das Potenzial in anderen Altersgruppen dienen. Ein gewisser Anteil an Nutzern wird sich aber auch in Zukunft passiv verhalten und keine eigenen Beiträge beisteuern.
- 2) Persönliche Inhalte (z.B. Profile), kreative Inhalte (z.B. Blogs) sowie Teilnahme an der Kommunikation innerhalb des Netzwerks werden die wichtigsten Beiträge bleiben und deren Bedeutung wird gegenüber kommerziellen und professionellen Inhalten noch zunehmen. Der User wird zum „Producer“.

³⁶ Die Online-Befragung wurde mit 1004 regelmäßiger Nutzer Sozialer Netzwerke im Zeitraum vom 13. – 22. Februar 2008 durchgeführt. Die Adressaten waren Probanden, deren Profil sich an die Soziodemografie der deutschen Internetbevölkerung anlehnt [n=8351]. Die Stichprobe: 97,8% der Stichprobe sind täglich / fast täglich online, 1,7% 4-5 Tage pro Woche und 0,5% 2-3 Tage pro Woche. [n=1004] (Vgl. PricewaterhouseCoopers 2008, 3, 8, 53)

Zahlreiche Nutzer suchen in Netzwerken aktiv den Kontakt zu Personen, die sich auch außerhalb ihres unmittelbaren sozialen Umfelds bewegen. Jüngere Nutzer bewegen sich mehrheitlich in Netzwerken, in denen auch ihr Freundeskreis anzutreffen ist. Im Detail:

49% aller Nutzer hält aktiv Ausschau nach Personen, die die gleichen Interessen teilen. Dieser Anteil nimmt mit zunehmendem Alter tendenziell zu. Persönliche Freunde sind bei 66% aller Nutzer im gleichen Netzwerk. Bei den 16–24-jährigen sind es sogar 81%, wohingegen es bei den 55- jährigen lediglich 41% sind. (Vgl. PricewaterhouseCoopers 2008, 39)

40% der befragten Nutzer gaben an, weniger über SMS, Email oder Telefon zu kommunizieren, seitdem sie in sozialen Netzwerken aktiv sind. 58% der Nutzer gaben sogar an, dass sie sich durch die Kommunikation in Sozialen Netzwerken Anrufe ersparen. Bei registrierten Nutzern lässt sich eine höhere Substitutionstendenz beobachten als bei der Gesamtstichprobe. Je nach Netzwerk weichen die Substitutionseffekte allerdings deutlich vom Gesamtdurchschnitt ab. (Vgl. PricewaterhouseCoopers 2008, 39, 46)

Von den auf sozialen Netzwerken angebotenen Kommunikationsmöglichkeiten, kommunizieren 35% der Nutzer innerhalb ihrer Netzwerke auch über textbasiertes Instant Messaging. Die Nutzung von Instant Messaging nimmt mit zunehmendem Alter ab. (Vgl. PricewaterhouseCoopers 2008, 39, 42)

Die auf den jährlichen ARD/ZDF-Online Studien³⁷ basierende Nutzertypen-Einteilung bildet die Grundlage für eine Studie zu Sozialen Netzwerken von Maurer/Alpar und Noll (2007, 207–232). Dabei wurde speziell auf einen Teil der in diesem Bereich aktivsten Nutzer, die 20–39-jährigen fokussiert. Die entstandene Typologie stimmt in den Dimensionen zwischen gestaltend–betrachtend und individuelle Kommunikation–öffentliche Kommunikation, sowie in acht daraus grundsätzlichen resultierenden Typen mit der im Folgenden zitierten Studie überein (Kapitel 2.4.4.2 Nutzer sozialer Netzwerke). Aufgrund der treffenderen Benennung und Ausführung der Typen, bezieht sich das Folgekapitel auf die Grundlagenstudie von result (2007).

Zum Zeitpunkt des Entstehens der Studie von Maurer/Alpar und Noll (Vgl. 2007, 214) waren StudieVZ, Xing, MySpace und die Lokalisten die in Deutschland meistbesuchtesten Plattformen, weswegen sie sich auch auf diese beispielhaft bezieht. Während die Nutzerzahlen variierten, blieb die Erfassbarkeit der grundsätzlichen Typologie gleich,

³⁷ Die aktuellste Studie findet man zum Download in: www.daserste.de/service/studie08_4.pdf (Letzter Zugriff: 27. Juni 2009)

weshalb alles dafür spricht, sich auch in der vorliegenden Arbeit an solche bestehenden Typologien zu halten.

Zum Nutzerverhalten finden sich in dieser Studie einige bemerkenswert eindeutige Ergebnisse. So wurde beispielsweise festgestellt, dass sich die Erwartungen und Erfahrungen in sozialen Netzwerken in der gleichen demographischen Gruppe von Nutzern sowie über die Nutzertypen hinweg, mit den jeweilig benutzten Plattformen deutlich unterschieden. Aus den Kategorien „Kommunikation“, „Spaß und Zeitvertreib“, „Geben und Nehmen“, „eigene Positionierung“, „Inspiration“ sowie „Rechte und Pflichten“, steht nur die Kommunikation mit rund 80% für alle Nutzer als Interesse gleichermaßen an erster Stelle. Darüberhinaus geben die Nutzer der Businessplattform *Xing* „Geben und Nehmen“ an zweiter Stelle, gefolgt von der Positionierung der eigenen Person sowie Spaß und Zeitvertreib als nachfolgende Gründe an. Bei allen anderen Plattformen folgt der Kommunikation mit einer ähnlich hohen Prozentzahl nur „Spaß und Zeitvertreib“. (Vgl. Maurer/Alpar/Noll 2007, 218)

Für eine Weiterempfehlung sprachen sich 77,1% der StudiVZ Nutzer, und 82,2% der Xing Nutzer aus. Als Gründe dafür wurden am häufigsten Kontaktpflege und das Wiederfinden alter Freunde und Bekannter angegeben. (Vgl. ebd., 219)

Im Bereich der Kontaktarten wurde festgestellt, dass alle Nutzer im Schnitt 90,2% ihrer Kontakte auch persönlich kennen. Damit wird auch Nicola Dörings These (Vgl. 1: 2003, 424f) von Bindungen als Hybrid-Beziehungen belegt: Zu den „Offline-Beziehungen“ kommen in erster Linie „Online-Elemente“ hinzu. (Vgl. Maurer/Alpar/Noll 2007, 225) Auch das Interesse, neue Kontakte zu knüpfen, ist nicht sonderlich ausgeprägt. Mit einem Drittel der Befragten im diesbezüglich interessierten Bereich, heben sich nur die Nutzer von *Xing* ab. Das Hauptaugenmerk besteht sonst tatsächlich vor allem darin, bestehende Beziehungen aufrecht zu erhalten. (Vgl. ebd., 226)

2.4.3.2 Nutzer sozialer Netzwerke

Eine eigene Typologie der Social-Web-Nutzer stammt aus der Grundlagenstudie des Kölner Markt- und Medienforschungsinstitutes result (2007, 37)³⁸:

³⁸ Aufgrund der angegebenen identen Dimensionsbereiche sowie der Einteilung in acht (ähnliche) Nutzertypen liegt die Vermutung nahe, dass sich diese Studie ebenfalls an den Ergebnissen der ARD/ZDF-Typologien orientiert.

Auch wenn sich die Studie nicht konkret auf die Nutzer sozialer Netzwerke bezieht, lässt sich annehmen, dass auch diese Typologie grundsätzlich für diesen Bereich passt. Nutzer sozialer Plattformen sind in aller Regel auch generell Nutzer anderer Social Web-Anwendungen.

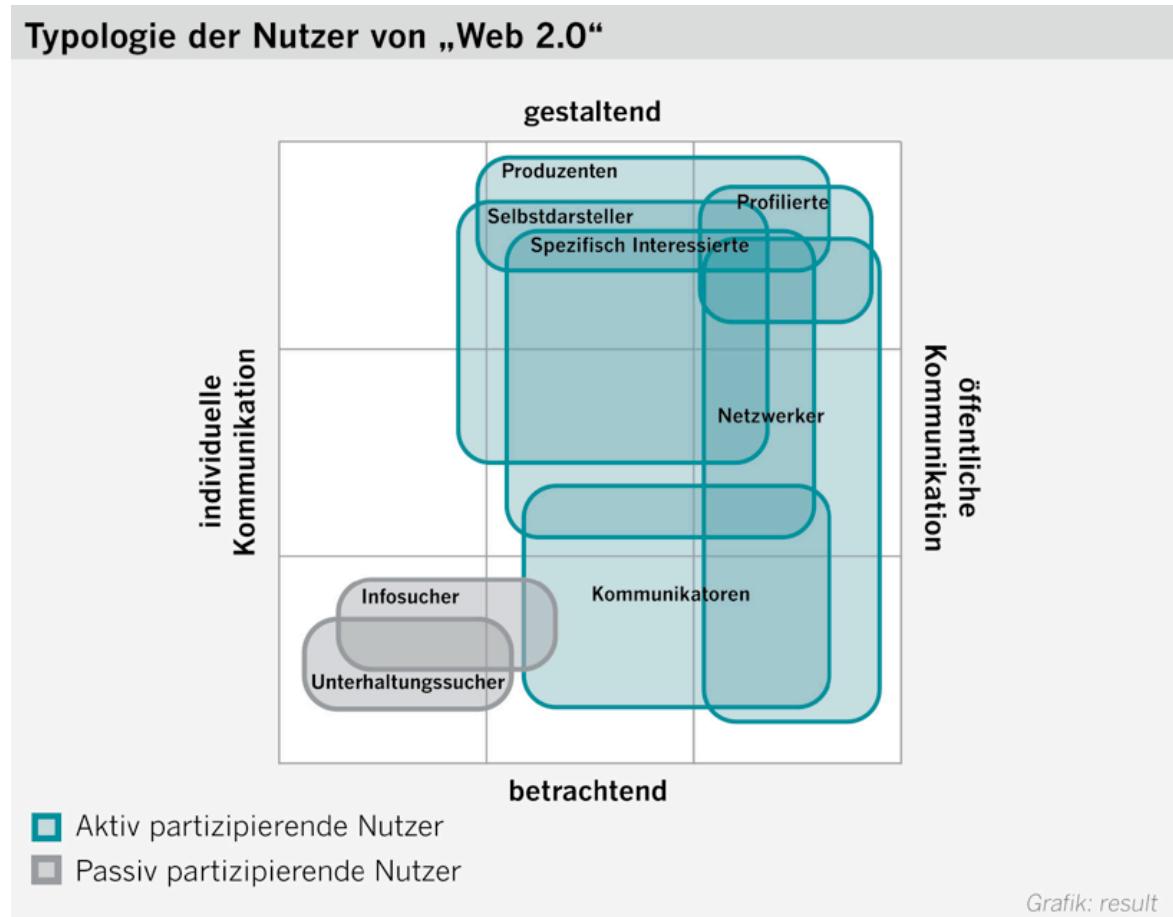


Abbildung 4: Typologie der Nutzer von „Web 2.0“.³⁹

Die Graphik sagt nichts über die mengenmäßige Ausprägung der einzelnen Typen aus, fokussiert wird hier in den Bereich der Kommunikation und Gestaltung, als wesentliche Merkmale des Social Web. Die prozentuellen Angaben mögen variieren, fokussiert man gezielt auf „profilorientierte soziale Netzwerke“, wie das in der vorliegenden Arbeit der Fall ist – was für die grundsätzliche Stimmigkeit der Typologie aber zu vernachlässigen ist.

Die einzelnen Typen im Detail (vgl. result 2007, 38–43):

1. „Produzenten“

³⁹ Vgl. result 2007, 37.

Unter Produzenten werden Nutzer verstanden, die vor allem daran interessiert sind, eigene Inhalte zu produzieren und zu veröffentlichen. Dafür verwenden sie das Social Web, weil es auch für Privatleute mit verhältnismäßig überschaubaren Investitionen die Möglichkeiten bietet, da die Dienste großteils kostenlos genutzt werden können. Oft bildet sich hier ein fließender Übergang zu freischaffenden und freiberuflichen Tätigkeiten, beispielsweise Fotografen, die ihre Bilder über Flickr veröffentlichen. An Communities sind sie nur so weit interessiert, als sie eben zur Verbreitung der eigenen Werke dienen. Kommunikation und Vernetzung sind abseits davon zweitrangig.

Diese Nutzer sind klar auf der gestaltenden Seite des Spektrums, bei hohem Vernetzungsgrad überschneiden sie sich mit der Gruppe der „Netzwerker“, bei sinkendem Gestaltungsgrad gibt es Überschneidungen mit den Typen „Selbstdarsteller“ und „spezifisch Interessierte“.

2. „Selbstdarsteller“

Zu diesem Typ zählen jene Nutzer, denen es vor allem um die Darstellung der eigenen Person geht. Beispiele hierfür sind Verfasser von Weblogs oder auch Nutzer mit Profilen auf MySpace. In einer reinen Form kommt diese Gruppe so gut wie nicht vor, daher überschneiden sie sich meist mit den „Produzenten“, den „profilierten Nutzern“ und bei einem hohen Grad an öffentlicher Kommunikation wesentlich mit der Gruppe der „Netzwerker“. Als eigener Typ sind sie erfasst, weil in einem „Laienverständnis“ von Web 2.0-Nutzern häufig als Begriff verwendet wird.

3. „Spezifisch Interessierte“

Mit einem sehr weiten inhaltlichen Spektrum nutzt dieser Personenkreis die Partizipationsmöglichkeiten im Social Web für jeweils bestimmte Interessen und Hobbys. Dafür bietet das Web 2.0 den Vorteil über die sozialen Navigationsmöglichkeiten wie Nutzergruppen oder Themenblogs, Gleichgesinnte kontaktieren zu können und sich in den vernetzten Strukturen über das gemeinsame Thema auszutauschen – oder Angebote zum eigenen Thema überhaupt erst zu finden. Gerade für Randthemen ist diese Form der Beschäftigung vorteilhaft.

4. „Netzwerker“

Netzwerkern geht es vor allem um den kommunikativen Aspekt des Social Web in Form eines öffentlichen und vernetzten Austauschs mit anderen Nutzern. Beispiele dafür reichen von Reiseblogs, in denen Nutzer ihre Texte mit eingebundenen Fotos veröffentlichen können, um damit Kontakt zu einer Art weltweitem Freundschaftsnetzwerk zu pflegen, über lokale Party-Communities oder auch Nutzer von Video- und Fotocommunities bis hin zu den Nutzern klassischer Netzwerkplattformen wie Facebook, My-Space oder Studi-VZ. Diese Gruppe weist Überschneidungen mit allen anderen Typen auf, außer den rein „betrachtenden Nutzern“, da Kommunikation und Partizipation auch die entscheidende Dimension einer Nutzung des Internet im Sinne des Social Web ausmacht.

5. „Profilierte“

Die Schnittmenge der vier bisherigen Gruppen ergibt das Profil eines typischen Social Web-Nutzers, der sowohl die Möglichkeiten zur Kommunikation, wie auch die Möglichkeiten zur Mitgestaltung gleichermaßen verwendet – und aus diesem Grund in diesem Kontext „Profilierte“ genannt wird.

„Idealtypisches Beispiel ist ein Blogger, der in seinem Weblog Inhalte veröffentlicht, die (zumindest ähnlich) auch in anderen Medien hätten veröffentlicht werden können, sich selbst darstellt, dabei ein spezifisches inhaltliches Interesse verfolgt (das nicht selten selbstreferenziell das Bloggen beziehungsweise das Internet ist) und in der „Blogosphäre“ öffentlich und vernetzt kommuniziert. (...) Die Veröffentlichung eigener Beiträge ist eng verbunden mit der damit verknüpften öffentlichen Kommunikation. „Profilierte“ schneiden (entsprechend ihrer Definition) die Bereiche der übrigen Gruppen „Aktiv partizipierende Nutzer“ und „Netzwerker“. (result 2007, 41)

6. „Kommunikatoren“

Die Nutzer dieser Gruppe verwendet das Social Web zur Kommunikation, ohne selbst originär das Bedürfnis zu haben, selbst etwas zu gestalten und zu veröffentlichen. Eng verwoben ist in diesem Fall Mediennutzung und Kommunikation, wie beispielsweise ein Blogleser, der sich mit Kommentaren an einer Diskussion zu beteiligt, was sowohl Anlass für und Inhalt von öffentlicher Kommunikation ist. Auch Onlinerollenspieler zählen zu diesem Typus. Die öffentliche Kommunikation im Social Web findet hier im Kontext mehr oder minder „betrachtender“ Mediennutzung statt. Damit ergibt sich eine Bandbreite von einem mittleren bis hohen öffentlichen Kommunikationsgrad bei eher niedriger Mitgestal-

tung. Bei starker Ausprägung des kommunikativen Aspekts gibt es Schnittpunkte mit den „Netzwerkern“, mit steigendem Gestaltungsgrad zu den „spezifisch Interessierten“.

7. „Infosucher“

Eine große Gruppe der Social Web-Nutzer verwendet das Social Web weder kommunikativ, noch gestaltend – sondern nur betrachtend. Öffentliche Kommunikation beschränkt sich auf sporadische Kommentare und Orientierungsfragen. In diesem Fall werden Web 1.0- und Web 2.0-Angebote ähnlich verwendet, doch auch für sie können die sozialen Effekte im Social Web ein entscheidendes Nutzungsmotiv sein, um beispielsweise über „authentische“ und vielfältige Beiträge anderer, mitgestaltender Nutzer, sowie zielgruppengenaue Angebote oder schlicht durch das Partizipieren am Ergebnis kollektiv gestalteter Webseiten zu profitieren. Ein gutes Beispiel dieser Nutzer sind Leser der Online-Enzyklopädie *Wikipedia*. Damit ergibt sich eine Gruppe von Nutzern im Bereich geringer Gestaltung und öffentlicher Kommunikation mit einer großen Schnittmenge zur Gruppe der „Unterhaltungssucher“.

8. „Unterhaltungssucher“

Die Motive zur Social Web-Nutzung sind bei dieser Gruppe vor allem zielgruppenspezifische Angebote und die Nutzung sozialer Navigationselemente. In Abgrenzung zur Gruppe der „Infosucher“ stehen die Unterhaltungsaspekte vermehrt im Vordergrund, beispielsweise das Konsumieren von YouTube-Videos, ohne sie zu kommentieren. Auch diese Gruppe macht von den Kommunikations- und Mitgestaltungsmöglichkeiten im Social Web kaum Gebrauch und überschneidet sich, wie bereits erwähnt, mit der Gruppe der „Infosucher“.

Angesichts der vorliegenden Typologie, wird auch der große Erfolg sozialer Netzwerke, im speziellen Facebook, gut nachvollziehbar. Gerade Facebook bietet als Plattform die Möglichkeit, sich je nach Typ-spezifischem Interesse zu bewegen. Die Mischung an verschiedenen Möglichkeiten sich auszudrücken, bietet Möglichkeiten der Teilhabe im jeweiligen Interesse aller beschriebenen Nutzergruppen.

2.4.3.3 Netiquette

Allgemeingültige Benimm-Regeln existieren auch im Social Web nicht. Natürlich wurden im Verlauf der Internet-Entwicklung immer wieder Empfehlungen für den Umgang zwischen Menschen in Bezug auf computervermittelte Kommunikation ausgesprochen, die allerdings variieren und nie verpflichtend sind. Zwei typische Beispiele sind nach Döring (2003a, 23) folgende Regeln des Umgangs (Übereinstimmungen der beiden Modelle sind grau schattiert):

16 Netiquette-Regeln für Newsgroups <small><de.newusers.info></small>	10 Netiquette-Regeln <small>Goldmann, Herwig & Hooffacker (1995)</small>
1. Vergessen Sie niemals, dass auf der anderen Seite ein Mensch sitzt!	1. Denken Sie daran, dass Menschen ihre Texte lesen!
2. Erst lesen, dann denken. Noch einmal lesen, noch einmal denken. Und <u>dann</u> erst posten!	2. Fassen sie sich kurz!
3. Teilen Sie etwas Neues mit!	3. Vermeiden Sie Redundanz!
4. Ihre Artikel sprechen für Sie - Seien Sie stolz auf sie!	4. Verwenden Sie eine kurze Signatur!
5. Nehmen Sie sich Zeit, wenn Sie einen Artikel schreiben!	5. Schicken Sie keine Nachricht doppelt!
6. Vernachlässigen Sie nicht die Aufmachung Ihres Artikels!	6. Achten Sie darauf, was andere Leute sagen!
7. Achten Sie auf die „Subject“-Zeile!	7. Schreiben Sie einen aussagekräftigen Betreff!!
8. Denken Sie an die Leserschaft!	8. Überlegen Sie, wohin Sie Ihre Nachricht schicken!
9. Vorsicht mit Humor, Ironie und Sarkasmus!	9. Quoten Sie sparsam!
10. Kürzen Sie zitierten Text auf das notwendige Minimum!	10. Lassen Sie sich Antworten auf Forenbeiträge per Mail zusenden!
11. Benutzen Sie E-Mail!	
12. Geben Sie eine Sammlung Ihrer Erkenntnisse an das Netz weiter!	
13. Achten Sie auf die gesetzlichen Regelungen!	
14. Benutzen Sie Ihren wirklichen Namen, kein Pseudonym!	
15. Vorsicht mit Kommerziellem!	
16. Vorsicht mit Binaries und Multipart-Artikeln!	

2.4.3.4 Computervermittelte Kommunikation

Um durch die Kanalreduktion in Folge computervermittelte Kommunikation entstehenden Missverständnissen vorzubeugen zu können⁴⁰, haben sich eigene spezifische Kommunikationsformen etabliert, wie beispielsweise das Benutzen von Emoticons (zB. ☺ in numerischer oder animierter Form – und allen dazugehörigen Ausdrucks-Variationen.⁴¹). Es gibt verschiedene Ansätze, wie computervermittelte Kommunikation funktioniert und wirkt, die von zivilisationskritischen Haltungen und Technikpessimismus aufgrund der Kanalreduktion bis hin zur Theorie der Informationsverarbeitung reichen, in der Menschen ihre Gefühle in kreativer Weise ausdrücken, Beziehungen realisieren und soziale Fertigkeiten erlernen, ohne dass automatisch Kommunikationsstörungen und Beziehungsverarmung resultieren müssen (vgl. Döring 2003a, 163ff).

In der Conclusio ihres Kapitels über die Theorien computervermittelter Kommunikation fasst Döring treffen zusammen (2003a, 199):

„Textbasierte computervermittelte Kommunikation wird anders erlebt als Face-to-Face-Kommunikation und kann diese auch nicht ersetzen. Demnach ist es müßig, pauschal in Entweder-Oder-Kategorien zu argumentieren und das eine gegen das andere auszuspielen. Welche Unterschiede zwischen computervermittelter Kommunikation und Face-to-Face-Kommunikation (sowie anderen Formen der Individualkommunikation wie etwa Telefon-Kommunikation oder Briefpost) sich im einzelnen ergeben, hängt gemäß dem medienökologischen Rahmenmodell nicht nur von den spezifischen Restriktionen und Optionen der jeweils gewählten medialen Umgebung ab. Maßgeblich beteiligt sind vielmehr auch die medienbezogenen sozialen Fertigkeiten und Erfahrungen der Beteiligten, die sich mit spezifischen Motiven und zu konkreten Anlässen innerhalb und/oder außerhalb des Netzes begegnen.“

2.5 Facebook

Das soziale Netzwerk *Facebook* bildet das eigentliche Gravitationszentrum und Anwendungsfeld des Profilbegriffs, der in dieser Arbeit entwickelt wird. Mit nach eigenen Angaben 200 Millionen aktiven Nutzern⁴², kann es in seiner Relevanz kaum noch unterschätzt werden und bildet inzwischen das größte derzeit existierende Online-

⁴⁰ Durch das Fehlen von Mimik, Gestik, Körperhaltung und im schriftlichen Bereich auch noch der Tonlage, können viele implizite Botschaften, also die „Zwischentöne“, deutlich schwieriger erfasst werden. Eine „Übersetzung“ und verschriftlichung wird damit unerlässlich.

⁴¹ Online finden sich Emoticon-Sammlungen mit den diversen Bedeutungen, wobei gerade die ausgefalleneren Varianten oftmals auch nicht übereinstimmende Bedeutungen haben.

⁴² „Aktive Nutzer“ definiert Facebook als Nutzer, die mindestens alle 30 Tage auf die Plattform zugreifen.

Netzwerk. Laut den Zugriffsstatistiken hat es auch in Österreich inzwischen die klassischen Vorreiter wie orf.at abgelöst, und ist nach Google (und Google Österreich) sowie YouTube bereits auf Platz Vier der meistbesuchten Seiten im Netz gerückt.⁴³

Global betrachtet, finden sich im Ranking der „Top 50“ der meisten Zugriffe folgende Netzwerkplattformen in den Spitzenpositionen (s. Abb. 4, linke Seite).

<i>Pageranking international – Juni 2009</i>	<i>Pageranking international – Oktober 2008</i>
#4: Facebook	#5 Facebook
#11: MySpace	#7 MySpace
#22: Twitter	
#37: Hi5	#16 Hi5
#44: Orkut	#28 Orkut Brazil
(#90: Friendster)	#40 Friendster

Abbildung 5: Das internationale Pageranking der Top 50 Netzwerkplattformen im zeitlichen Vergleich.⁴⁴

Die Dynamik in diesem Bereich zeigt sich allein schon daran, wie sich das globale Ranking offensichtlich binnen weniger Monate deutlich verschoben hat. So gibt Fuchs (2009, 2) mit Ende Oktober 2008 noch eine deutlich andere Reihung vor (s. Abb 4, rechte Seite)

Noch einmal etwas anders sieht dieses Ranking im Sinne der geografischen Gewichtungen in Österreich aus, wo sich unter den Top 50 derzeit folgende Netzwerkplattformen finden (siehe Abbildung 5, linke Seite). Auch hier sieht das Ranking bei Fuchs (2009, 2; rechte Seite) noch ein wenig anders aus:

⁴³ Siehe zum Beispiel: <http://www.alexam.com/topsites/countries/AT> (Pageranking Austria). (Letzter Zugriff am 01.06.2009)

⁴⁴ Quelle: www.alexam.com

<i>Pageranking Österreich – Juni 2009</i>	<i>Pageranking Österreich – Oktober 2008</i>
#4: Facebook	#11 Facebook
	#12 MySpace
#19: StudiVZ	#14 StudiVZ
#22: Twitter	
#35: Xing	

Abbildung 6: Das österreichische Pageranking der Top 50 Netzwerkplattformen im zeitlichen Vergleich.⁴⁵

Auch bei der eben erst abgeschlossenen lokalen österreichischen Social-Media Studie von Comrecon (2009, 77)⁴⁶, hat sich Facebook bei der ungestützten Frage nach sozialen Netzwerken eindeutig an die Spitze des Feldes gesetzt:

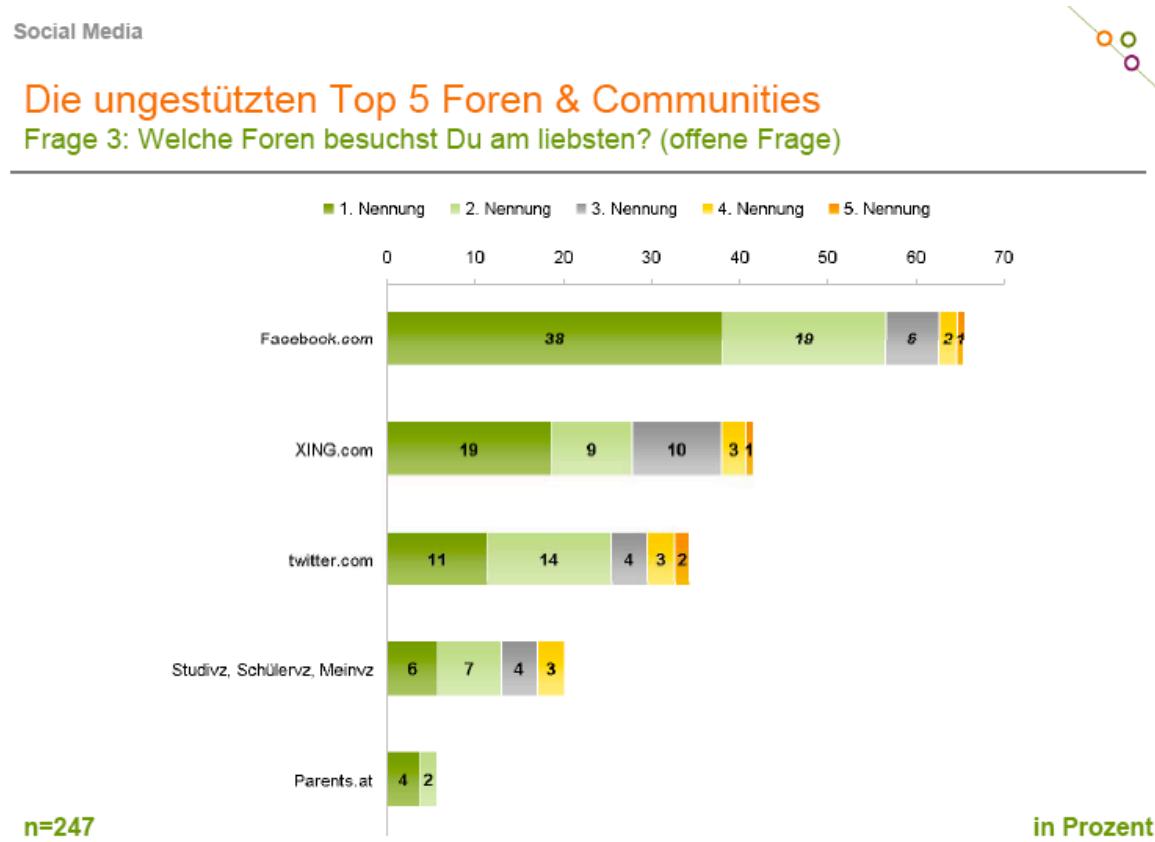


Abbildung 7: Die ungestützten Top 5 Foren und Communities.⁴⁷

⁴⁵ Quelle: www.alexa.com

⁴⁶ Studie „Kommunikation 2.0, zur Nutzung von Social Media“: comrecon im Juni 2009.

Gelauncht im Februar 2004, war die Nutzung von Facebook ursprünglich nur den Studierenden der Harvard Universität vorbehalten. Erst ab September 2006 war es möglich, sich mit einer anderen E-Mail-Adresse als der amerikanischen „Top Level-Domain“ .edu zu registrieren. Orientiert an der amerikanischen Tradition des „Studenten-Jahrbuchs“, brachte Gründer Mark Zuckerberg diese Idee, um die Möglichkeit der Interaktion erweitert, ins Netz. Die Plattform wurde inzwischen bereits in 64 Sprachen übersetzt:

Wähle deine Sprache aus			
Afrikaans	Euskara <small>beta</small>	Norsk (bokmål)	中文(台灣)
Bahasa Indonesia	Filipino	Norsk (nynorsk) <small>beta</small>	中文(香港)
Bahasa Melayu	Français (Canada)	Polski	Ελληνικά
Bosanski <small>beta</small>	Français (France)	Português (Brasil)	Български
Català	Gaeilge <small>beta</small>	Português (Portugal)	Македонски <small>beta</small>
Čeština	Galego <small>beta</small>	Română	Српски
Cymraeg	한국어	Русский	Українська <small>beta</small>
Dansk	Hrvatski	Shqip <small>beta</small>	עברית
Deutsch	Íslenska <small>beta</small>	Slovenčina	المربيّة
Eesti <small>beta</small>	Italiano	Slovenščina	فارسی <small>beta</small>
English (Pirate) <small>beta</small>	Kiswahili <small>beta</small>	Suomi	हिन्दी
English (UK)	Latviešu <small>beta</small>	Svenska	ਪੰਜਾਬੀ
English (US)	Lietuvių	ភាសាខ្មែរ	தமிழ்
Español	Magyar	Tiếng Việt	ଓଡ଼ିଆ
Español (España)	Nederlands	Türkçe	ଓଡ଼ିଆ
Esperanto <small>beta</small>	日本語	中文(简体)	ଓଡ଼ିଆ

Schließen

Abbildung 8: Die bisherigen Sprachen von Facebook.⁴⁸

2.5.1 Funktionale Beschreibung von Facebook

In unserer – in vielerlei Hinsicht – mobilen Zeit ist es oft schwierig, Kontakte zu halten. An diesem Punkt setzt die Idee von Facebook an. Ein Nutzer kann ein eigenes Profil erstellen, sein eigenes Profil mit anderen Profilen („Freunden“) vernetzen, und über verschiedene Formen der Interaktion und Kommunikation in Kontakt bleiben. Der Begriff

⁴⁷ Kommunikation 2.0. Studie zur Nutzung von Social Media. Wien: comrecon. im Auftrag von: ambuzzador (2009, S. 77).

⁴⁸ Quelle: www.facebook.com

„Freunde“ ist in diesem Kontext mißverständlich und wird öfter belächelt, bezeichnet aber ganz gut die private Richtung, in die die Plattform steuert.⁴⁹

Verstanden werden kann diese Basisidee auch als ein sich selbst aktualisierendes Jahrbuch. Wenn jeder Nutzer seine persönlichen Profilangaben aktuell hält, erfüllt das Netzwerk schon alleine die praktische Funktion, dass es jedes Telefonbuch ersetzen könnte. Man sucht nach einem Namen, und findet alle aktuellen Daten zu einer Person (sofern man durch die Privatsphäreinstellungen berechtigt ist, diese zu sehen).

Zur Verfügung stehen dafür verschiedene Funktionen, die jedem Nutzer anbieten, „sich selbst auszudrücken“.

Ganz im Sinne von Simmels, mit dem Individualität alleine schon dadurch zustande kommt, weil jeder Mensch an einem einzigartigen Schnittpunkt sozialer Kreise steht (vgl. Abels 2006, 162ff, 249), wird der Nutzer auch auf Facebook in einem der ersten Schritte im Zuge seiner Registrierung aufgefordert, ein eigenes Profil zu erstellen, indem man „Freunde findet“.

Demenstprechend gestalten sich auch die beiden zentralsten Aufforderungen auf Facebook, wenn sich ein neuer Nutzer anmeldet:

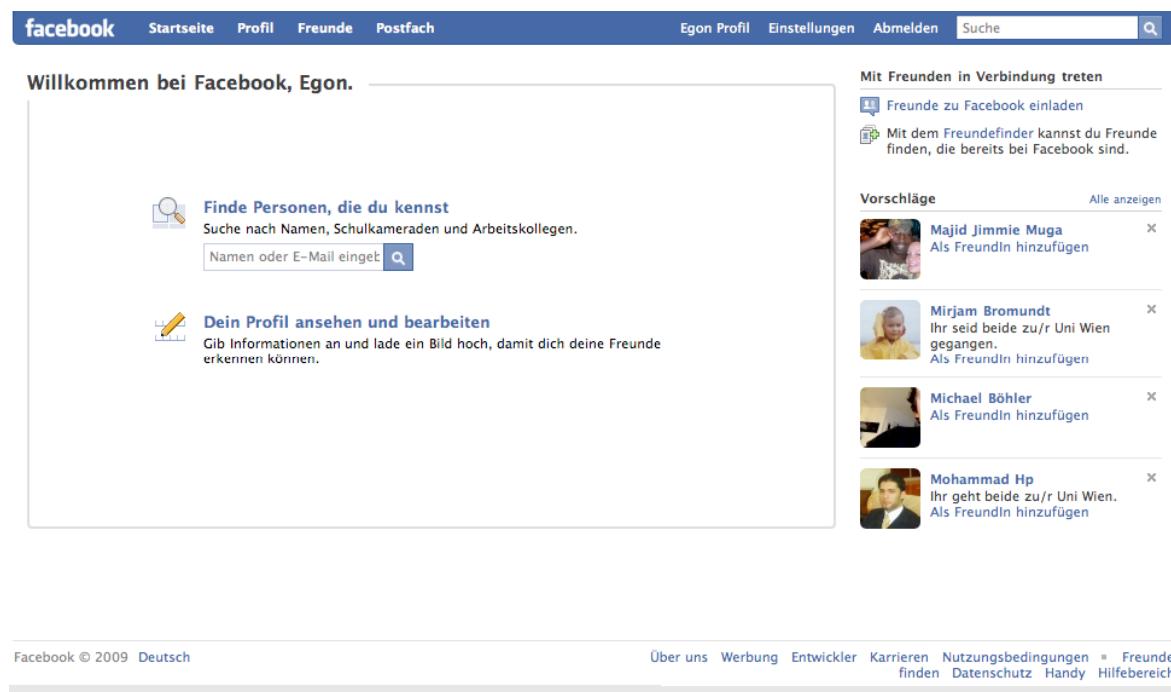


Abbildung 9: Startseite/Newsfeed eines neu angelegten Profils auf Facebook.⁵⁰

⁴⁹ Die Bezeichnungen für die persönlichen Kontakte variieren bei den verschiedenen sozialen Netzwerken: So vernetzen sich auf der Businessplattform *Xing* kontextpassend wertneutral „Kontakte“, während es beim Mikrobloggingdienst *Twitter* generell nur „Follower“ gibt.

Abbildung 8 zeigt also die Startseite eines neu registrierten Nuters, der noch keine „Freunde gefunden hat“. In weiterer Folge, wenn ein Profil im Sinne der Plattform genutzt wird, wandelt sich diese Startseite in das sogenannte „Newsfeed“, auf dem man alle Neuigkeiten im Sinne der einzelnen, öffentlichen Handlungen seines gesamten Netzwerks in Form von nacheinender erscheinenden kurzen Nachrichten sieht.

Funktionen, die Facebook als kommunikative Infrastruktur zur Verfügung stellt, beinhalten zwei wesentliche Möglichkeit: Es lässt sich mithilfe von privaten Nachrichten (ähnlich einer internen E-Mail-Funktion) sowie mit dem integrierten Chat (ohne Speicherfunktion) direkt und unter Ausschluss der eigenen Öffentlichkeit kommunizieren, oder aber in Form von für das eigene Netz sichtbaren Funktionen auf der eigenen oder einer Pinnwand eines Kontaktes.

Zur Verfügung stehen dafür Funktionen, die ermöglichen sich selbst sowohl durch (eigene oder zitierte) Texte, Bilder, Videos, Musik, Informationen und Verlinkungen auf andere Seiten auszudrücken, sowie sich und andere in nahezu allen diesen Ausdrucksmitteln mittels „Tagging“ (Markierung eines anderen Profils oder Namens) wiederum eindeutig zu bezeichnen. Durch Privatsphäreinstellungen lässt sich regulieren, wer welche Information sehen darf, und wer nicht.

Ein Beispiel eines Ausschnitts der Startseite eines Profils in regelmäßiger Nutzung – und damit eines belebten „Newsfeed“:

⁵⁰ Quelle: www.facebook.com / Der zweite Punkt, „Profil ansehen und bearbeiten“, wird in Kapitel 3.1 näher ausgeführt.

The screenshot shows the Facebook news feed for a user's profile. On the left, there's a sidebar with links like 'Neuigkeiten', 'Statusmeldung...', 'Fotos', 'Links', 'Mehr', and 'Neu'. The main area displays several posts:

- Bellevue.** Das Gelbe Haus fröhliches musizieren im #bevieu "innenhof" vor der lesung über zwei jahrzehnte linzer musikszene und anschl. live-exempel donke&zigon
 - Vor 4 Stunden · Kommentieren · Gefällt mir · via Selective Twitter · follow @bellevuelinz
- Esel Lorenz Seidler** there is a really BIG chance that the f**** audioguide will be finished tonight. uff, been carrying the extra-luggage of cutting that for weeks
 - Vor 4 Stunden · Kommentieren · Gefällt mir
- Viktoria Mohorn** am 11. Juli um 22:47
 - ai, das find ich gut. dann können wir wieder als team die sachen 'rausschleßen' wie die so schön zu sagen pflegt :)
- Stefan Tauber** winter in southafrica
 - Vor 4 Stunden · Kommentieren · Gefällt mir
- Giuliano Melichar** gefällt das.
- Hermann Meingast** am 11. Juli um 20:02
 - Na endlich iluminati cape town
- Claudia Polz** am 11. Juli um 23:53
 - wowdagegen fühlt sich meine münchen-dornbirn pendlerei ja grad ganz schön langweilig an;)

On the right side, there are sections for 'Anfragen' (37 Freundschaftsanfragen, 3 Veranstaltungseinladungen, 69 weitere Anfragen, 57 neue Aktualisierungen), 'Vorschläge' (William 'Billy' Idle), and a 'Gesponsert' section about Facebook being available in 64 languages. There's also a 'Höhepunkte' section with posts from 'Augartenspitzen' and 'Pinwand-Fotos von Kata Drescher'.

Abbildung 10: Startseite/Newsfeed eines Profils in regelmäßiger Benutzung auf Facebook.⁵¹

All diese Funktionen in Anwendung führen über ein herkömmliches Verständnis dessen, was als „Profil“ bezeichnet wird, hinaus. Es ist genau dieser Aspekt, der diese Arbeit motiviert und im abschließenden Teil fokussiert werden soll, um die hier emergierende neuartige Dynamisierung eines (tendenziell) statischen Konzepts im wissenschaftlichen Diskurs neu zu positionieren.

⁵¹ Quelle: www.facebook.at

3 Das dynamische Profil

Phänomenologie des Sein und Werden⁵² im Social Web – exemplarisch am Phänomen der „Wall“, zu Deutsch „Pinnwand“ auf Facebook.

Im Social Web ist die Frage nach dem *Sein* nach allen bisherigen Hinweisen immer ein unzureichender Ansatz. Das Internet mit seiner rasanten Entwicklung war immer ein Phänomen zwischen Evolution der Technik und sozialen Erfordernissen (vgl. Hartmann 2008, 105) – und bleibt damit selbst ein Phänomen in permanenter Veränderung.⁵³

3.1 Zur tradierten Profilfunktion in Facebook

Aus der sozialpsychologischen Forschung ist bekannt, dass es auch im Netz nur in wenigen Situationen und Kontexten der Fall ist, dass die Beteiligten identitätslos auftreten können und wollen. Wie auch die Sorge um Online-Datenschutz und digitales Identitätsmanagement zeigen, ist die sozio-technische Umgebung keinesfalls frei von identifizierbaren Hinweisen, ob nun bewusst übermittelt, versehentlich herausgegeben oder von einem Gegenüber bewusst erschlossen (vgl. Döring 2003a, 353).

So ist es beispielsweise auf Facebook auch technisch nicht möglich, sich mit einem allzu leicht als irrealen Namen zu identifizierenden Synonym anzumelden⁵⁴ In jedem Fall nimmt der Bereich der eigenen Identifizierung („Profilierung“) auf den profilorientierten sozialen Netzwerkplattformen in vielfältiger Form einen zentralen Teil der Möglichkeiten und des Interesses ein, wie auch schon in Kapitel 2.4.3.1 (Nutzung sozialer Plattformen) gesehen. Die inhaltlichen und technischen Angebote, die eine derartige Selbstbeschreibung auf der exemplarisch gewählten Plattform Facebook gemacht werden, entsprechen in etwa auch den Gepflogenheiten zahlreicher anderer Plattformen.

⁵² Die Begriffe Sein und Werden beziehen sich hier explizit nicht auf den philosophischen Gebrauch im Diskurs bis hin zu Heidegger. Sein wird hier als „gewordene Möglichkeit“ verstanden, in diesem Sinn auch als relativ *feststehend* erfassbar. Werden bezeichnet die Idee einer ständigen Bewegung und Veränderung, der es an dieser Endgültigkeit fehlt.

⁵³ Die folgenden Beschreibungen des Seins und Werdens im Social Web orientieren sich mangels existierender theoretischer Grundlagen an der Methode der phänomenologischen oder verstehenden Soziologie, da das fokussierte Phänomen in seiner qualitativen Neuartigkeit weder von übergeordneten Theorien abgeleitet, noch durch systematische Datenerhebungen oder Statistikzahlen erschlossen werden kann (vgl Bühl 2002).

⁵⁴ Aus diesem Grund heißt auch das in Kapitel 2.5.1 als Abb. 8 eingefügte, für diese Arbeit angelegte „Neu-Profil-Beispiel“ „Egon Profil“, und nicht wie ursprünglich geplant „Ego Profil“.

Es gibt immer die Möglichkeit, ein Bild von sich zu veröffentlichen, was bei Facebook zu Beginn des Anmeldungsprozesses durch den Hinweis „*Lade ein Profilfoto hoch: Personalisiere dein Profil und hilf so deinen Freunden dabei dich zu erkennen*“ explizit unterstützt wird. Der nächste Hinweis „*Bearbeite dein Profil: Beschreibe deine persönlichen Interessen, Kontaktinformationen und Mitgliedschaften*“ führt bereits zum erwähnten Bereich der Selbstbeschreibung, der auf Facebook vier Kategorien beinhaltet:

Unter „*Allgemeines*“ gibt es die Möglichkeit, im Wesentlichen die eigenen demographischen Daten bekannt zu geben: Geschlecht, Geburtstag, Heimatstadt, Stadtteil, Familienmitglieder mit Verwandtheitsgrad (Tochter / Sohn / Mutter / Vater / Schwester / Bruder), Beziehungsstatus (Single / In einer Beziehung / Verlobt / Verheiratet / Es ist kompliziert / In einer offenen Beziehung), Interessiert an (Männern / Frauen), Auf der Suche nach (Freundschaft / Verabredungen / Feste Beziehung / Kontakte knüpfen), Politische Einstellung.

Unter „*Persönliches*“ versteht Facebook mehrere Felder mit freier Schreibfläche für folgende Kategorien: Aktivitäten, Interessen, Lieblingsmusik, Lieblingssendungen, Lieblingsfilme, Lieblingsbücher, Lieblingszitate, Über mich.

„*Kontakt*“ fragt nach E-Mails, Instant Messaging-Nutzername(n) (für andere Anwendungen wie Skype, ICQ und viele andere), Handy, Festnetz, Adresse, Stadt/Ort, Nachbarschaft, Postleitzahl, Webseite.

„*Ausbildung und Beruf*“ gibt folgende Möglichkeiten vor: Hochschule, Hauptfach, Nebenfach, Schule (alles mit der Möglichkeit, den jeweiligen Jahrgang anzugeben), Arbeitgeber, Stelle, Beschreibung, Stadt/Ort, Zeitraum.

Natürlich gibt es bei allen Punkten die Möglichkeit, jeweils gezielte Einschränkungen vorzunehmen, wer die angegebenen Informationen tatsächlich sehen darf. Unter den „*Privatsphäreinstellungen*“ lassen sich Daten gänzlich oder mit folgenden Einschränkungen freigeben: „Meine Netzwerke und meine Freunde“, „Freunde von Freunden“, „Nur Freunde“ sowie „Benutzerdefiniert“ (auf diese Weise lassen sich Sichtbarkeiten zusätzlich auf selbst angelegte Gruppen, Einzelpersonen oder auch nur den Nutzer selbst reduzieren). Auch die Gruppen, denen man beigetreten ist, sowie die Seiten, von denen man „Fan“ ist, werden auf dieser Ebene angezeigt.

Was man auf diese Weise erhält, ist eine selbst erstellte, *statische* Selbstbeschreibung: ein „*Profil*“, wie es dem üblichen, tradierten Begriffsverständnis entspricht. Je nachdem, welcher der beispielsweise in Kapitel 2.4.3.2 beschriebenen Nutzertyp diese Felder

ausfüllt, wird das Ergebnis einer entsprechenden Selbstdarstellung entsprechend anders ausfallen.

3.1.1 Varianzen und Variationen von statischen Selbstbeschreibungen

Die Gründe, warum die bekannt gegebenen Informationen häufig stark variieren, hängen mit einer Vielzahl möglicher Faktoren zusammen, die genauer erfassen zu wollen jedoch in den Bereich der psychologischen Diagnostik – und damit in diesem Kontext zu weit führt. Exemplarisch lassen sich jedoch über die angeführte Nutzertypologie (s. Kap. 2.4.3.2 Nutzer sozialer Plattformen) einige charakteristische Differenzen des alltäglichen User-Verhaltens erfassen.

So ist anzunehmen, dass ein „*Produzent*“ dazu tendieren wird, statt eines eigenen Bildes sein Logo, unter dem er seine Werke veröffentlicht oder ein anderwertig repräsentatives Bild zu verwenden, wie es erfahrungsgemäß gar nicht so selten vorkommt. Auch ist anzunehmen, dass dieser Nutzer im Verhältnis wenig Wert auf eine ausführliche Selbstbeschreibung abseits seines Veröffentlichungsinteresses legen wird.

„*Spezifisch Interessierte*“ werden vermutlich gerade im Bereich Persönliches gezielte Informationen bekannt geben, die für Gleichgesinnte bereits in Details rasch einen Wiedererkennungseffekt „zwischen Eingeweihten“ des spezifisch verfolgten Interesses auslösen können.

„*Netzwerker*“ entsprechen in der angegebenen Typologie dem klassischen Nutzer solcher Plattformen. Es ist davon auszugehen, dass diese Gruppe gerade die Pinnwand bevorzugt benutzen wird, und die statischen persönlichen Informationen in einem relativen Mittelmaß verwendet. Da sie zumeist in Überschneidungen mit anderen Nutzertypen in Erscheinung treten, wird auch ihre Selbstbeschreibung in diesem Sinn unterschiedlich ausfallen.

Besonders bei der Gruppe der „*Profilierten*“ lässt sich annehmen, dass sie über ihr Profil die mögliche Vernetzung auf allen Ebenen in Anspruch nehmen wird und den persönlichen, statischen Bereich einer Selbstbeschreibung im Sinne der Kombination aus allen relevanten Typen benutzen.

Der Nachteil eines Denkens in Nutzertypen besteht allerdings auch schon in diesem Bereich des „statischen“, weil selbst erstellten Profils darin, dass es sich ähnlich wie in der Kriminologie beim Versuch Tätertypologien als hilfreiches Raster zu erfassen, vor allem an quantifizierbare Merkmale hält. In der Kriminologie dient der Profil-Begriff also einer Rückübersetzung von Spuren auf ein zu fassendes Objekt über den Weg der „Pathologisie-

rung“. In diesem Sinn werden dann vor allem charakteristische Schnittmengen relevant, die als Formen einer reinen Feststellung, für die qualitativen Feinheiten eines neuen sozialen Raums unempfindlich werden. Um einem neuen Phänomen gerecht zu werden, muss man sich dieser Logik bewusst sein.

Auf den Weg, dass dieser Teil eines Profils aber längst nicht alles ist, was ein Profil ausmacht, bringt auch Facebook selbst. Klickt man auf das Icon „Profil“, wird man automatisch auf die Pinnwand geleitet.⁵⁵

Exemplarisch ein Profil in regelmäßiger Benutzung:

The screenshot shows a Facebook profile page for 'Laura de'Pauli'. At the top, there's a large profile picture of a woman with dark hair and sunglasses. Below it, a status update from Marco Schreuder says 'Schön, jetzt auch hier vernetzt zu sein. :)'. A post from Laura de'Pauli follows, stating 'hat alles, was sie bisher geschafft hat nur geschafft, indem sie so tut, als gäbe es noch genug zeit. bloß: wie tun, wenn die zeit ausläuft?'. There are several comments on this post, including one from Gox Goxinger and another from Laura de'Pauli herself. On the left side, there are sections for 'Informationen' (listing Austria as her network and May 15, 1976, as her birthday) and 'Freunde' (showing 248 friends). At the bottom, there are links for 'Anwendungen' (Apps) and other social media icons.

Abbildung 11: Pinnwand eines Profils in regelmäßiger Benutzung auf Facebook.⁵⁶

Damit wird deutlich, dass auch im Verständnis von Facebook selbst weit mehr als die eben beschriebene, reine „Info-Seite“ als Profil bezeichnet wird.

Über die Einteilung der Nutzertypen hinweg, werden auch die Faktoren der Sozialisierung und somit die Arten des akumulierten Kapitals, wie von Bourdieu in Kapitel 1.3.3 beschrieben, eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen. Wer wann was und wie viel über sich direkt preisgibt, ist immer auch eine Frage der eigenen Einschätzung von Angemessenheit, die auch in diesem Kontext interessant zu untersuchen wäre. Einig ist

⁵⁵ Die in diesem Teil beschriebene „Info-Seite“ wird nur bei einem Erstbesuch auf einem fremden Profil, das nicht zu den eigenen Kontakten zählt, automatisch angezeigt.

⁵⁶ Quelle: www.facebook.at

man sich in diesem Zusammenhang wohl auch, dass Wissen und Information immer der Zugang zur Macht ist. Dieser Grundsatz hebt sich nicht auf, auch, oder gerade wenn man sich im Kontext virtueller Vernetzung bewegt – und führt hier zu grundelgenderen Fragestellungen, die für den weiteren Teil auch besser geeignet scheinen.

3.2 Das Profil als interaktive und dynamische Selbst- und Fremdbeschreibung

Im Folgenden ist dem spezifisch Neuen/Anderen der möglichen kommunikativen Handlungen über die Pinnwand bei Facebook ein Umriß gewidmet:

3.2.1 Die spezifische Ausweitung der sozialen Situation auf Facebook

Die soziale Situation des Individuums auf Facebook ist mit keiner sozialen Realsituation vergleichbar. Egal, ob man nun 30, 300 oder 3000 Kontakte hat, in der Realität wird man kaum alle gleichzeitig an einen Ort bekommen. Und selbst wenn das gelänge: Niemand kann je alles mitbekommen, auch wenn man vor Ort ist. Das weiß bereits unser physisches Dasein zu verhindern (niemand kann überall gleichzeitig sein um synchrone Aktivitäten zu sehen, hören und erfahren) und wirklich umfassende, bis ins Detail reichende Formen von kommunikativer Parallel-Rezeption oder Dauerdokumentation scheitern nicht zuletzt an der Knaptheit der begrenzten Ressource physisch situierter Aufmerksamkeit.

Auf Facebook aber eröffnet das Herzstück jedes Profils, die Pinnwand, eine völlig neue Situation. Im eigenen „Wohnzimmer“ von Facebook hat man entlastet von dem Druck der direkten Interaktion die Möglichkeit, eine Vielzahl von parallel ablaufenden kommunikativen Themensträngen („Threads“) sowohl in Echtzeit, als auch diachron zu beobachten und an ihnen teilzunehmen. Umgekehrt haben zumindest alle eigenen Kontakte jederzeit die Möglichkeit (sofern nicht infolge von gezielten Privatsphäreinstellungen grundsätzlich abgeriegelt), am kommunikativ gebündelten Geschehen im jeweiligen „Innenraum“ teilzunehmen, es zu verfolgen, nachzulesen und zu kommentieren:

Die Dynamik spontaner Kommunikationen, die als Ereignisse im Realraum gleich wieder verklingen, gerinnen hier zu einem unendlichen Archiv⁵⁷. Was sonst unter Umständen nur im Gedächtnis einzelner Personen verbleiben – oder auch gleich wieder vergessen, verdrängt oder zumindest anders nacherzählt werden – kann, bleibt hier grundsätzlich über die Zeit hinweg nachvollziehbar und wieder abrufbar.

Facebook selbst erklärt diese Tatsachen Neuankömmlingen mit folgenden Worten: „*Deine Pinnwand zeigt deine Beiträge sowie Beiträge, die deine Freunde direkt mit dir teilen, an. Standardmäßig ist deine Pinnwand für jeden sichtbar, der dein Profil besucht. Verwende den Herausgeber (Einschub: im englischen Original: „Publisher“) um Nachrichten, Fotos, Videos und Links mit deinen Freunden zu teilen.*“



Abbildung 12: Hilfe – Dein Profil: Pinnwand auf Facebook.⁵⁸

Durch die bestehende Einrichtung der Pinnwand bleiben der Verlauf und die Dynamik von Kommunikation also durch die Möglichkeiten der diachronen Dokumentation und automatischen Speicherung und Archivierung (außer bei aktiver Löschung) über die Zeit hinweg nachvollziehbar.

Dokumentiert werden an dieser Stelle bei unveränderten Basiseinstellungen alle Bewegungen, die ein Individuum in seinem Netzwerk vollzieht. Ob es sich mit einem neuen Kontakt „befreundet“, einen fremden Beitrag kommentiert, an seinem statischen Profil etwas verändert, selbst Bilder, Filme, Links oder sonstiges (mit-)teilt, alles findet sich grundsätzlich in diesem globalen „Spurenspeicher“, der eigenen Pinnwand – sowie für einige Zeit auch im Newsfeed (s. Kapitel 2.5.1 Funktionale Beschreibung von Facebook) aller eigenen Kontakte – wieder.

Angesichts dieses somit prinzipiell für alle Kontakte offenen Archivs der eigenen kommunikativen Performanz (in guten wie in schlechten Situationen) wird das Verhalten auf der Pinnwand und die Form der Teilnahme je nach Nutzer- und Persönlichkeitstypus stark variieren. Die automatische „Abhör-Sicherung“ von alltäglichen Gesprächen, üblicherweise gewährleistet durch Abwesenheit von (oder räumliche Distanz zu) allen anderen Kontakten, fällt weg. Die „totale Vernetzung“ aller (üblicherweise getrennt

⁵⁷ „(...) welche Kraft die Archive unserer Kultur trägt und ihnen Dauer verleiht“ (vgl. Groys 2000, 7) lässt sich bei Boris Groys sowohl in seiner Publikation „Über das Neue“ (2004³), als auch in seiner daruf bezogenen Weiterführung „Unter Verdacht“ (2000) nachlesen.

⁵⁸ Quelle: www.facebook.com

managebaren) kommunikativen Kleinst-Kulturen stellt vor neue Herausforderungen in Sachen Kommunikations-, Netzwerk- und Selbstdarstellungs-Management.

3.2.1.1 Soziale Rollen auf Facebook

Während man in realen sozialen Situationen mit den Kontakten, mit denen man zu tun hat, üblicherweise auch die Bühne ändert (spezifische Kontakte trifft man üblicherweise auch in spezifischen realen Situationen), bleibt im Kreise aller Facebook-Kontakte die Bühne immer die Gleiche: von jedermann einsehbar. Die besonderen Herausforderungen mit Goffmans Rollenkonzept (vgl. Kapitel 1.3.6 Der totale Rollenverdacht), liegen damit auf der Hand:

Welches Stück wird wann, von wem, warum – und für wen – gespielt? Und: Welche Rolle kann man auf einer dermaßen entgrenzten (weil gleichzeitig privaten und öffentlichen) performativen Bühne noch einnehmen, ohne unglaublich zu werden?

Diese Frage macht eine gewisse Zurückhaltung besonders zu Beginn einer „Netzwerk-Karriere“ leicht nachvollziehbar. Neu registrierte Personen auf Facebook verhalten sich zunächst vergleichbar, wie sie es täten, wenn sie einen neuen „realen“ sozialen Raum betreten.⁵⁹

Die Strategien, mit dieser spezifischen Schwierigkeit umzugehen, wechseln, wie bereits angedeutet, im Sinne der Sozialisation des jeweiligen Nutzers – und scheinen vor allem aber auch nur wenige wirklich davon abzuhalten, eine derartige „Allgemeinbühne“ zu benutzen. Möchte man also davon ausgehen, diese neue Vernetztheit auch als *eine spezifisch neuartige Form der Bühne* anzusehen, ist naheliegend, dass mit dem neuen Verhältnis zwischen den teilnehmenden Personen auch neue Gepflogenheiten und Konzepte zur Kommunikationsregie entwickelt werden. Allgemeine Ideen, wie diverse Schwierigkeiten in solchen entgrenzten Räumen zu regeln sein könnten, finden sich zwar bereits in den verschiedenen Ansätzen zur „Netiquette“ (vgl. Kapitel 2.4.3.3). Nicht geklärt ist allerdings die Frage, wie solche „ethischen Maximen“ (diesseits von problematischen Extrempheomenen wie „Cyber-Mobbing“) tatsächlich berücksichtigt und in den zahllosen individuellen Einzelkommunikationen praktiziert oder umgesetzt werden.

Es braucht also individuelle und flexible Strategien für gewünschte Regulationen. Je nach Nutzer mit jeweils wiederum spezifischen Hintergründen, werden diese Strategien zur

⁵⁹ An diesem Gedanken arbeitet derzeit beispielsweise auch Jana Herwig im Zuge ihrer Doktorarbeit im Bereich der „Twitterforschung: Der Initiationsritus des Microblogger/in-Werdens“.

Regulation von Komplexitäten und zur Regie von kommunikativer Performanz unterschiedlich aussehen.⁶⁰ Bevor diesen Strategien ein Ausblick gewidmet werden soll, ist aber noch eine Klärung notwendig, welche elementaren Verhaltensmöglichkeiten überhaupt zum Sein und Werden im Social Web beitragen können, also durch welche Operationen von „innen“ und „außen“ Profile als Membranen formiert und deformiert werden und sich „Interprofilität“ in sozialen Netzwerken dynamisch ereignet.

3.2.1.2 Beiträge zur dynamischen Profilbildung des Individuums („innen“)

Durch die verschiedenartigen Möglichkeiten des Selbstausdrucks, ändert sich die Kommunikation. Es ist nicht mehr länger so, dass man sich nur verbal ausdrücken kann (in schriftlicher Form natürlich auch mit Illustrationen möglich), sondern oftmals wird ein „Zitat“ bereits zur Botschaft. Es lässt sich alles, was gefällt, empört, oder in welcher Weise auch immer bewegt, mit oder ohne eigenem Kommentar auf der eigenen Pinnwand zitieren, oder als Kommentar auf einer fremden Pinnwand (eines eigenen Kontaktes) hinterlassen.

Alles, was in elektronischer Form zur Verfügung steht, kann dabei als eigenes Ausdrucksmittel (weiter-)verwendet werden. Niemand ist mehr gezwungen, sich selbst zu verbalisieren, die neuen Kompetenzen sich auszudrücken laufen selbst über die Idee des „Hybriden“: Bilder, Filme oder Musik werden eingebunden, um beispielsweise mit einem Satz als Kommentar die eigene Meinung auszudrücken, Artikel werden nicht mehr nur am Erscheinungsort kommentiert, sondern auf der Pinnwand ins eigene Profil eingebunden und womöglich diskutiert. Die Möglichkeiten, sich in dieser Weise auszudrücken, nehmen im Social Web täglich zu – und werden zunehmend genutzt⁶¹.

Zumindest für „Intensivnutzer“ sind diese Formen einer multimediale Kommunikation bereits als alltägliche Praxis einzustufen. In so einem Fall werden verschiedene Plattformen, je nach Inhalt, parallel geführt, und meist auch miteinander synchronisiert. So bestehen einfach zu aktivierende Schnittstellen, um beispielsweise seine „Tweets“ (wie die Kurzmitteilungen auf der Mikrobloggingplattform *Twitter* genannt werden), oder auch eine

⁶⁰ Hier zeichnet sich auch ein neues Feld der Medienkunst ab, in dem funktionale Strategien der traditionierten Künste von Rhetorik, Poetik, Schauspiel und Regie neu zu kombinieren und ebenso neu zu analysieren sein werden.

⁶¹ Anschlüsse an die Konzepte der „Inskription“, „Translation“ sowie der „Hybridisierung“, wie sie von der Actor Network Theory für sozio-technische Netzwerke ausgearbeitet werden liegen an dieser Stelle nahe, würden aber zu stark auf wissenschaftliche Kommunikation fokussieren. Dennoch besonders auch für die Hybridisierung von Bild und Text interessant scheint Latour (1990).

eigene Musiksammlung, wie sie als „DJ“ nebenbei auf *blip.fm* laufend in einem musikalischen Profil erstellt werden kann, mit dem eigenen Profil auf Facebook zu synchronisieren, wo sie in den eigenen Verlauf der Pinnwand automatisch übernommen werden.

Jedes Individuum hat grundsätzlich die gleichen Rahmenbedingungen für einen kommunikativen Umgang zu Verfügung, wie sie schließlich aber eingesetzt werden, wird nicht zuletzt nach Nutzertypen variieren – wie auch das Verständnis dessen, wie etwas bewertet werden „muss“: Jedes Individuum ist im gleichen Moment wie in realen sozialen Situationen eigenes Innen – und Außen für andere.

Mögliche Umgangsformen mit in der eigenen Wahrnehmung kritischen Inhalten können sich beispielsweise einerseits im Rückzug, in das Senden von nur persönlichen Nachrichten, Chat oder ein persönliches Gespräch ausdrücken – was aber auch auf Kosten der generierbaren Aufmerksamkeit geht.

Bei Nutzertypen wie dem *Infosucher* und dem *Unterhaltungssucher* wird vermutlich grundsätzlich zurückhaltender kommuniziert – und entsprechend weniger öffentliche Bewegung generiert werden können.

Andere Nutzertypen, wie *Netzwerker* und *Kommunikatoren* werden die neue Sichtbarkeit und Transparenz für die verschiedenen eigenen Systeme, sowie die damit verbundenen potentiellen Auswirkungen auf das reale Sozialleben in Kauf nehmen – und im besten Fall eine gute neue Möglichkeit des Selbsterlebens im Kontext des veröffentlichten Netzwerks erhalten. Besonders diese Gruppen an Nutzern sind für die vorliegenden Überlegungen interessant, denn sie sind es auch, die neue Formen des sozialen Umgangs entstehen lassen und nach und nach etablieren.

Um mit der geänderten Kommunikationssituation umzugehen, können verschiedene Strategien eingesetzt werden, die einem Individuum zur Verfügung stehen. Abseits der Kommunikationsverweigerung durch Schweigen, lässt es sich nicht verhindern, ein „Abbild“ von sich zu erzeugen. Man verrät, ob nun gewollt oder ungewollt, was gefällt, was schockiert, was bewegt (vgl. Kapitel 1.2 Kriminologie).

Es können belanglose Statusmeldungen (Nutzer XY „geht jetzt in die Sonne“) ebenso untergebracht werden, wie philosophische Fragen, Selbstreflexionen, Satirisches, oder auch einfach Fundstücke aus dem Netz – die Möglichkeiten des Selbstausdrucks werden in ihrer symbolischen Form schier unendlich. Gemeinsam ist ihnen nur eines: Jede dieser eigenen Regungen erweitert das Bild, das andere von einem Nutzer haben. Im Sinne

Goffmans lässt sich auf der „Bühne Facebook“ nur bewegen, wenn man bereit ist, sich selbst mit-zu-teilen. Andernfalls ergibt die Teilnahme an diesem Konzept unter Umständen nur wenig Sinn.

3.2.1.3 Beiträge zur dynamischen Profilbildung der Umwelt („außen“)

Wenn bisher (so wie in tradierten Konzepten) die individuellen Beiträge zur Profilbildung im Zentrum standen, so ist es nun eigentlich erst das dynamische Wechselspiel dieser „Innenseite“ eines Profils mit seiner Umwelt oder „Außenseite“, die das Besondere und Neue des Profil-Konzepts im Social Web ausmachen. Dabei gilt, dass jedes Selbst (oder „innen“) natürlich für jedes andere Selbst Teil der Umwelt (bzw. des „außen“) ist und in dieser Funktion als „außen“ verschiedene Möglichkeiten hat zu reagieren.

Grundsätzlich lassen sich in der kommunikativen Situation auf Facebook mehrere Möglichkeiten der Reaktion ausmachen:

Zu Beiträgen aus „Innenräumen“ kann von außen *Zustimmung* ausgedrückt werden, sei es durch den Einsatz der „I like“-Funktion, die mit einem einzigen Klick zu einem Ereignis eine nach oben gerichteten Daumen hinterlässt⁶² und damit die wohl in ihrer Effektivität die kürzeste der positiven Bestärkungen ausdrückt – oder aber in Form von „herkömmlich ausgedrückter“ positiver Verbalisierung als Reaktion und Validierung. Nicht zu vergessen sind die möglichen aktiven Formen Zustimmung zu einer Person öffentlich auszudrücken, indem man beispielsweise eine persönliche Nachricht, ein gewidmetes Lied oder Bild auf der Pinnwand eines anderen hinterlässt.

In gleicher Form ist es natürlich möglich, *Ablehnung* auszudrücken. Ablehnung kann hier, wie in realen sozialen Situationen auch, in Form verschiedener Sanktionen (bis hin zur völligen Verweigerung in Form von konsequenterem Schweigen) angezeigt werden. Ein großes Thema in diesem Zusammenhang sind derzeit auch Formen des „Cyber-Mobbing“.⁶³ Je nach Intensität der jeweiligen Bindungen, können auch Formen von Machtausübung hier immer ein Thema sein. Auch wenn man den Begriff der „Deformation“, der hier für dieses Geschehen vorgeschlagen wird, für zu stark halten

⁶² Eine mögliche Assoziation erinnert an das sogenannte „Klicker-Training“ mit Hunden, in dem sie lernen, über Konditionierung das Klicken als positive Stimulation – und damit Bestätigung für ihr Verhalten – zu erleben. Der essentiellste Unterschied zu Menschen besteht darin, dass es für Menschen nie gleichgültig ist, *wer* einen „Klicker“ betätigt. Eine zentrale Rolle spielt immer, *wem* das eigene kommunikative Handeln gefällt.

⁶³ So findet sich beispielsweise auch auf der Homepage der österreichischen Arbeiterkammer ein eigener Ratgeber „Soziale Netzwerke im Internet, Analyse und Tipps“, der auch diesen Fragen unter dem Titel „So schützen Sie sich vor Belästigung und Cyber-Mobbing“ ein eigenes Kapitel widmet.

würde: außer Zweifel steht, dass alle Mitteilungen und Kommentierungen von außen die eigenen Beiträge neu kontextuieren, ihre Form oder ihren Inhalt nachzeichnen, umzeichnen oder ergänzen, d.h. die eigene Oberfläche in einem sozialem Geschehen transformieren – immer vorausgesetzt: Reaktion und Bewegung findet statt.

Systemtheoretisch gesprochen geht es bei der Frage nach den Beiträgen des Außen um die Anschlussfähigkeit eigener Kommunikationen oder Mitteilungen. Grundsätzlich gilt: Wenn der Anschluss an die eigenen Sinnangebote (ob positiv oder negativ) nicht sichergestellt werden kann, bleiben sie ohne soziale Relevanz und das Profil fällt in einen Zustand zurück, der analog zu tradierten Profilkonzepten nur durch das Innen erzeugt wird. Genau die Vermeidung dieser Einseitigkeit oder Isolierung des Profils kann aber als das eigentliche Ziel von Facebook (genau wie das aller anderen sozialen Netzwerke) betrachtet werden.

Also wird in diesem Kontext die Resonanz des Außen konstitutiv – und diese kann das gesamte erwähnte Spektrum von affirmativ über neutral bis hin zur direkten Ablehnung abdecken – solange nur überhaupt Anschlusskommunikationen erfolgen um die gleichzeitige „Auto-*und*-Allopoiesis“ des Profils aufrechtzuerhalten.

Abseits der gezielten Operationen von Zustimmung und Ablehnung, sind Missverständnisse in Kommunikationssituationen immer auch wesentliches Thema. So sind Defiziterlebnisse oder Irritationen durch unterschiedliche Nutzungsstile beispielsweise zu erwarten, wenn „Internet-Freaks“ und „pragmatische Nutzer“ aufeinandertreffen, oder auch, wenn Personen mit unterschiedlichen kulturellen und sozialisierten Hintergründen aufeinandertreffen (vgl. Döring 2003a, 433f).

Dem tatsächlich neuartigen Phänomen, der durch diese permanente Innen- und Außeneinwirkungen entstehenden „Interprofilität“ soll nun der letzte Teil dieses Kapitels gewidmet sein.

3.2.2 Beobachtbare Phänomene in der dynamischen „Interprofilität“

Zu Beginn dieses letzten Teiles möchte ich noch einmal in Erinnerung rufen: unter dem provisorischen Konzept der „Interprofilität“ wird hier einem besonderen Phänomen Beachtung geschenkt, das nur unter Voraussetzungen stattfinden kann, die an dieser Stelle noch einmal kurz zusammengefasst werden sollen.

- Die vom Nutzer gewählten Privatsphäreinstellungen riegeln nicht grundsätzlich die (teil-) öffentliche Kommunikation über die Pinnwand ab.
- Es handelt sich um Nutzer, die diese Möglichkeit der (teil-)öffentlichen Kommunikation praktizieren, und sich nicht dem Schweigen als grundsätzliche Strategie verschrieben haben.

Wenn diese beiden Bedingungen erfüllt sind, steht einer Beobachtung im Sinne der hier skizzierten Phänomenologie (zumindest im eigenen Netzwerk) nichts mehr im Weg.

In den bisherigen Teilen dieses Kapitels (3.2) wurde versucht, eine Art elementaren dynamischen „Baukasten“ zu erstellen, mithilfe dessen grundsätzlich alles, was im Wesentlichen auf einer Plattform mit „dynamisierten Profilen“ an kommunikativen Dynamiken zu beobachten sein kann, erfasst werden sollte.

Diese Dynamiken lassen sich nun auf ihrem Weg von mikrosoziologischen Phänomenen bis in erste Ansätze und Bewegungen von makrosoziologischen Relevanz nachverfolgen.

Will sich ein Individuum „auf der sicheren Seite halten“, wird es auch die Veröffentlichungen seines Selbst in einem nur schwerlich bedrohbaren Bereich der Belanglosigkeiten halten. So werden Mitteilungen, die sich zumeist auf im eigenen Umfeld allseits bekannte (und damit kaum irritierende) Tatsachen (klassischerweise meteorologische Kommentare o.ä.) beziehen zwar vielleicht ein Echo auslösen, aber kaum zu inhaltlicher Resonanz. Solche Äußerungen des geselligen und gesamtkompatiblen Kommunikationsstils werden zumindest kaum zu jenen, potentiell *bewegenden* Kommunikationen führen, die hier bereits als eine zentrale Besonderheit angesprochen wurden (vgl. Kapitel 3.2.1.2 Beiträge zur dynamischen des Individuums). Kaum jemand aus dem jeweils persönlichen „Außen“ wird sich üblicherweise davon im guten, wie im schlechten Sinne provoziert oder evoziert fühlen, um in irgendeiner tiefergehenden Weise zu reagieren.

Anders sieht die Sache aus, wenn das Individuum beginnt, an Grenzen zu stossen, oder auch aktiv Grenzen auszuloten, was auf einer derartigen Großbühne an *Rollendifferenzen* praktizierbar ist. Die gleiche Aussage kann in diesem Kontext von verschiedenen Mitgliedern des eigenen Netzwerkes völlig unterschiedlich ausgefasst werden – und zu völlig unterschiedlichen Reaktionen führen. An dieser Stelle entsteht das, was hier als Phänomen von spezifischer mikrosoziologisch Relevanz eingestuft wird:

Das Individuum ist gefordert, sich auf seiner eigenen Großbühne seines sozialen Netzwerkes zu *verhalten*. Aufgrund des spezifisch unvergleichlich erweiterten Auditoriums, ist die Möglichkeit verwehrt, direkt auf Rollen im Sinne von *Realbühnen* zurückzugreifen. Egal wie man sich weiter verhält, es kann automatisch – und wird regelmäßig – immer auch in Grenzbereiche der eigenen kommunikativen Performanz kommen.

Damit ist ein anderer Umgang und eine andere Reflexion der eigenen Rollen direkt verbunden. Ob bewusst oder unbewusst reguliert, ein Individuum, das beginnt in diesem Raum kommunikativ zu Handeln, kann dieser Konfrontation nie endgültig entgehen.

Die Möglichkeiten, sich selbst und seine Meinung über zitierte Symbole wie *von anderen* erzeugte Texte, Bilder, Videos oder Musik auszudrücken, wird an dieser Stelle als Einstiegserleichterung gewertet. Über Fremd-Zitiertes ist ein Selbst nie im gleichen Ausmaß potentiell bedroht, wie über *selbst Erschaffenes*. Darüber lässt sich immer auch ein Stück weit regulieren, wie *persönlich* der eigene Profil-Abdruck im Netz erlebt wird – und wie nahe er dadurch gehen kann. Auch in dieser Ausdrucksform kann man sich natürlich an den *Mainstream* halten, um sich, wie auch bereits in Bezug auf eigene Äußerungen beschriebenen, auf der sicheren oder risikofreien Seite zu halten. Eine derartige Risikovermeidung geht aber immer auf Kosten dessen, was im Diskurs um das Social Web unter das ebenfalls undefinierte Stichwort der *Authentizität* fällt.

Authentizität bedeutet also immer auch, Risiken einzugehen – und sich angreifbar zu machen. Es bedeutet, Blicke „hinter die Kulissen“ zulassen zu können. Es bedeutet auch, die mit Goffman so bezeichnete *Hinterbühne* ein Stückweit zur Vorderbühne werden zu lassen. Vor allem bedeutet es aber, sich mit den eigenen Brüchen in seiner Performanz anzufreunden, und selbst davon Abstand nehmen zu können, „sich selbst als ein abgeschlossenes Projekt“ sehen zu wollen. Natürlich ist aber auch die Authentizität selbst weit davon entfernt, nicht *designed* werden zu können.

Ein interessanter Hinweis darauf, was ein Profil braucht, damit es in die beschriebene Richtung „*gelungen*“ ist, kommt natürlich, wie könnte es anders sein, von einem Nutzer von Facebook selbst:



Dmytri Kleiner proposed social media strategy: once per week get excited, once angry, once silly, then optimistic, skeptical, awestruck, once sad. repeat.

Vor 17 Minuten · Kommentieren · Gefällt mir

Stefan gefällt das.

Abbildung 13: Proposed Social Media Strategy.⁶⁴

Es lässt sich also feststellen: Authentizität als Forderung und Design als Praxis verschwimmen auch in den neuen Formen kommunikativer Praktiken auf sozialen Netzwerkplattformen.

Die jeweilige Fähigkeit, sich selbst *authentisch zu inszenieren* wird auch hier eine Schlüsselqualifikation, um zu einer *teilnehmenden Performanz* finden zu können.⁶⁵

Bei allem angebrachten Misstrauen, das man diesen Entwicklungen entgegenbringen mag, lässt sich doch auch feststellen, dass derartige Selbstveröffentlichungen nicht ohne Folgen bleiben. Die für das Individuum in der vorliegenden Annäherung relevanten wurden bereits umrissen, doch dabei bleibt es nicht alleine.

Denkt man alle diese beschriebenen Ansätze und Möglichkeiten zusammen, wird leicht ersichtlich, wie abhängig jedes einzelne Profil von allen anderen Profilen ist, deren Verbindungs- und Trennungsglied selbst wiederum diese eigentümliche Membran „Profil“ ist, die sich in einem laufenden Prozess ständiger doppelseitiger Prägung befindet. Ein Profil ohne Außen, wird kein Profil im hier beschriebenen Sinn. Ein Individuum ohne die Bereitschaft, sich auch ein Stück weit zu veräußern, wird kein Profil haben können, wie es im Sinne der vorliegenden Arbeit besonders reizvoll erscheint. Jedes einzelne Profil ist auf sein Außen ebenso angewiesen, *um geprägt werden zu können*, wie darauf, in welcher Weise ein Individuum mit seinem Profil verfährt.

Mit einer Öffnung der *Hinterbühnen* kommt jene Authentizität zustande, die auch geeignet ist, Aufmerksamkeit zu generieren. Mit dieser Aufmerksamkeit kann es zu jenen personenbeeinflussten Intensivkommunikationen kommen, die ein Selbst tatsächlich auch abseits seines eigenen, virtuellen Abdrucks an kommunikativer Performanz berühren – und bewegen – können.

⁶⁴ Quelle: Mein Dank gilt Dmytri Kleiner, der einer Zitation seiner Statusmeldung hier zugestimmt hat.

⁶⁵ Von einer anderen und vor allem kritischen Seite nähert sich die bereits erwähnte Soziologin Eva Illouz an dieses Phänomen, indem sie vermutet, dass eine umfassende Kenntnis psychologischer Praktiken – in neueren Diskursen oft mit Empathie bezeichnet, der hier angefallene Begriff wäre jener der Rollenübernahme – notwendig sind, um im Internet Beziehungen knüpfen und führen zu können, bei denen man „eine gute Figur machen kann“ (vgl. Illouz 2006, 159).

Es lässt sich also wesentlich festhalten: Von Individuen bearbeitete Profile beeinflussen sich gegenseitig, womit soziale Netzwerke in jedem Fall als Medium für Direktkommunikation (im Sinne von mikrosoziologischer Profil-zu-Profil-Kommunikation) in Erscheinung treten. Durch die darüber hinausreichenden Möglichkeiten, sich und andere wechselseitig zu *bewegen*, wird es aber im gleichen Moment auch Medium für „Massen“.

Beispielhaft sollen hier die sogenannten „Flashmobs“ noch einmal Erwähnung finden⁶⁶. In diesen Fällen funktioniert das Phänomen der viralen Übertragung so besonders gut, weil die Informationen direkt aus dem eigenen, prägenden Netzwerk kommen. Wird zu einem bestimmten Thema ein Sender als Experte angesehen, wird die Botschaft angenommen (im Gegensatz beispielsweise zu herkömmlicher Werbung, die in diesen Netzwerken keine allzu großen Erfolge verzeichnen kann).

Wie gut virale Effekte in sozialen Netzwerken funktionieren, hat auch Facebook selbst bereits mehrfach zu spüren bekommen. Als 2008 klammheimlich und zunächst unentdeckt die Nutzungsbedingungen geändert wurden, um über die Dauer des Bestehens eines Accounts hinaus an allen veröffentlichten Spuren jedes Nutzers uneingeschränkte Nutzungsrechte zu genießen, gab es plattformintern eine Welle der Empörung, die sich in zahlreichen protestierenden Nutzergruppen ausdrückte, deren Mitgliederzahlen nahezu über Nacht auf etliche Tausend stiegen. Facebook sah sich Anfang 2009 schließlich, auch wegen des großen medialen Echos auf die interne Empörung gezwungen, die Änderungen wieder zurückzunehmen.⁶⁷

Es gibt inzwischen zahlreiche Beispiele, wie mit einer einzelnen Nachricht eine Epidemie an viralen Effekten eintreten, die nicht selten in Mobilisierungsphänomenen im „Real-Life“ münden. Mit Jürgen Habermas gedacht, finden sich hier echte Formen eines „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1962).

Damit solche massenmedialen Effekte überhaupt eintreten können, darf aber nicht übersehen werden, dass diese spezifischen neuen Strukturen auf all den unzähligen, einzelnen „Mikromembranen“ fussen. Sie sind es, die in ihrer eigentümlichen Kommunikationsdynamik völlig neue Übergänge zwischen öffentlich und privat, Einzelkommunikation und viralen Lauffeuern konfigurieren.

⁶⁶ Exemplarisch soll hier der Flashmob vom 20. Juni 2009 angeführt werden, der unter dem Titel „Freiheit im MQ! Bring Your Beer to Museumsquartier“ für viele Teilnehmer einerseits – und einiges an medialem Echo andererseits gesorgt hat. (S. z.B. http://derstandard.at/fs/1244460188048/Neue-Hausordnung-Alkoholkontrollen-im-Museumsquartier?sap=2&_pid=13168306)

⁶⁷ S. z.B. <http://diepresse.com/home/techscience/internet/471021/index.do> (Letzter Aufruf: 8. Juli 2009)

Die Tendenzen, die sich aus all diesen Gründen abzeichnen, gehen in eine Richtung, die als eine Form eines kommunikativen „Metanetzes“ verstanden werden kann. So sorgen jetzt schon „Sammelplattformen“ wie *Netvibes* (<http://www.netvibes.com>) oder auch *OpenSocial* (www.opensocial.org) von Netzwerkriese Google dafür, dass jene Seiten, die für den einzelnen Nutzer von Interesse sind, zentral gesammelt beobachtet werden können. Facebook steuert mit seinen angebotenen Schnittstellen dagegen, indem es dafür gesorgt hat, dass Dritte für Facebook Anwendungen schreiben können und andere Netzwerke auf Facebook synchronisiert werden können. Es wird also eine spannende Frage sein, ob eine Vision eines Metanetzes aufgehen kann, wenn doch ökonomische Einzelinteressen an dieser Stelle offensichtlich deutlich dagegen sprechen.

Als unbestritten kann anhand der angeführten Beispiele an dieser Stelle, auch ohne das näher auszuführen, gelten, dass über Netzwerkplattformen auch Makrosoziologische Effekte generiert werden.

Zusammenfassung und Ausblick: Profilbildung durch „Social Web Strategies“

Wie sich in diesem Teil deutlich gezeigt hat, ist ein Profil im vorgelegten Sinn das Ergebnis multipler Performanzen, Choreographien und Dramaturgien. Erst das spezifische Zusammenspiel aus „innen“ und „außen“ als Prägungsdimensionen, erzeugt die spezifisch neuartige Möglichkeit, soziale Kommunikationen und Aushandlungsprozesse in einem einzigartigen Verlauf zu sammen und zu archivieren. Als Ergebnis erhält man eine Vielzahl an Profilen, die sich laufend wie eine Membran durch die Innen- und Außeneinwirkungen in Prägung befinden. Damit entsteht eine einzigartige Form eines eternalisierten Gedächtnisses der Flüchtigkeiten und Dynamiken in Form eines großangelegten Spurenspeichers.

Das Profil in dieser „Membran“-Form ist also das Ergebnis multipler und diffiziler Aushandlungsprozesse in Form von kommunikativen Handlungen, Interaktionen und Performanzen zwischen:

- Innen: (statisches Profil PLUS) Formen von Selbstinszenierung, Selbstdarstellung, Veröffentlichungen, Veräußerungen

und

- Außen: äußerer Reaktionen im Sinn von Anschlusskommunikationen (Bestätigung, Verstärkung, Zustimmung etc.) und Nicht-Anschlüssen (Sanktionen, Verweigerung, Korrekturen etc.)

Aus diesen sozialen Zutaten besteht jedes einzelne Profil in seinem täglichen „Geschäft“ der unendlichen Co-Profillierung.

Unter diesen Bedingungen wachsen täglich zahlreiche Formen an Sichtbarkeiten, Lebendigkeiten, dynamische Figuren, Identitäts-Kinetiken, Explizierungen, Exponierungen und Explizitheiten individueller Profile, die jeweils für sich eigene Kunstfertigkeiten entstehen lassen, über verschiedene Methoden eine „gelungene“ Dynamik zu gestalten.

Damit führen auch all die hier skizzierten Phänomene und Dynamiken als völlig neue Form der Selbstexplikation, Selbstvisualisierung oder Selbst-Theoretisierung von Kommunikation, wie auch eine völlig neue Form der „Selbst-Publizistik“, die eine Reihe an Fragen nach sich ziehen, die am besten mit dem Begriff der „Profil-Regie“, Profil-Dramaturgie und Profil-Choreographie bezeichnet werden können.

„In der Kultur zählt, wie in der Ökonomie, das Ergebnis. Der höchste Anspruch nützt nichts, wenn ihn die Rezeption nicht aufnimmt.“ (Franck 1998, 160)

Vor dem Hintergrund von Georg Francks Analysen zur Aufmerksamkeit als hart umkämpftes Gut in unserer heutigen Zeit⁶⁸, lässt sich leicht nachvollziehen, dass Bewegung und damit Beachtung des eigenen Profils zu generieren, ein häufig angestrebtes Ziel ist. An kaum einem Ort sonst wird derartig sichtbar, wie viel oder wie wenig Beachtung man im Kreis seiner Kontakte zu generieren in der Lage ist.

Wenn davon ausgegangen wird, dass es sich um einen aktiven Nutzer handelt, lässt sich also auch davon ausgehen, dass die (öffentliche) Pinnwand nicht nur in passiver Form in Verwendung ist, wie das durch reine Informationsbewegungen⁶⁹ der Fall wäre.

Damit kann auch angenommen werden, dass jeder Nutzer nach seinen eigenen Interessensschwerpunkten dafür sorgen wird, Aufmerksamkeit zu generieren, wodurch sich eine neue Herausforderung ergibt. Durch die Aufhebung der „geschlossenen Räume“ in dieser Form der Selbstdarbietung, kann nur teilweise auf bestehende Rollenerfahrungen im Sinne Goffmans zurückgegriffen werden. Auch werden sich soziale Toleranz und kommunikative Interessen mit unterschiedlichen Umfeldern ändern. Um Aufmerksamkeit in Form von „Anteilnahme“ generieren zu können, werden je nach „Gesellschaftscluster“, in dem man sich grundsätzlich bewegt, andere Inhalte Interesse wecken.

Relevant werden Unterschiede der Lebensstile, Ausdrucksgepflogenheiten, kommunikativer Sitten, das akzeptierte Maß an Offenheiten und Vertrautheiten, eben alle Dos and Dont's der sozialen Handlungen, die damit üblicherweise einher gehen – ohne sie aber vor allen anderen Kontakten, die sich selbst wiederum üblicherweise vielleicht in ganz anderen Clustern bewegen, „verstecken zu können“.

„Kompetent in der Herstellung und Verbreitung populärer Kultur ist, wer direkte Publikumserfolge vorweisen oder glaubhaft versprechen kann. Kompetent im hohen Fach ist nur, wer Anerkennung seitens derer findet, die ihrerseits für kompetent gelten.“ (Franck 1998, 160)

Je nach Stil und Geschmack (ganz im Sinne Bourdieus), sind die Ziele unterschiedlich, was an Wirkungen durch Inhalte versucht wird zu generieren. So macht es alleine schon einen großen Unterschied, ob man sich „in einem Raum“ mit weiteren 30, 300 oder 3000 „Freunde“ bewegt.

⁶⁸ Um seinen Essay „Die Ökonomie der Aufmerksamkeit“, entstand eine eigene, große Debatte um diesen Begriff, die auch einige Bedeutung für die Kommunikationswissenschaften aufweist (Frank 1998).

⁶⁹ Reine Informationsbewegungen sind in diesem Fall beispielsweise „Nutzer A hat sich mit Nutzer B befreundet“.

Viele Kontakte zu haben ist nicht nur eine Frage der eigenen guten Vernetzungsfähigkeiten. Es ist auch eine Form der Machtdemonstration, indem man anderen dadurch indirekt vermitteln kann, dass sie austauschbar sind. Gleichzeitig verzichtet man aber auf die Möglichkeit, über die gezielte *Auswahl* an Freunden zu beeinflussen, was auf der eigenen Profilseite passieren kann. Je mehr Kontakte man hat, desto schwieriger wird es, performativ zu kontrollieren, zu welchen Formen der Anteilnahme es kommt.

Hat jemand viele Kontakte generiert, doch auf seinem Profil findet keine Anteilnahme statt, sind die Kontakte wiederum weit weniger aussagekräftig, über den Stand der Person in seinem Netzwerk etwas auszusagen. Das Profil läuft Gefahr, an Glaubwürdigkeit zu verlieren.

„Wer von prominenten Kollegen besprochen – und sei es nur ausführlich kritisiert – wird, gewinnt dadurch selbst ein Stückchen Prominenz.“ (Franck 1998, 117)

Ähnliche Fragen entstehen auch mit Formen vorab bestehender Prominenz und Reputation. Manche Nutzer generieren binnen kürzester Zeit Unmengen an Kontakten, ohne sich direkt darum bemühen zu müssen. Jemand, der vorab bereits über kulturelles Kapital in Formen von Reputation und Prominenz verfügt, wird in den Umfeldern, wo sein Kapital etwas zählt, nie Schwierigkeiten haben, „Freunde“ zu finden.

In der Regel sind es auch die gleichen Nutzer, die sich um Beiträge und Reaktionen auf der Pinnwand ihrer Profilseite wenig Sorgen machen müssen. Auf ihren Seiten passiert immer etwas. Allerdings ändert das nichts an der bereits beschriebenen Bedingung: Performativ zu kontrollieren, was dabei an Inhalten entsteht, wird spätestens dann besonders schwierig. Darüberhinaus wird mit der Menge an generierten Inhalten auch wahrscheinlich, dass sich manche ihrer Kontakte nicht mehr zu Wort melden, auf deren Worte sie aber vielleicht Wert legen würden. Ein derartig öffentliches und veröffentlichtes Profil, wird von den interaktiven Feinheiten, die auch möglich sind, nur noch selten belangt werden.

Nutzer, die also ausreichend viele Kontakte zulassen, tolerieren die dabei entstehenden „massenmedialen“ Nebeneffekte. In dem Kontext liegt nahe, sich an den Nutzertypus des Produzenten zu erinnern. Hat man vor allem Interesse daran, dass möglichst viele Menschen den eigenen Namen und die eigenen Werke kennen, wird das als Ziel ins Zentrum des Interesses rücken – und als effizienteste Form der kommunikativen

Regulation öfter die Taktik des Schweigens eingesetzt werden, wenn man mit Reaktionen auf eigene Veröffentlichungen nicht einverstanden ist.⁷⁰

Evident ist: „Auseinandersetzungen“ brauchen Zeit, Energie und Nerven. Ein anderer Umgang mit der eigenen Pinnwand erfordert also auch ein anderes Kontakte-Management.

Legt man auf die direkte Kommunikation mehr wert, muss es den Raum geben, „Auseinandersetzungen“ führen zu können. Es ist also davon auszugehen, dass es gewisse Grenzwerte geben wird, bis zu denen so ein Raum als „gesichert“ gelten kann.⁷¹ Innerhalb dieser Grenzwerte spielen die Darbietungen eines Profilinhabers eine noch viel wesentlichere Rolle, als in den bisher beschriebenen Formen der „prominenten Nutzer“. Hier werden Fragen der Abwechslung eine Rolle spielen (der Besucher eines Profils will unterhalten werden, damit er wieder kommt), hier wird es eine andere Rolle spielen, welche Inhalte generiert werden, um sowohl im eigenen als auch im Interesse der Kontakte handeln zu können. Hier wird das eine weit größere Rolle spielen, wo das Interesse, das diese Arbeit zentral motiviert hat, wesentlich zum Tragen kommt. Hier wird eine Form der tatsächlichen Interaktion bezeichnet werden können, die auch das Individuum zu *berühren* vermag. Hier beginnt das eine Rolle zu spielen, was tatsächliche Aushandlungsprozesse zwischen einem „Innen“ und einem „Außen“ ausmachen. Hier können Begegnungen im sozialen Netzwerk über die externalisierte eigene Oberfläche auf einem Bildschirm tatsächlich einzelne Individuen *bewegen*.

Wie schon im Sinne des Vorwort von Ralph Dahrendorf zu Goffmans Untersuchung „Wir alle spielen Theater“ (s. Kapitel 1.3.6 Der totale Rollenverdacht), lässt sich an dieser Stelle anmerken, dass die zwangsläufig veränderten Rollenstrukturen durch die entstandene „Großbühne“ auch dazu führen können, dass Nutzer dieser Bühne, gewollt oder ungewollt, selbst zu „Verrätern“ und „Denunzianten“ in diesem Sinn werden. Inkonsistenzen können vor einem derartig heterogenen Publikum gar nicht mehr vermieden werden, was aber auch einen wesentlichen Reiz ausmacht. Es ist dieser Blick, der ein Stück weit hinter die Kulissen der eigenen Umfelder führt, der Bedrohung und Reiz im gleichen Moment ist. Damit bleibt für jeden der teilnimmt auf seine Art nur die Frage, wie damit umzugehen ist, wenn man sich nicht für Schweigen entscheidet – womit auch nicht mehr weiter

⁷⁰ Natürlich nur, solange beispielsweise ein Kommentar nicht von jemandem kommt, auf dessen Meinung man tatsächlich Wert legt.

⁷¹ Sei es durch die gezielte Kontrolle über die Menge und Art der eigenen Kontakte, oder über gezielte Regulationen der Privatsphäreinstellungen.

verwunderlich, dass „Authentizität“ ein dermaßen strapazierter Begriff in diesem Kontext geworden ist.

In jedem Fall sollte spätestens an diesem Punkt deutlich sein, dass es sich hier um ein emergierendes Feld handelt, das für die Publizistik und Kommunikationswissenschaft von einiger Relevanz zu sein scheint und in dem es sich lohnen würde, in möglichen empirischen und theoretischen Anschluss-Studien genauere Untersuchungen vorzunehmen.

Literaturverzeichnis

- Abels, Heinz (2006). Identität. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Abels, Heinz (2004³). Interaktion, Identität, Präsentation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Alby, Tom (2007). Web 2.0: Konzepte, Anwendungen, Technologien. München/Wien: Hanser.
- Alpar, Paul. Web 2.0 – Eine empirische Bestandsaufnahme. Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH.
- Beck, Ulrich (1986). Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich (1983). Jenseits von Klasse und Stand? In: Kreckel, R. (Hg.) Soziale Ungleichheiten, Sonderband 2 der Sozialen Welt, Göttingen: Schwartz, S. 35–74.
- Bieber, Christoph (Hg.) (2004). Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Frankfurt am Main: Campus-Verlag.
- Blumauer, Andreas/Pellegrini, Tassilo (Hg.) (2009). Social Semantic Web: Web 2.0 – Was nun? Berlin/Heidelberg: Springer Verlag.
- Bourdieu, Pierre (1982). Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Boyd, D. M./Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), Article 11. Aus: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (Letzter Zugriff: 4. Juli 2009)
- Bühl, Walter L. (2002). Phänomenologische Soziologie. Konstanz: UVK Verlag.
- Döring, Nicola (2003²). Sozialpsychologie des Internet: Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen [u.a.]: Hogrefe, Verlag für Psychologie (zitiert als 2003a).
- Döring, Nicola (2003²). Identität + Internet = Virtuelle Identität? *forum medienethik* Nr. 2/2000. München: kopaed verlagsgmbh. S. 65–75 (zitiert als 2003b).
- Ellison, Nicole/Lampe, Cliff/Steinfield, Charles (2009). Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities. *Interactions Magazine* (16) 1. Aus: <https://www.msu.edu/~nellison/EllisonLampeSteinfield2009.pdf> (Letzter Zugriff: 4. Juli 2009)
- Groys, Boris (2000). Unter Verdacht. Eine Phänomenologie der Medien. München/Wien: Hanser.
- Groys, Boris (2004³). Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie. Frankfurt am Main: Fischer. (Erstausgabe: 1992, München/Wien: Hanser.)

Franck, Georg (1998). Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München/Wien: Hanser.

Fuchs, Christian (2009). 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/Wien: Forschungsgruppe UTI. Aus: http://fuchs.icts.sbg.ac.at/SNS_D.html (Letzter Zugriff: 4. Juli 2009).

Goffman, Erving (2009⁷). Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper Verlag.

Goldmann, M.; Heerwig, C.; Hooffacker, G. (1995). Internet. Per Anhalter durch das globale Datennetz. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt.

Grassmuck, Volker (2004²). Freie Software. Zwischen Privat- und Gemeineigentum. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Habermas, Jürgen (1981). Theorie des kommunikativen Handelns. (Bd.1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung, Bd. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft) Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Hamann, Götz (2008). Die Medien und das Medium. Web 2.0 verändert die Kommunikation der Gesellschaft. In: Meckel, Miriam/Stanevska-Slabeva, Katarina. Web 2.0. Die nächste Generation Internet. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, S. 213–227.

Hartmann, Frank (2008). Multimedia. Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG.

Heesen, Jessica (2008). Medienethik und Netzkommunikation. Öffentlichkeit in der individualisierten Mediengesellschaft. Frankfurt am Main: Humanities Online.

Hoffmann, Jens; Musolff, Cornelia (2000). Fallanalyse und Täterprofil. Geschichte, Methoden und Erkenntnisse einer jungen Disziplin. Wiesbaden: Bundeskriminalamt.

Hügli, Anton/Lübcke, Poul (2001⁴). Philosophielexikon. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt.

Illouz, Eva (2003). Der Konsum der Romantik. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Illouz, Eva (2006). Gefühle in Zeiten des Kapitalismus. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Jarren, Otfried (1998). Internet – neue Chancen für die politische Kommunikation? In: Aus Politik und Zeitgeschichte B40, S. 13–21.

Kluge, Friedrich (2002²⁴). Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin; New York.

Latour, Bruno (1990). Drawing Things Together. In: Lynch, Michael; Woolgar, Steve (Hg.) Representation in Scientific Practice. Cambridge, MA: MIT Press, S. 19–68.

Leggewie, Claus; Bieber, Christoph (2004). Interaktivität – Soziale Emergenz im Cyberspace. In: Bieber, Christoph (Hg.). Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Frankfurt am Main: Campus-Verlag, S. 7–14.

- Luhmann, Niklas (1984). Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mauerer, Tina; Alpar, Paul/Noll, Patrick (2008). Nutzertypen junger Erwachsener in sozialen Online-Netzwerken in Deutschland. In: Alpar, Paul. Web 2.0 – Eine empirische Bestandsaufnahme. Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH., S. 207–232.
- Mead, George H. (1973). Geist, Identität und Gesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Meckel, Miriam; Stanevska-Slabeva, Katarina (Hg.) (2008). Web 2.0. Die nächste Generation Internet. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Niethammer, Lutz (2000). Kollektive Identität. Heimliche Quellen einer unheimlichen Konjunktur. Reinbeck/Hamburg: Rowohlt.
- Pfaller, Robert (Hg.) (2000). Interpassivität. Studien über delegiertes Genießen, Berlin/New York: Springer.
- Pinker, Steven (2003). Das unbeschriebene Blatt. Die moderne Leugnung der menschlichen Natur. Berlin: Berlin Verlag.
- Reissig, Roman (2008). Visualisierungen von Zugängen zur Wissenschaft. Universität Wien: Diplomarbeit.
- Richter, A.; Koch, M. (2007). Social Software – Status quo und Zukunft, Technischer Bericht Nr. 2007-01, Fakultät für Informatik, Universität der Bundeswehr München. Aus: http://www.unibw.de/wow5_3/forschung/social_software/ (Letzter Zugriff: 26. Juni 2009)
- Sanin, Daniel (2002). Zur Kritik des Identitätsbegriffs. Eine Analyse im Spannungsfeld von Subjektivität und Kollektivität. Universität Wien: Diplomarbeit.
- Schmidt, Jan; Pellegrini, Tassilo. Das Social Semantic Web aus kommunikationssoziologischer Perspektive. In: Blumauer, Andreas/Pellegrini, Tassilo (Hg.) (2009). Social Semantic Web: Web 2.0 – Was nun? Berlin/Heidelberg: Springer Verlag, S. 453–468.
- Schmidt, Jan (2007). Social Software als Gegenstand und Werkzeug der Online-Forschung. IN: Welker, Martin/Olaf Wenzel (Hg.). Online-Forschung 2007: Grundlagen und Fallstudien. Neue Schriften zur Online-Forschung Band 1. Köln: Herbert von Halem, S. 251–272. Preprint aus: <http://www.schmidmitdete.de/archives/42> (Letzter Zugriff: 26. Juni 2009, zitiert als 2007a)
- Schmidt, Jan (2007). „Social Software: Facilitating information-, identity- and relationship management“. In: Burg, Thomas N./Jan Schmidt (Hg.). „BlogTalks reloaded“. Norderstedt: Books on Demand, S. 31–49. Aus: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-10215> (Letzter Zugriff: 26. Juni 2009, zitiert als 2007b)
- Schroll, Willi; Rodenhäuser, Ben/Neef, Andreas (2007). Mash Up Your Business! Der Web 2.0 Report. Essen/Karlsruhe/Berlin: Z_punkt GmbH.
- Schulmeister, Rolf (2002). Taxonomie der Interaktivität von Multimedia. In: it+ti Nr. 4/2002. (193–199) Aus: www.zhw.uni-hamburg.de/pdfs/interaktivitaet.pdf (Letzter Zugriff: 5. Juli 2009)

Stegbauer, Christian (Hg.) (2008): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.

Stegbauer, Christian; Jäckel, Michael. Social Software – Herausforderungen für die für die mediensoziologische Forschung. In: Stegbauer, Christian (Hg.) (2008): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften, S. 7–10.

Stocker, Alexander; Tochtermann, Klaus. Anwendungen und Technologien des Web 2.0: Ein Überblick. In: Blumauer, Andreas/Pellegrini, Tassilo (Hg.) (2009). Social Semantic Web: Web 2.0 – Was nun? Berlin/Heidelberg: Springer Verlag, S. 63–82.

Thiedeke, Udo (Hg.) (2004). Soziologie des Cyberspace: Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.

Tönnies, Ferdinand (2005) [Erstauflage 1887]. Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der reinen Soziologie. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Zimmer, Daniela (2009). Soziale Netzwerke im Internet, Analyse und Tipps. Wien: AK Wien/Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation. Aus: www.arbeiterkammer.at/bilder/d101/RatgeberSozialeNetzwerke.pdf (Letzter Zugriff: 26. Juni 2009)

Studien

Kommunikation 2.0. Studie zur Nutzung von Social Media. Wien: comrecon. im Auftrag von: ambuzzador (2009).

Privatsphärenschutz in Soziale-Netzwerke-Plattformen. Darmstadt: Fraunhofer Institut (2008). Aus: www.sit.fraunhofer.de/Images/SocNetStudie_Deu_Final_tcm105-132111.pdf (Letzter Zugriff: 5. Juli 2009)

Web 2.0: Soziale Netzwerke – Modeerscheinung oder nachhaltiges Geschäftsmodell? Frankfurt am Main: PricewaterhouseCoopers (2008).

Web 2.0 – Eine Begriffsdefinition und eine Analyse der Auswirkungen auf das allgemeine Mediennutzungsverhalten. Köln: Grundlagenstudie des Markt- und Medienforschungsinstitutes result (2007). Aus: http://www.result.de/assets/public/doc/web-2.0-studie_result_swrf_februar_2007.pdf (Letzter Zugriff: 5. Juli 2009)

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Clara Landler
Geburtsdatum: 15. Mai 1976
Geburtsort: Österreich/Wien

Ausbildung

Seit Oktober 2002 Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Fächerkombination aus Psychologie, Philosophie und Rechtswissenschaften an der Universität Wien
Mai 1999 Berufsreife matura
1994–1998 Fachschule für Bildhauerei [HTBLA Hallstatt]
1986–1994 AHS [BRG Wien XXI, Franklinstrasse 21; BRG Wien XIX, Billrothstrasse 26–30; BORG Bad Aussee, Unterkainisch 150]

Berufspraxis

Seit August 2008 Redakteurin: Veranstaltungen/Kultur | *Tageszeitung Heute*
Frühjahr 2008 Marketing, PR, Projektkoordination: Kinostart Dokumentarfilm "Einst süße Heimat" | *Golden Girls, Framelab*
2005–2007 Organisation, Projektmanagement: Kulturverein *nomad-theatre*
Aug./Sept. 2005 Projektkoordination: „artists in residenz“ | *KulturKontakt Austria*
Juni/Juli 2005 Projektmitarbeit, PR: *Orange 94.0*
2004–2005 CMS Schulungen, Projektkoordination, technische Betreuung: *factline* | (in Kooperation mit) *Universität Wien*
2004–2005 Content Management, Usability: *factline*
Frühjahr 2005 Projektmitarbeit, PR: Musikkulturprojekt *SeriousPop*
2003–2005 Tutorin: Step 1 – Step 4 | *Universität Wien*
2001–2002 Assistentin Bühnenfotografie: *Wulz Services*
2000–2001 PR, Assistenz: Künstler *Andreas Reimann*
1999–2000 Schmuckdesignerin: *Pierre Lang*
1998–1999 Projektleitungsassistenz: *Stachl-Film GmbH*

Sonstiges

2005–2006 Wahlfachkorb Kulturrecht: *Juridikum Wien*
1998 Unternehmerprüfung
Sprachen: Englisch/Bulgarisch (Grundkenntnisse)