

Individualität und die Voreinstellungen des Positiven - ein Essay über den Erfolg von Facebook

Hoeber, André

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hoeber, A. (2012). Individualität und die Voreinstellungen des Positiven - ein Essay über den Erfolg von Facebook. *kommunikation @ gesellschaft*, 13(Sonderausgabe), 1-7. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0228-201213029>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Essay

Individualität und die Voreinstellungen des Positiven - Ein Essay über den Erfolg von Facebook

André Hoever (Berlin)

Soziale Netzwerke im Internet sind in aller Munde. Vor fünf Jahren noch als ein etwas skurriles und irgendwie unverständliches Spielzeug für Teenager belächelt, gehört es für viele Menschen heute zum ganz gewöhnlichen Alltag, sich in ihr Profil einzuloggen und darüber mit anderen zu kommunizieren. Wie so oft, wenn es um Entwicklungen im Internet geht, wird mit steigender Akzeptanz ein bestimmter Dienstleister bevorzugt und auf einen quasi monopolistischen Status gehoben. Im Fall der sozialen Netzwerke ist das Facebook, das mit über 800 Millionen aktiven Mitgliedern das größte soziale Netzwerk der Welt ist.¹ Ich möchte Facebook daher als Beispiel nehmen, um der Frage nachzugehen, warum Netzwerke im Internet so erfolgreich sind.

Rein quantitativ sind 800 Millionen Mitglieder eine geradezu phantastische Zahl. Dabei macht Facebook keine Werbung. Es gibt keine Spots im Fernsehen, keine Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften. Der enorme Erfolg ist ausschließlich über Mundpropaganda zustande gekommen und einer übermäßig großen Anzahl von Menschen scheint es sofort eingeleuchtet zu haben, sich dort anzumelden. Das ist auch deshalb erstaunlich, weil Facebook keine Lücke in den Kommunikationsmöglichkeiten füllt. Der Durchbruch des Handys war die Möglichkeit zum Wechsel von einer ortsgebundenen Kommunikation, wie sie das Festnetz vorgab, hin zu einer personengebunden, ortunabhängigen Kommunikation. Facebook besitzt im Vergleich dazu keine direkte technische Neuerung. Informationen über sich auf Pinnwände einzutragen (zu „posten“) und dafür Kommentare zu erhalten war schon vorher ohne weiteres auf Blogs möglich. Auch sind persönliche Nachrichten, die man über Facebook versendet, lediglich eine Form der E-Mail und stellen ebenso wenig eine Neuheit dar, wie die Möglichkeit des Chatters oder das Hochladen von Fotos und Videos, das auf Plattformen wie flickr oder Youtube bereits seit längerem populär ist. Die Zusammenlegung dieser Funktionen auf Facebook lässt sich, von einem technischen Standpunkt aus gesehen, als praktisch bezeichnen, nicht aber unbedingt als etwas Neues.

Neu hingegen sind die Konsequenzen für das soziale Handeln, die sich aus dieser Zusammenlegung ergeben. In diesem Essay soll die These vertreten werden, dass die Innovation von Facebook vor allem darin liegt, das Individuum in einem starken Maß aufzuwerten und zu-

¹ Bei der Nutzeranzahl handelt es sich um eine Eigenauskunft von Facebook. Online verfügbar: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (Stand: 15.11.2011).

gleich aufgrund seiner Interaktionsstruktur eine positive Atmosphäre zu erzeugen, die diese Aufwertung mit einer Sicherheit rahmt, wie sie sonst kaum vorhanden ist.²

Paradoxe Individualität

Kommen wir zunächst zur Aufwertung der Individualität. Die Struktur der Situation, wie sie Facebook seinen Nutzenden vorgibt, erscheint im Bezug auf Besonderheit zunächst paradox. Während sich die Einmaligkeit eines Menschen nach Simmel (vgl. 1890: 102) bekanntlich aus einer jeweils eigenen Überschneidung sozialer Kreise ergibt, die Menschen durch eine Vielzahl von Situationen führen, die sich aus ihrer sozialen Stellung, der beruflichen Tätigkeit, aus Interessen und Neigungen, sowie aus dem geographischen Standort ergeben, gibt Facebook im Gegensatz dazu lediglich einen Weg zur Einmaligkeit vor: der Nutzende muss ein Profil eröffnen. Jede Person, die Facebook nutzt, muss sich mit ein und derselben Profilstruktur auseinandersetzen und gemäß ihrer Vorgaben agieren. Hierbei ist es unerheblich, wo auf der Welt sie sich befindet, aus welchen Motivationen und Motiven sie dem Netzwerk beigetreten ist und auf welche Art und Weise sie es nutzt. Facebook, so könnte deshalb gemutmaßt werden, löst damit Individualität tendenziell auf oder schwächt sie zumindest ab. Dennoch sehen die Nutzenden, mit denen ich gesprochen habe, keinerlei Gefahr in diese Richtung. Vielmehr ist das Gegenteil der Fall; häufig taucht in den Daten das Argument auf, dass es doch schon allein unter den eigenen Freunden so viele verschiedene Arten gäbe, sich darzustellen, dass ein Vergleich ziemlich schwierig werde.

Prominente Individualität

Woher kommt der Eindruck, dass Individualität auf Facebook beinahe noch als gesteigert erlebt wird, wenn es sich gleichzeitig um eine vollständig standardisierte Situation handelt? Vor allem die Pinnwand dient als Ort auf dem Nutzende tagesaktuell einem ausgewählten Publikum über sich berichten. Wenn wir für diese Situation einen Vergleich suchen, finden wir eine ähnliche Struktur im Prominentenklatsch.

Prominente sind die Inkarnation von Individualität, sie sind – welche Gründe auch immer dazu geführt haben – per Definition etwas Besonderes. Dieses Besondere spiegelt sich in der Berichterstattung über Prominente wider, die überwiegend Informationen umfassen, die als trivial gelten könnten, würden sie nicht dadurch geadelt, dass es sich um Prominente handelt. Es wird über berufliche Schritte berichtet, über Beziehungen, die der Prominente eingegangen ist oder gelöst hat, über Partys und Events, bei denen er anwesend war und auch Meinungen, die ein Prominenter zu einem bestimmten Thema hat, werden gerne wiedergegeben. Was ein bekannter Mensch sagt ist immer interessanter als die Meinung des Mannes von der Straße, beinahe gleichgültig worauf diese Bekanntheit beruht.

Auf Facebook wird nun die Struktur des Prominentenklatschs übernommen und zugleich auf ein alltägliches Niveau überführt. Pinnwandeinträge sind inhaltlich mit dem Prominenten-

² Die folgenden Überlegungen und Deutungen bilden den Inhalt eines Kapitels meiner Dissertation über Facebook mit dem Titel „Die individuelle Handlungsfreiheit auf Facebook“. Empirisch beruht diese Arbeit auf halbstandardisierten Interviews, die mit 20 Facebook-Nutzenden geführt wurden.

klatsch identisch. Auch hier wird über Ereignisse berichtet, die sich im Leben einer Person zugetragen haben, auch hier tauchen Partyfotos auf, auch hier werden Kommentare zum Zeitgeschehen abgegeben, wie es Prominente so gerne tun. Hierbei soll nicht der Eindruck erweckt werden, dass alle Facebook-Nutzenden prominent sein wollen. Vielmehr wird behauptet, dass der Prominentenstatus als Krönung des Individualismus zu verstehen ist und Facebook eine Möglichkeit bietet, sich diesen Status auf einem alltäglichen Niveau anzueignen. Nicht Prominenz an sich wird hier hergestellt, sondern die Form, durch die sich Prominenz ausdrückt, wird verfügbar gemacht.

Ein solcher privater Prominentenstatus macht den gemeinen Nutzenden wie einen öffentlich Prominenten zu etwas besonderem. Zudem hat er einige Vorteile: im Gegensatz zur öffentlichen Berichterstattung behält der Nutzende die Kontrolle über die Information, die, zumindest auf seinem Profil, über ihn veröffentlicht werden. Weiterhin werden die Pinnwandinformationen einem Publikum zugänglich gemacht, zu dem ein gewisses Vertrauen besteht. Dieses Vertrauen besteht in der Sicherheit, wahrgenommen zu werden und fußt darauf, dass die befreundeten Facebook-Nutzenden sich für gewöhnlich kennen. *Bekanntheit* ist der Schlüssel dafür, dass uns Nachrichten von Prominenten interessieren, *Bekanntschaft* der Schlüssel, warum uns die Nachrichten von Facebook-Freunden interessieren. Nichts ist langweiliger als das Profil eines Unbekannten. Sobald man jedoch mit jemandem bekannt ist, auch nur flüchtig, ist ein gewisses Interesse zumindest latent vorhanden.³ Ein solches Vertrauen auf Wahrnehmung ist auch im Bezug auf andere Dienstleistungen im Internet ein Pluspunkt. Während auf Blogs um die rare Aufmerksamkeit einer anonymen Masse gerungen wird, garantiert Facebook seinen Nutzenden im Gegensatz dazu ein interessiertes Publikum in Form eines Freundeskreises.

Eine andere Seite dieses Vertrauens besteht darin, dass der Nutzende weiß, wem seine Pinnwandeinträge zugänglich sind und er deshalb persönlicher und privater werden kann, als es gegenüber einem anonymen Publikum der Fall wäre. Damit ist keine totale Offenlegung der eigenen Privatsphäre gemeint. Im Gegenteil, man muss als Nutzender nicht im Klartext posten, was man gerade tut und wie man sich gerade fühlt, sondern kann auf ein Hintergrundwissen des Publikums bauen, also darauf, dass bestimmte Informationen eingeordnet werden können. Kodierte Botschaften werden möglich, die nur von bestimmten Leuten (engeren Freunden; Kollegen; Personen, die bei einer bestimmten Situation zugegen waren) verstanden werden. Somit kommt es zu einer zweiseitigen Sicherheit noch bevor ein Pinnwandeintrag überhaupt geschrieben ist; die Sicherheit auf ein interessiertes Publikum zu treffen und die Sicherheit, sich so ausdrücken zu können, wie man möchte, und in jedem Fall verstanden zu werden.

Freisetzung von Verpflichtungen

Ein weiterer grundsätzlicher Unterschied zur öffentlichen Prominenz ist die Freiheit, die dem Nutzenden beim Inhalt Pinnwandinformationen zusteht. Während ein öffentlich Prominenter Informationen über sich und sein Handeln liefern *muss*, um seinen Status zu erhalten und

³ Das ist im Übrigen auch in der Umkehrung der am häufigsten genannte Grund warum Freundschaften wieder gelöst werden. Man kennt den anderen zu wenig, als dass seine Pinneinträge dauerhaft interessieren könnten.

dabei meist bestimmte Erwartungen an ihn gestellt werden, zeichnet sich Facebook durch eine Freisetzung solcherart Verpflichtungen aus. Eine solche Freisetzung ist auch im Vergleich zu alltäglichen Interaktionsformen zu verzeichnen, wie zum Beispiel dem Face-to-Face-Gespräch oder dem Telefonat. Diese Art von Situationen beinhalten ein konkretes Gegenüber, also jemanden, der zuhört, und sie verlangen eine geeignete Gelegenheit. Jemand, der etwas mitteilen möchte, muss sich mit dem jeweiligen Gegenüber und mit der herrschenden Situation auseinandersetzen und das, was er sagen will, entsprechend anpassen.

Facebook kommt an dieser Stelle dem individuellen Impuls entgegen, zu jeder Zeit einfach das zu sagen, was man gerade möchte. Als besäße das Leben jetzt einen zusätzlichen Raum, in dem man sich jederzeit begeben und erzählen kann, was einen gerade bewegt, schreiben Nutzende ihre Gedanken auf die Pinnwand. Sie entladen dadurch ihr aktuelles Bedürfnis nach Mitteilung in dem Bewusstsein einer Zuhörerschaft, ohne jedoch auf ein konkretes Gegenüber angewiesen zu sein. Vielmehr ist ein Publikum virtuell präsent, das durch die persönliche Bekanntschaft stets latent interessiert ist. *Latent* interessiert nicht nur aufgrund der Bekanntschaft, sondern auch deshalb, weil es nicht auf den Pinnwandeintrag einer bestimmten Person wartet. Vielmehr fügt sich ein neuer Eintrag in einen immer vorhandenen Fluss von Pinnwandeinträgen ein. Das Publikum stellt somit selbst wenige Ansprüche hinsichtlich des Beginns einer Interaktion. Es verlagert vielmehr den Entschluss zu seinem Beginn in den Einzelnen hinein. Wer wann was auf Facebook mitzuteilen hat ist eine Sache der individuellen Entscheidung. Sie wird unabhängig von anderen getroffen, da weder die Erwartung noch eine Verpflichtung zum Pinnwandeintrag besteht.

Ein bedeutender Umstand dabei ist, dass sich dies für *jeden* Nutzenden so verhält. Jeder Nutzende ist sowohl Star seines Profils, als auch zugleich Publikum seiner Freunde. Er kann zu jeder Zeit von einer Position in die andere wechseln, indem er sich aktiv schreibend oder passiv lesend verhält. Der Status der Nutzenden ist auf diese Weise ausgeglichen. Dies ist ein besonderer Clou von Facebook und zugleich eine Erklärung dafür, dass die Standardisierung über die Profile so notwendig ist. Jeder Nutzende kann sich der Prominentenstruktur bedienen, doch das hierarchische Gefälle, das normalerweise zwischen einem Prominenten und einem Publikum steht, wird aufgehoben. Damit kann jeder Nutzende zu jeder Zeit Informationen über sich abgeben, ohne sich an anderen orientieren zu müssen.

Kein negativer Response

Pinnwandeinträge werden für gewöhnlich von Freunden kommentiert, bzw. mit dem ‚Gefällt mir‘-Zeichen versehen. Die Tatsache, dass diese Freunde dabei nicht, wie in einer direkten Interaktion, eine gewisse Rückmeldungspflicht besitzen (auf mündliche Ansprache muss in irgendeiner Form reagiert werden), stellt ein besonderes Signal an den Postenden dar. Er wurde wahrgenommen, er wurde bestätigt – das Vertrauen hat sich als berechtigt erwiesen.

Dass Rückmeldungen Bestätigungen darstellen, gilt dabei wie selbstverständlich. Kein Interviewpartner hatte Angst vor negativen Kommentaren. Vielmehr erfreut man sich an Rückmeldungen, die naturgemäß positiv zu sein scheinen. Warum ist das Negative so ausgeschlossen? Zunächst ist jeder Pinnwandeintrag seinem Inhalt nach persönlich. Der entscheidende Kontext eines Eintrages ist die Person, die diesen Eintrag postet. Das Publikum besteht dabei aus überlappenden sozialen Kreisen, was eine zu starke Fokussierung auf bestimmte

Themengebiete ausschließt. Nutzende wollen vielleicht nicht allen, aber doch vielen ihrer Freunde die Möglichkeit zur Rückmeldung geben, daher halten sie die Einträge meist allgemein.

Die Allgemeinheit des Inhaltes wird weiterhin mit einer positiven Konnotation gekoppelt. Aussagen wie „Wohin man schaut: Nichts als Baustellen!!!“ oder „Wer kommt mit, die Lagerfahne vom Nachbarhof klauen?“ laden zur fröhlichen Zustimmung ein. Diese Einträge haben die Struktur der Situation im Sinn und sind von vornherein so gestaltet, dass man ihnen durch einen kurzen Kommentar oder den ‚Gefällt mir‘-Button zustimmen kann. Sensible Themen wie persönliche Sorgen oder Ängste verlangen hingegen Rückmeldungen, die über solche einfachen Antwortschleifen hinausgehen. Sie werden daher vermieden, wenn sie nicht einen ironischen doppelten Boden besitzen oder so verschlüsselt sind, dass sie nur von wenigen Eingeweihten verstanden werden können. Beide Elemente machen eine einfache Rückmeldung erneut möglich, da die erste Strategie negatives in positives wendet und die zweite Strategie eine kodierte einfache Antwort gestattet, die in aller Öffentlichkeit stattfinden, vom Nutzenden jedoch in ihrer Komplexität aufgeschlüsselt werden kann.

Auch auf Seiten der Kommentierenden ist eine Tendenz zur positiven Äußerung vorgezeichnet. Zum einen verhindert die Minimalbekanntschaft negative Kommentare. Es handelt sich ja nicht um unbekannte Leute, nicht um wirklich Prominente, die da etwas posten, sondern um Menschen, die sich persönlich angegriffen fühlen würden. Entsprechend liefe man bei einer negativen Rückmeldung in die Gefahr eines persönlichen Konflikts, der zudem noch in der semi-öffentlichen Umgebung des Profils seinen Ausgang nähme. Für einen solchen Konflikt wird allerdings weder ein Pinnwandeintrag, noch Facebook selbst als wichtig genug bzw. als geeigneter Ort empfunden. Infolgedessen schweigt man eher, als das man sich kritisch äußert.

Ein weiterer Aspekt hängt mit der bereits erwähnten Mittelbarkeit der Situation selbst zusammen. Der Kommentierende ist freigesetzt von einem Zwang zur direkten Reaktion. Freunde von Nutzenden sind nicht gezwungen, etwas zu kommentieren und sie sind ebenso zeit- und ortsunabhängig wie diejenigen, die eine Information erst gepostet haben. Dies bedeutet, dass die negativen Aspekte eines Gesprächs; der falsche Moment, die eigene schlechte Laune, die Unlust zu einer Konversation, auch auf dieser Seite weitestgehend ausgeschaltet sind. Damit ergibt sich eine für alle Beteiligten angenehme Situation; Interaktion kann durch Kommentare hergestellt werden, doch niemand ist persönlich dazu verpflichtet.

Aufgrund dieser drei Komponenten; dem Öffentlichkeitsbewusstsein der Nutzenden, der Zwanglosigkeit auf Seiten der Kommentierenden und dem eine positive Unterstützung rahmenden Kontext Facebook, entsteht eine *Atmosphäre der Bejahung*, eine Welt gegenseitiger Unterstützung.⁴

⁴ Hierbei impliziert Facebook selbst eine positive Grundstimmung. Neben der Möglichkeit des textlichen Kommentars steht die bereits erwähnte Funktion des ‚Gefällt mir‘-Buttons zur Verfügung. Einen ‚Gefällt mir nicht‘-Button gibt es nicht. Facebook ist somit, wie einer meiner Interviewpartner es ausgedrückt hat, „buttontechnisch gesehen nicht demokratisch“. Die Ausschließlichkeit der Zustimmung über die Mechanik des Buttons bildet einen Kontext, der indirekt vorgibt, wie auch die schriftlichen Kommentare gestaltet werden sollen.

Sanktionen

Diese Atmosphäre kann und soll verteidigt werden. Auf der einen Seite ist natürlich nicht auszuschließen, dass nichtsdestotrotz negative Kommentare ihren Weg auf ein Profil finden können. Eine Nutzerin, bei der dies der Fall war, hat daraufhin zwei Arten von Sanktionen angewandt; einer ihrer Freunde wurde für das Kommentieren ihrer Beiträge gesperrt, ein anderer als Freund gelöscht. Facebook gibt somit bei Verstößen gegen das positive Klima seinen Nutzenden geeignete Mittel zu Sanktion an die Hand. Auch diese Form der Macht verleiht das Netzwerk nicht nur einzelnen, sondern jedem seiner Nutzenden. Damit ist Herrschaft gleichmäßig verteilt und zudem auf das jeweils eigene Profil begrenzt. Jedem ist es somit möglich, das schöne Klima individuell durchzusetzen bzw. dem persönlichen Empfinden nach zu regulieren.

Das gilt wiederum auch für das Publikum, das die Pinnwandeinträge liest. Zwar wird Kritik wenig geäußert, das heißt aber nicht, dass man sie über sich ergehen lassen müsste. Ein Vorteil von Facebook gegenüber der realen Welt besteht darin, dass sich Äußerungen von Menschen ausblenden lassen. Mit einem Klick lässt sich einstellen, dass Pinnwandeinträge von bestimmten Leuten nicht mehr angezeigt werden. Der Urheber dieser Nachrichten erfährt davon nichts. Man kann den anderen ganz bequem ignorieren, ohne die angenehme Atmosphäre anzutasten.

Was macht Facebook nun so erfolgreich?

Facebook bietet Menschen die Möglichkeit, in einer sicheren Umgebung als besondere Individuen wahrgenommen zu werden. Nutzende erhalten die Möglichkeit mit einer beliebig großen Menschenmenge in Kontakt zu stehen. Diese Menge ist aber keine gesichtslose Masse, sondern ein Kreis aus mehr oder weniger Bekannten, deren Wohlwollen derart garantiert ist, dass es nicht mehr als besonders wahrgenommen wird. Innerhalb eines solchen Publikums ist der Nutzende eine bekannte Persönlichkeit. Diese Persönlichkeit weiß, dass das, was sie sagt, mit Interesse wahrgenommen wird. Die eigenen persönlichen Informationen und die der Freunde werden als wichtig erachtet und positiv unterstützt. Somit kann das Individuum sich als etwas Besonderes fühlen und seine Besonderheit in einer Atmosphäre wohlwollender Unterstützung ausleben. Für diesen Status befindet es sich nicht in Konkurrenz mit anderen, sondern vielmehr sind die Beteiligten einander gleichgestellt. Wer würde nicht gerne Teil einer solchen Welt sein?

Literatur

Simmel, Georg, 1890, Über soziale Differenzierung: Sociologische und psychologische Untersuchungen. Leipzig. Duncker & Humblot.

Kontakt zum Autor:

André Hoever

Promovend in der Graduiertenschule
des Exzellenzclusters „Languages of Emotion“
Freie Universität Berlin

a.hoever[at]fu-berlin.de

Bitte diesen Artikel wie folgt zitieren:

Hoever, André (2012): Individualität und die Voreinstellungen des Positiven – Ein Essay über den Erfolg von Facebook. In: Zurawski, Nils / Schmidt, Jan-Hinrik / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Phänomen „Facebook“. Sonderausgabe von *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 13, Beitrag 2. Online-Publikation: <http://nbn-resolving.de/nbn:de:0228-201213029>