SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Die Strategie der Sichtbarmachung: zur Selbstdarstellungslogik bei Facebook

Benkel, Thorsten

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Benkel, T. (2012). Die Strategie der Sichtbarmachung: zur Selbstdarstellungslogik bei Facebook. *kommunikation @ gesellschaft*, *13*(Sonderausgabe), 1-11. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0228-201213038

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.

gesis
Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Mitglied der
Leibniz-Gemeinschaft

Essay

Die Strategie der Sichtbarmachung. Zur Selbstdarstellungslogik bei Facebook

Thorsten Benkel (Frankfurt)

Zusammenfassung

Auf den ersten Blick gibt Facebook den Eindruck einer Internetplattform, die Nutzern die Möglichkeit der Vernetzung und die Chance der Veröffentlichung privater Daten, Bilder und Einstellungen gegenüber Eingeweihten gibt. Ein näheres Hinsehen offenbart, dass Facebook Sozialität jedoch nicht generiert, sondern inkorporiert, und im Gegenzug Selbstdarstellungen nicht lediglich abbildet, sondern sie konstruierbar macht. Sichtbarmachung meint nicht: zeigen, wie man ist, sondern: gestalten, wie man sein kann und sein will. Die Abbildungen und Vernetzungen dokumentieren Imagekonstruktionen, die eine „Authentizität zweiter Ordnung" aufweisen, insofern sie nicht so sehr auf die Wiedergabe empirischer Tatsachen justiert sind, sondern einem (gleichwohl subjektiv authentischem) *Darstellungswunsch* folgen. In dem Beitrag soll also gezeigt werden, dass Facebook weder Menschen, noch soziale Kontakte, sondern vorrangig vor allem strategische Sichtbarmachungen sichtbar macht.

1 Gesichter und Vernetzungen

Facebook – ein Buch der Gesichter? Eingelöst wird dieses in der Namensgebung verheißene Darstellungsversprechen nicht, denn Facebook ist kein Katalog physiognomischer Sehenswürdigkeiten – jedenfalls nicht in erster Linie. Der explizite Rekurs auf das Gesicht (vgl. Michel 1990) ist aber insofern angebracht, als damit die Zweiseitigkeit des visuellen Aufschlüsselns der sozialen Umwelt angesprochen ist. Einerseits kann das *andere* Gesicht, das Gesicht meines Gegenübers, als erster Fixpunkt der Begegnung in Interaktionssituationen gelten, während andererseits das *eigene* Gesicht der physiologische Ort der zentralsten aller Wahrnehmungsoperationen, nämlich des *Sehens* ist (vgl. Ings 2008). Sehen und gesehen werden sind im Alltagsleben zwei unvermeidbare und ineinander verschränkte „Erkenntnisoptionen", denen sich jeder in der Öffentlichkeit stehende Akteur zu stellen hat, ob er dies wünscht oder nicht. Im Internet dominiert ein anderer Rahmen (vgl. Goffman 1980): Handlungen, sofern sie überhaupt von anderen registriert werden, sind hier üblicherweise nicht sichtbaren Akteuren zuschreibbar, sondern werden mit einer „un-sichtbaren", gleichwohl wirkungsvollen Präsenz von Personen in Verbindung gebracht, die zunächst/zumeist *gesichtslos* sind.

Facebook verspricht schon im Namen eine Rückverschiebung der Rahmenbedingungen, indem es seine Nutzer nicht, wie im Internet üblich, als Avatare, Nicknames oder IP-Adressen adressierbar (und *verantwortungszuschreibbar*) macht, sondern zunächst von ihren Gesichtern bzw. genauer: von der dokumentierten Sichtbarkeit/sichtbaren Dokumentation ihrer Körperlichkeit ausgeht. Deren Abbildung wird als zentrales und grundsätzliches Moment für alle

http://nbn-resolving.de/nbn:de:0228-201213038

weiteren Kommunikationen und Anwendungen von Facebook deklariert, ohne diese Tragweite tatsächlich aufzuweisen zu können, denn es gibt keinen Kontrollmechanismus, der die „Identität" des Bildes (und des angegebenen Namens) mit der tatsächlich aktiven Person überprüft. Entscheidend ist somit nicht die auf eine konkrete Identität rückführbare „Ausweisfunktion" jener Bilder, die Facebook-Nutzer von sich selbst einstellen, sondern generell die Möglichkeit, in Eigenregie eine „Sichtbarkeit" zu platzieren, die mutmaßlich vor allem das abbildet, was man von sich selbst abgebildet und dargestellt wissen möchte.[1] Um den Preis der eigenen Sichtbarmachung (und namentlichen Benennung) gewährt Facebook sukzessive die Chance, unter der Überschrift der *sozialen Vernetzung* Sichtungen *anderer* Sichtbarkeiten vorzunehmen.

Bis in die Fachliteratur hinein ist die Unterstellung populär, bei Facebook handele es sich um ein „soziales Netzwerk". Mit diesem Begriff wird verschleiert, dass es sich tatsächlich um eine technische Einrichtung handelt, die soziale Vernetzungen gleichsam *sichtbar* zu machen verspricht. Facebook „ist" kein „Sozialmechanismus", aber Facebook greift das Bedürfnis seiner Nutzer auf, über eine die Kommunikationen im lebensweltlichen Nahraum transzendierende Festschreibung ihrer sozialen Kontakte zu verfügen. Nichts am „technischen System" von Facebook ist sozial, aber Facebook gibt seinen Nutzern ein Werkzeug in die Hand, mit dessen Hilfe *sie selbst* ihre Sozialität dokumentieren und somit gewissermaßen *objektivieren* können. Wer in Facebook die Auflistung seiner Sozialkontakte vor Augen hat, macht eine Erfahrung, die in der Alltagssphäre früher einmal solche relativ antiquierten Kulturgüter wie der Stammbaum, wie eingeheftete Familienfotos oder wie das Poesiealbum geboten haben: Die soziale Welt, der man selbst wie an einem „Nullpunkt des Koordinatennetzes" gegenüber steht (Schütz/Luckmann 2003: 152), ist hinsichtlich weiter Teile ihres „Personalbestandes" (und hinsichtlich der spezifischen Beziehungsaspekte, die ihn mit diesem Nullpunkt verbinden) in überschaubarer Weise aufgelistet. Er erlangt mit dieser *auch für andere sichtbaren* Festsetzung so etwas wie eine quasi-materielle Gültigkeit, die über die bloße innere Gewissheit, dass zu X, Y und sogar zu Z eine Verbindung besteht, weit hinausreicht.

Für die spezifischen Räumlichkeitsverhältnisse des Internets scheint die Metapher vom Koordinatennetz namens Welt wie gemacht. Zur „Mitbevölkerung" dieses Koordinatennetzes gehört zunächst prinzipiell *jeder*, aber nahe an meinen eigenen „Nullpunkt" vernetzt (und damit meinen „sozialen Kreisen" zugehörig, wie sich mit Simmel [1989] formulieren lässt), sind vor allem diejenigen Akteure, denen ich eine entsprechende Position und Relevanz aktiv zuschreibe. Die Konstitutionswege sozialer Beziehungen folgen in der Alltagswelt jedoch keinem Regelwerk. Verbindungen zu anderen Menschen ergeben sich auf vielfältige Weise – und lösen sich mit der gleichen Unberechenbarkeit auch wieder auf. Die Lebensweltaspekte, die dafür verantwortlich sind, lassen sich weder komplett überschauen, noch vorhersehen, noch vollständig lenken. Bei Facebook wird dieses komplexe Geflecht in reduzierter Form

---

[1] Auch ohne „Profilbild" kann an Facebook teilgenommen werden, doch widerspricht die damit implizierte absichtsvolle *Unsichtbarmachung* in gewisser Hinsicht der „Philosophie" der Plattform, bei der schließlich das optische Darstellungsmanagement stark im Vordergrund steht. Facebook „ohne Face" ist, wenn man so will, beinahe schon eine subversive Nutzungstaktik: Vielleicht hebt erst der *sichtbar unterwanderte Sichtbarkeitszwang* in seiner überraschenden Auffälligkeit die Subtilität und Konformität, die diesen Zwang begleitet, hervor?

http://nbn-resolving.de/nbn:de:0228-201213038

aufgegriffen. Eine Suchfunktion ermöglicht das Auffinden anderer Personen und eine Anfrage über das wechselseitige Einverständnis, miteinander in sozialer Verbindung zu stehen (oder stehen zu wollen) initiiert die „Bekanntschaftsvernetzung", um nochmals Simmel zu zitieren. Nutzer vernetzen sich miteinander, um sich im Rahmen der gebotenen Kommunikationskanäle auszutauschen, um Inhalte zu vermitteln und um über Einsichten in die *bricolage* (Lévi-Strauss) der Lebenswelt von Mitmenschen zu verfügen – was zugleich bedeutet, dass jeder Nutzer seinen individuellen Informations- oder Unterhaltungsbedarf in Blickrichtung auf jeden anderen Nutzer aktivieren kann, der der Vernetzung zustimmt und damit einem (in Einzelaspekten individuell veränderbaren) reziproken „Beobachtungskonsens" beigepflichtet hat.

Das akkumulierte Sozialkapital, also: die Namensliste derjenigen Nutzer aus dem Koordinatennetz der Facebook-Welt, mit denen man sich schließlich vernetzt (im Binnenjargon: „befreundet") hat, wird durch die Modi der Sichtbarmachung und der „Veröffentlichung" von Kommunikationen auf den Profilseiten (etwa von Nachrichten, Kommentaren, Zustimmungsbekundungen, eingefügten Hyperlinks usw.) in ein *Ordnungsschema* gepresst. Wer wem was auf welche Weise mitteilt, ist in übersichtlicher Anordnung dokumentiert. Es besteht zwar die Möglichkeit, entsprechende Kommunikationen als Privataustausch ohne Anteilnahme des „öffentlichen Blicks" jener Nutzer vorzunehmen, die diese Öffentlichkeit jeweils konstituieren, weil man sich mit ihnen vernetzt und dadurch die eigene Sichtbarkeit sichtbar gemacht hat; doch gerade die Veröffentlichung von (in Text, Bild oder Ton vermittelbaren) Inhalten, die sukzessive als Produkte der Sichtung einer anderen Sichtbarkeit (genauer: der rahmenspezifischen Bekräftigung der je vorliegenden sozialen Beziehung) in Erscheinung treten und selbst etwas neues Sichtbares schaffen, macht den Clou von Facebook aus.

Vor hundert Jahren sprach Simmel von „Wechselwirkungen" zwischen Individuen, welche die Keimzelle der „Vergesellschaftung" ausmachen (Simmel 1999). Solche Wechselwirkungen mögen face-to-face oder auf Distanz initiiert worden sein, sie mögen ein Leben lang halten oder nur wenige Augenblicke dauern, sie mögen enge Freundschaften betreffen oder flüchtige Begegnungen – solange das Moment der wechselseitigen Bezugnahme aufeinander gegeben ist, ist die Vernetzungsidee realisiert. In diesem Sinne muss der „Netzwerkcharakter" von Facebook gelesen werden. Nicht nur machen Akteure sich hier füreinander sichtbar, sie machen auch die wechselseitige Sichtbarmachung sichtbar. Das Vernetzen der „Freunde" mit- und zueinander findet nicht als Geheimveranstaltung statt, sondern ist üblicherweise (sofern keine „Privatsphären-Einstellungen" vorgenommen werden, die dies explizit unsichtbar halten – eine Verheimlichungspraxis, von der Facebook abrät) ein nachvollziehbarer, in tabellarischer Anordnung abgebildeter Teil der Selbstdarstellung, also einer von mehreren Bausteinen der „Plakatierung" des Ichs. Diese Sichtbarmachung von Vernetzungen ist nicht an *Qualitätskriterien* geknüpft, die die beteiligten Sozialakteure ihrer Beziehung jeweils zusprechen, sondern weist als Minimalanforderungen schlichtweg die erwähnte Konsensentscheidung zweier Facebook-Nutzer auf, dokumentieren zu wollen, dass sie in Wechselwirkung stehen.[2]

[2] Eine Hierarchie oder besser: *Stratifikation* der Sozialkontakte ist in einem zweiten Schritt durch die Zuordnung der „Freunde" in Kategorien wie „beste Freunde", „Arbeitskollegen", „Familie", „Partner" usw. möglich; so kann die (hinsichtlich der einzelnen Verknüpfungen immerzu der gleichen Prozedur und Bedingungen unterworfene) „Vernetzungsmasse" ausdifferenziert werden.

http://nbn-resolving.de/nbn:de:0228-201213038

Schon diese Dokumentationsentscheidung ist indes selbst eine Wechselwirkung, also selbst bereits der performative Beleg jenes Austausches von sozialem Kapital, der dadurch erst beweiskräftig gemacht werden soll. Diversen, häufig im Sound des Kulturpessimismus vorgetragenen Wehklagen zum Trotz sind die Verbindungen und Beziehungen, die auf diese Weise geknüpft werden, in der Tat *reale* Sozialkontakte, entstanden unter der besonderen Bedingung, dass die Partizipanten die Dokumentation ihrer sozialen Beziehung im Zuge einer „Kommunikation unter Abwesenden" betreiben. Selbst die *systemintern* bestehende Option, die vorhandenen Kontaktmöglichkeiten von Facebook für eine Vernetzung zu nutzen, welche *ohne* eine im Außerhalb des Internets wurzelnde Interaktionsbasis auskommt, ändert nichts am realen Willen realer Personen, sich selbst und anderen auf diese Weise eben jenen Willen zu bekunden, sich sichtbar miteinander „vernetzen" zu wollen.

2 Imagekonstruktionen

Nähert man sich Facebook mit einem Erkenntnisinteresse, das die Präsentation individueller Lebenswirklichkeiten fokussiert, so fällt rasch auf, dass der neugierige Blick nicht darauf, sondern auf die Sichtbarkeit von *Imagekonstruktionen* fällt. Das „Profil" wird in Facebook als Spiegelung jener Persönlichkeit verhandelt, die der Nutzer qua Namenszuordnung und auf Basis seiner persönlichen Angaben zu sein behauptet. Es ist damit zugleich der vorgebliche Ausweis seiner lebensweltlichen Gesamtausrüstung, die schließlich nicht anders als in dieser (Selbst-)Darstellung „erreichbar" ist. Selbst im unmittelbaren Interaktionskontext außerhalb des Internets ist die Lebenswelt einer Person allenfalls durch Kommunikationen bzw. durch Beobachtungen *rekonstruierbar*; sie ist von außen nicht „erlebbar" (vgl. Honer 2011: 30). Facebook liefert hier eine, wenn man so will, Überbrückung: Indem es dazu einlädt, die eigene Lebenswelt (oder wenigstens jene Partien, die Nutzer für darstellenswert und wichtig halten) mithilfe spezifischer Präsentationsmittel (Geschmackspräferenzen, Erlebnisaufzählungen, Fotoabbildungen usw.) vermittelbar zu machen, wird eine neue Sichtbarkeit geschaffen, an die ausdrücklich angeschlossen werden kann. Die Lebenswelt ist etwas gemeinhin Unsichtbares, die Erinnerung und den Habitus einer Person Bündelndes, das zugleich in Handlungen und Einstellungen zurückfließt und dabei entäußerlicht wird. Sie wird jedoch im Alltag explizit eher sporadisch greifbar – einzig dann nämlich, wenn diesbezügliche Fragen oder Darstellungsinteressen im Raum stehen, weil sie situativ „passen" oder konkret angefordert werden. In Facebook taucht sie, aufgebrochen in einzelne Fragmente, kompakt in Form mehrerer abrufbarer Auflistungen und Personenangaben auf und ist in dieser Form bei all dem unmittelbar an die Person geknüpft, die sich damit *selbst* die Inhalte ihres „Ich-Seins" attestiert.

Es ist zwar keineswegs unüblich, dass Menschen in *Selbstauskünften* Zeugnis ablegen über die (notwendig subjektiv wahrgenommene) eigene Biografie (vgl. Benkel 2010). Dabei bleibt aber stets ein unausgesprochener lebensweltlicher „Rest" bzw. ein personenbezogener „Sinnüberschuss" (vgl. Bourdieu 1987: 127) übrig. Wie überall, taucht auch bei Facebook das Eingeständnis der Unvollständigkeit individueller Selbstdarstellungen wenn überhaupt, so nur „zwischen den Zeilen" auf: Inmitten der Imagekonstruktionen der Nutzer findet sich zwar genügend Platz für das Aufzeigen der (mithin in verschiedene vorgegebene Kategorien ablegbaren) Lebensumstände, der Einstellungen und relevanten Wertstandpunkte (mit Bourdieu: der *Distinktion*) und überhaupt der privaten Lebensphilosophie; aber was das ganz Persönliche, Intime betrifft, so stehen die Profile offenbar für viele (wenn auch gewiss nicht für alle)

Nutzer wohl doch zu sehr im Fokus fremder Blicke. Bekenntnisse, die im Alltag nur den engsten Freunden und vertrautesten Familienmitgliedern offenbart würden, scheinen in Facebook, so der stillschweigende Konsens wohl der allermeisten Nutzer, deplatziert zu sein, und es mutet nachgerade bizarr an, dass jemand sich mithilfe solcher Auskünfte ein „authentischeres" Selbstbild würde konstruieren wollen. Das wiederum soll nicht als These missverstanden werden, wonach Facebook nichts weniger als eine „neue Wirklichkeit" sichtbar macht. So sehr die Logik der Selbstdarstellung hier eigenen Regeln folgt, so sehr ist doch andererseits klar, dass das Ausloten der technischen und gestalterischen Möglichkeiten keineswegs in eine „Parallelwelt" entführt, die ganz und gar abseits der gesellschaftlichen Wirklichkeit liegt.

Die Vorstellung, dass sich nicht nur Persönlichkeiten, sondern sogar soziale Beziehungen zwischen Persönlichkeiten auf der Ebene von Internetportalen „spiegeln" lassen, ist nicht deshalb so populär, wie Facebook derzeit populär ist, weil der „Cyberspace" gegenüber der außervirtuellen Wirklichkeit den Vorteil der komplexitätsärmeren (flexibleren, zeitökonomisch günstigeren, überschaubaren) Handhabung sozialer Kontakte aufweist. Dagegen klingt die Vorstellung, dass es sich um ein Ablenkungsmanöver handelt, welches die Unmöglichkeit übertüncht, sich sein Leben im Alltag gleichsam „wohlgeordnet" einzurichten, nicht plausibel, weil die Nutzung von Facebook schließlich selbst in das Alltagsleben eingebettet ist. Andererseits ist in der Soziologie seit Jahrzehnten von einer spürbaren Brüchigkeit sozialer Verhältnisse die Rede. Laut Befunden zur „Risikogesellschaft" (Beck 1986) ist ein Verlust von stabilen Rahmenbedingungen der Ausgangspunkt einer mehr oder minder exzessiven „Ich-Jagd" (Gross 1999) inmitten der schwer überschaubaren „Multioptionsgesellschaft" (Gross 1995). Die eigenständige „Erbastelung" der subjektiven lebensweltlichen Optionen wird unter diesen Bedingungen fast schon zur gesellschaftlichen Überlebensnotwendigkeit (vgl. Prisching 2010). *In nuce* greift Facebook diese Tendenz auf, indem es seinen Nutzern nicht lediglich die inhaltliche Gestaltung ihrer Profile gestattet, sondern sie gleichsam dazu einlädt, sich ihre Individualität zu erbasteln und das Produkt der kreativen „Ich-Konstruktion" sichtbar auszubuchstabieren. Es geht bei Facebook nicht darum, telefonbuchartig festzuhalten, „wen es alles gibt"; aber vielleicht geht es darum, die Repräsentation der eigenen Person auszuschmücken und sukzessive auch die Kontakte zu anderen Nutzen auf der Ebene der öffentlich zugänglichen Nachrichten, Kommentierungen usw. so zu gestalten, *als sei* das gezielte *impression management* (Erving Goffman) letzten Endes doch die halbwegs adäquate Wiedergabe der „wahren", eigenen Persönlichkeit.

Auch wenn der Eindruck sich aufdrängen mag, geht die weitgehend autonom verwaltete Sichtbarmachung bei Facebook nur bedingt als „Selbsttechnik" im Sinn Michel Foucaults durch. Sich selber derart „transformieren", um ihr „Sein zu modifizieren" und „aus ihrem Leben ein Werk zu machen" (Foucault 1993: 18), durch welches sie sich nach außen hin als „geschlossene", widerspruchsfreie Subjekte präsentieren können, wollen sich Facebook-Nutzer allein auf Basis der Einrichtung ihrer Profile, welche somit einen diskurstauglichen Ersatz des „wahren Lebens" abgeben, in den meisten Fällen vermutlich nicht. Die Chance der Selbstdarstellung kann hier als Durchbruch einer *Technologie des Selbst* auch gar nicht begriffen werden, weil dieses Bündel vorgegebener Anwendungsmuster, das Nutzer innerhalb eines begrenzten Handlungsspielraums mit Leben füllen, wenig mit realer Selbstverwirklichung zu tun hat. Es hat umso mehr zu tun mit der Sichtbarmachung des akut dominierenden, *in*

seiner Außenwirkung reflektierten Selbstbildes – auch dann (und gerade dann), wenn es den „echten" Lebensumständen des „Profilbesitzers" gegenüber möglicherweise in esoterischer Ferne schwebt.

Facebook eröffnet seinen Nutzern die Möglichkeiten, foto- oder videografisch festgesetzte Ausschnitte ihrer Lebenswelt mit anderen Nutzern zu teilen. Dadurch bekommt die klassische Funktion der Privatfotografie, die Hypostatisierung von Erfahrungen durch die Fixierung eines diese Erfahrung zwar meist nicht *darstellenden*, aber *repräsentierenden* Erlebnisaugenblicks, Konkurrenz. Dank Facebook sind nicht länger jene Bildvarianten des Erlebens bedeutsam, die *für einen selbst* derart relevant gewesen sind, dass sie einst bei Dia-Vorträgen an die Wand projiziert, während der Geburtstagsfeier herum gereicht oder als gerahmten Wandschmuck im Wohnzimmer befestigt worden sind. Auf einer Plattform, die sich schon dem Namen nach der Festschreibung von Gesichtern widmet, zählt nicht allein der Blick der Person, die Bilder in ihr Profil einbindet, sondern ebenso sehr der anvisierten Blick des Personenkreises, den diese Bilder ansprechen (könnten). Vergleichbar mit der Sichtbarkeit von Nachrichten und Kommentaren, mit deren Hilfe Vernetzungen gepflegt und betont werden, besteht der Adressatenkreis der Bilder nicht lediglich aus den involvierten/dargestellten Personen, sondern auch aus den davon zunächst nicht betroffenen *anderen* „Freunden", die über neueste Änderungen an den verlinkten Profilen automatisch informiert werden.[3] Die Idee des „privaten Fotoalbums" mit seinem relativ bescheidenen, vor allem aber: kontrollierbaren Adressatenkreis lässt sich bei Facebook kaum mehr aufrechterhalten, denn alles gezeigte Bildmaterial wird potenziell vom Internet „verschluckt". Die eingestellten Bilder sind für jeden, der den Zugang gewährt bekommt, speicherbar, und infolgedessen ist niemand in der Lage, ihre weitere „Karriere" zu verfolgen, sobald sie einmal veröffentlicht und damit potenziell den Verwertungsinteressen Dritter ausgesetzt sind.

Es ließe sich überlegen, ob die Bilder bei Facebook nur bedingt optische Identifikationshilfen und nicht vielleicht nur am Rande dafür da sind, die *schriftlich* fixierten Angaben über Herkunft, Wohnort, Geburtstag, Arbeitsplatz usw., mithin also: die *Selbstbeschreibungen* (vgl. Luhmann 1997: 1128 ff.) einer Person zu ergänzen oder zu illustrieren. Als visueller Bestandteil der Imagekonstruktionsvariablen, die den Zauber der Selbstdarstellung bei Facebook ausmachen, wäre es denkbar, dass sie dem Profil jedoch eine Art „natürliche Authentifizierung" verleihen, insofern Fotos als (mutmaßlich unverfälschte) Darstellungen eines wimperschlagkurzen Lebensmoments daher kommen – und tatsächlich akribisch ausgewählt worden sind. Hinzu kommt, dass diese Bilder die Neugier auf individuelle Taktiken der Sichtbarmachung stillen. Die verwendeten Fotos und (seltener) Videos könnten, so gesehen, auf einer zweiten Bedeutungsebene, die parallel zur *Semantik* des Bildes wichtig ist, Auskunft über das je spezifische Interesse geben, zu zeigen, wer man ist: Man selbst nämlich und kein anderer, und dieses Selbst ist genau das, was man selbst bei Facebook sichtbar gemacht hat. Dazu passt Luhmanns Bemerkung über den Wissenschaftsbetrieb: „Man publiziert – nicht um zu belehren, sondern um beobachtet zu werden." (Luhmann 1992: 83). Die Bildlichkeit von

[3] Die Darstellungsoptionen des Systems, die unter dem Etikett des „Privatsphärenschutzes" firmieren, geben zwar weit reichende Befugnisse hinsichtlich der *Unsichtbarmachung* eigener Daten, Bilder und Kommunikationen gegenüber bestimmte Nutzerkreisen; aber eine solche restriktive Abgeschlossenheit „nach außen hin" ist weder übliche Praxis, noch das, wozu Facebook auf seinen Informationsseiten rät.

Facebook besteht aus visuellen Veröffentlichungen, die möglicherweise nicht schlichtweg und nüchtern „informieren", sondern den Betrachter interessieren, unterhalten und amüsieren sollen, und die ihn zugleich mit einer Imagekonstruktion konfrontieren.[4]

Die Bilderauswahl errichtet in diesem Sinne eine gewisse *Lesbarkeit des Lebens* in selektiven Bildern, aber ohne wahrheitsversessenen Dokumentationsanspruch. Die Bildregie der Nutzer könnte vielmehr als wichtiges Werkzeug der Selbstinszenierung dienen, weil Nutzer sich dadurch so darstellen können, wie sie möchten, dass andere sie sehen. Sie machen damit auch ihre *eigene* visuelle Präsenz in der Welt kontrollierbar. (Davon nicht betroffen sind Bilder, die einen zeigen, *ohne dass man dies weiß*, weil andere sie unbemerkt auf *ihr* Profil stellen; doch da ohnehin nicht gesehen werden kann, was nicht gesehen werden kann, zählen diese Bilder nicht mit zur autonomen Sichtbarmachung.) Die eigene Selbstinszenierung ist darauf gepolt, nur das sichtbar zu machen (und potenziell im Netz zu verewigen), was einem selbst mit Blick auf die *soziale Komponente* von Facebook (gegenwärtig) akzeptabel erscheint.[5] Während ein solches Kalkül vor Jahrzehnten bei David Riesman (1982) noch als problematisches Symptom eines „außengeleiteten" Bewusstseins gegolten hätte, scheint es heute im Repertoire der Selbstdarstellungen und Existenzbasteleien längst als Moment einer *Authentizität zweiter Ordnung* angekommen zu sein: Sofern es dem Darstellungsinteresse des Nutzers entspricht, sind alle „Performances" bei Facebook als Ausdruck der Persönlichkeit legitim, weil noch hinter der strategischsten Einrichtung und hinter dem ausgefeiltesten *Sichtbarkeitsregime* (vgl. Hempel et al. 2010) immerhin der „authentische" Wunsch steht (und auch erfüllt wird), sich im Kontext der Plattform auf eine spezifische Weise, nämlich am Leitfaden einer individuell eingerichteten *Präsentationsideologie* genau so zu „veröffentlichen", wie man es eben tut.

3 Ein Facebook-Profil „ist" man nicht, man „hat es"

Rimbauds bekannte poetische Weisheit „Ich ist ein Anderer" taucht in sozialen Kontexten in vielerlei Ausgestaltungen auf. Paul Ricoeur (1996) hat daraus hermeneutisches Potenzial hervorgekehrt, Erving Goffman (1998) hat den Gedanken im Kontext seiner *Theatermetapher* auf mikrosoziologische Grundlagen gestellt, und jüngst hat Jean-Claude Kaufmann (2010) die nur relative Sicherheit betont, die in der Annahme an (oder der Hoffnung auf?) ein „wahres Selbst" steckt. Facebook lässt „Otto Normalsurfer" mitmischen beim Identitätsspiel; denn dort „ist" „man" nicht „man selbst", sondern „man" richtet sich ein. Bruchlose Übereinstimmungen werden nicht erfragt, und die etwaige Angst vor beinharten Authentizitätsansprüchen entfällt, weil Facebook es ausdrücklich zulässt, dass ein „falscher Eindruck" festgesetzt und dadurch „nach außen hin" zum „richtigen" wird. Dass das *sozial verhandelte* Selbst nicht „das wirkliche Selbst" ist (Luhmann 2000: 108), erledigt sich im Alltagsumgang ohnehin dadurch, dass zunächst die Selbst*darstellung* zählt, unabhängig davon, wie „wirklich" sei sein mag.

---

[4] Mit Image ist, nach Goffman, „das durch Verhaltensstrategie in der Interaktion ausgebaute Selbstbild eines Interaktionspartners [gemeint], das von den anderen Interaktionspartner [im besten Fall!; T.B.] anerkannt und im Verlaufe der Interaktion gestützt wird" (Bisler 2011: 295).

[5] Dies gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Tatsache, dass es zu den zentralen Funktionen bei Facebook gehört, Bildmaterial der vernetzten „Freunde" zu kommentieren und/oder seine ästhetischen, zerstreuenden oder aufklärerischen Qualitäten zu loben.

Facebook kann in dieser Hinsicht, so will ein populärer Mythos, zur Falle werden: Das Phantasma vom „künftigen Vorgesetzten“, der in Facebook-Profilen nach den Schwachstellen, und auffallend selten nach den *Stärken* von Bewerbern sucht, buchstabiert die Albtraumversion dieser Gestaltungsfreiheit aus; das Phantasma droht nämlich, es nicht zuzulassen, dass man sich *allen* so zeigt, wie man von *einigen* gesehen werden möchte. Soviel ist aber auch eingefleischten Facebook-Anhängern klar: *Alles* lässt sich nicht transparent machen, und der Nutzen einer „gläsernen“ Durchsichtigkeit (vgl. Sennett 1991) gerät relativ rasch an seine Grenzwerte, wenn es um mehr als um die Pflege sozialer Kontakte geht.

Facebook wirft gegenwärtig offenkundig mehr Fragen als Antworten, mehr Befürchtungen als Zuversicht auf. Kaum ein Nutzer kommt umhin, sich Gedanken über die Datensicherheit, die anhaltende Speicherung selbst längst gelöschter Informationen und über andere, buchstäblich undurchsichtige Facetten zu machen. Die Logik der Imagekonstruktion wird dem gegenüber wesentlich entspannter diskutiert, weil Facebook im Zuge seiner allmählichen Etablierung erfolgreich den Eindruck vermitteln konnte, dass hinter der Selbstdarstellung immerzu die allein dominierende Autonomie des Subjekts steht. Denjenigen, die sich auf Facebook einlassen (und nicht von vorn herein gegenüber ihrer „Katalogisierung“ skeptisch sind), ist andererseits gerade aufgrund der offerierten Präsentationsoptionen bewusst, dass es – wie ein Nutzer im Interview eingesteht – leicht ist, „falsche oder beschönigte Aussagen“ einzuschleusen, „um ein bisschen toller zu sein“: „Schöner, besser verdienen, klüger, das kann man sich aussuchen“, denn Facebook lässt einem diese Wahl und „verführt“ sogar dazu (Dombrowski 2011: 214).

Handelt es sich bei den Profilen, um eine in einem anderen Kontext geäußerte Formulierung von Karin Knorr-Cetina aufzugreifen (1988: 99), letztlich also doch um „Außendarstellungen, die das Geschehen nicht erschließen, sondern verschlüsseln“? Geht es um Einrichtungen eines „cartesianische[n] Ego[s]“, von dem Eva Illouz bezüglich des „Internetselbst[s]“ spricht (2006: 120), weil damit die (körperliche) Realität im Alltagsleben einer rein artifiziellen Maskerade Platz macht und mehr Aufmerksamkeit erhält? Und wird am Schluss sogar die von Proust annoncierte und seither in der Soziologie weitgehend etablierte Ansicht hintergangen, dass „unsere Persönlichkeit innerhalb der Gesellschaft […] eine geistige Schöpfung der andern“ sei (Proust 1981: 29; vgl. Bourdieu 1987: 255), weil formend und gestaltend hier nur mehr der Einzelne ist? Ganz so drastisch fällt das Spiel mit der Fremd- und Selbstbeobachtung, das unter dem Titel Facebook gespielt wird, nicht aus, denn Facebook bietet zwar der Weltoffenheit des Internets durch den Rückbezug auf die (wiewohl veröffentlichte) Lokalität des Privaten die Stirn; die Online-Identität der Nutzer ist aber nur scheinbar zurückgeschraubt auf den Mikrokosmos ihrer Lebenswelt – und in Wahrheit eine Methode, Ich-Konstruktion und die soziale Anteilnahme daran an einem Ort zu bündeln. Auch bei Facebook ist wahr, dass Subjektivität stets eine „Zwei-Welten-Form“ annimmt, weil sie ein „Produkt [des] Gegenübers“ ist (Nassehi 2003: 94). Sie ist als „Ich“ nicht zu denken ohne den gleichzeitigen prägenden Einfluss der Gesellschaft, die das „Ich“ einschließt und zum „Wir“ macht (vgl. Grubauer 1994: 186). Die verschiedenen Ratgeber, die in Tageszeitungen, Wochenmagazinen und als eigenständige Kioskpublikationen mittlerweile über den „richtigen“ Gebrauch und über die „Gefahren“ von Facebook aufklären, können zwar als Lebenshilfe für die Kommunikationskultur in der unvollendeten Moderne verstanden werden, aber eben nicht – wiederum gegen Kassandrarufe gerichtet, die hier und da vernehmbar sind – als Anleitungen zur Auf-

lösung realer Sozialkontakte zugunsten des Vorrangs virtueller, aber vermeintlich weniger „authentischer“ Identitäten (dazu generell vgl. Misoch 2008). Insbesondere die nicht abreißenden Debatten um die „Kolonialisierung der Lebenswelt“, wie man mit Habermas (1981) formulieren könnte, die durch die Aushöhlung der Privatsphäre möglicherweise auch von Facebook forciert wird, zeigt an, dass es letzten Endes, wenn es „ernst“ wird, doch um *reale* Konsequenzen geht, die sich zwischen *realen* Akteuren in einer *geteilten* sozialen Sphäre abspielen – im Positiven wie im Negativen.

Trotz aller Strategien der Sichtbarmachung gibt es auch bei Facebook in rauen Mengen *Unsichtbares*, das aus der spezifischen Kommunikation und der individuellen Selbstdarstellungskonstruktion immerzu heraus fällt. Was an sozialen und psychologischen Aspekten darunter fällt, lässt sich zunächst nicht konkret bestimmen, weil man nicht sieht, dass man nicht sieht, was man nicht sieht (vgl. Luhmann 1997: 1110). Aber die Präsenz solcher Unsichtbarkeiten ist bei der Nutzung von Facebook deutlich spürbar: Die verschiedenen Sichtbarkeiten, die geboten und betrachtet werden, können schließlich nicht als Puzzle gelesen werden, aus dem sich am Ende ein vollständiges Personenbild ergibt. Sichtbar wird allenfalls ein auf Sichtbarkeit gepoltes Konstrukt – und dessen Begleiterscheinung ist die zwangsläufige Verschleierung jener zahlreichen Lebensaspekte, die sich einer kompakten, eng verdichteten und verdichtenden Sichtbarmachung verschließen.

Literatur

Beck, Ulrich, 1986, Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Benkel, Thorsten, 2010, Die Paradoxie der Zeugenschaft. Lebensgeschichte als Konstruktionselement der Interaktionspraxis in Gerichtsverhandlungen, BIOS. Zeitschrift für Biographieforschung, Oral History und Lebensverlaufsanalysen 23: 6-27.

Bisler, Wolfgang, 2011, Image. S. 295, in: *Werner Fuchs-Heinritz, Daniela Klimke, Rüdiger Lautmann et al.* (Hg.): Lexikon zur Soziologie. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bourdieu, Pierre, 1987 (1980), Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Dombrowski, Julia, 2011, Die Suche nach der Liebe im Netz. Eine Ethnographie des Online-Datings. Bielefeld. Transcript.

Foucault, Michel, 1993 (1984), Sexualität und Wahrheit, Bd. 2: Der Gebrauch der Lüste. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Goffman, Erving, 1980 (1974), Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Goffman, Erving, 1998 (1959), Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München. Piper.

Gross, Peter, 1995, Die Multioptionsgesellschaft. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Gross, Peter, 1999, Ich-Jagd. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Grubauer, Franz, 1994, Das zerrissene Bewußtsein der gesellschaftlichen Subjektivität. Münster. Westfälisches Dampfboot.

Habermas, Jürgen, 1981, Theorie des kommunikativen Handelns. 2 Bde. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Hempel, Leon; Krasmann, Susanne; Bröckling, Ulrich (Hg.), 2010, Sichtbarkeitsregime. Überwachung, Sicherheit und Privatheit im 21. Jahrhundert. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Honer, Anne, 2011 (1993), Das Perspektivenproblem in der Sozialforschung. Bemerkungen zur lebensweltlichen Ethnographie. S. 27-40, in: *Anne Honer*, Kleine Leiblichkeiten. Erkundungen in Lebenswelten. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

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

Ings, Simon, 2008, Das Auge. Meisterstück der Evolution. Hamburg. Hoffmann und Campe.

Kaufmann, Jean-Claude, 2010, Wenn ICH ein anderer ist. Konstanz. UVK.

Knorr-Cetina, Karin, 1988, Das naturwissenschaftliche Labor als Ort der „Verdichtung" von Gesellschaft, Zeitschrift für Soziologie 17: 85-101.

Luhmann, Niklas, 1992, Beobachtungen der Moderne. Opladen. Westdeutscher Verlag.

Luhmann, Niklas, 1997, Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Luhmann, Niklas, 2000, Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart. Lucius und Lucius.

Michel, Karl Markus, 1990, Gesichter. Physiognomische Streifzüge. Frankfurt am Main. Hain.

Misoch, Sabina, 2008, Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz. UVK.

Nassehi, Armin, 2003, Geschlossenheit und Offenheit. Studien zur Theorie der modernen Gesellschaft. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Prisching, Manfred, 2010, Beipackzettel für Bastelexistenzen. S. 179-195, in: *Anne Honer; Michael Meuser; Michaela Pfadenhauer* (Hg.): Fragile Sozialität. Inszenierungen, Sinnwelten, Existenzbastler. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Proust, Marcel, 1981 (1913), Auf der Suche nach der verlorenen Zeit, Bd. 1: In Swanns Welt. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Ricoeur, Paul, 1991, Das Selbst als ein anderer. München: Fink.

Riesman, David, 1982 (1956), Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters. Reinbek. Rowohlt.

Schütz, Alfred und *Luckmann, Thomas*, 2003, Strukturen der Lebenswelt. Konstanz. UVK.

Sennett, Richard, 1991 (1977), Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt am Main. Fischer.

Simmel, Georg, 1989 (1890), Über sociale Differenzierung. S. 109-294, in: *Georg Simmel*, Aufsätze 1887-1890. Gesamtausgabe Bd. 2. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Simmel, Georg, 1999 (1908), Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Gesamtausgabe Bd. 11. Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Kontakt zum Autor:

Dr. Thorsten Benkel

J. W. Goethe-Universität
Fachbereich Gesellschaftswissenschaften
Institut für Gesellschafts- und Politikanalyse
Robert-Mayer-Str. 5
60054 Frankfurt am Main

benkel[at]soz.uni-frankfurt.de.

Bitte diesen Artikel wie folgt zitieren:

Benkel, Thorsten (2012): Die Strategie der Sichtbarmachung. Zur Selbstdarstellungslogik bei Facebook. In: Zurawski, Nils / Schmidt, Jan-Hinrik / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Phänomen „Facebook“. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 13, Beitrag 3. Online-Publikation: http://nbn-resolving.de/nbn:de:0228-201213038