

Generation Facebook

Eine Rezension von Desirée Rossa



Oliver Leistert, Theo Röhle (Hg.):
Generation Facebook – Über das Leben im Social Net (2011). Transcript

Jenseits plakativer Simplifizierungen widmet sich der nicht mehr ganz druckfrische, aber nach wie vor äußerst lesenswerte Sammelband „Generation Facebook – Über das Leben im Social Net“ dem vorläufig wohl weiterhin bedeutendsten Netzwerk im Internet. Die Herausgeber, Oliver Leistert und Theo Röhle, versprechen im Vorwort eine „fundierte, kritische Perspektive auf facebook“, diese „Maschine“, der sie sich auf den Ebenen der Politik und Ökonomie, in Bezug auf das Verhältnis von Subjekt, Identität und Gesellschaft sowie über das Verhältnis von Privatsphäre und Überwachung nähern wollen. Unter diesen Blickwinkeln bieten sie eine theoretisch versierte und äußerst differenzierte Analyse des Phänomens.

Netz und Markt

So versteht etwa der Medienwissenschaftler Marc Andrejevic Facebook als eine neue Produktionsweise. Er verfolgt die Beobachtung, dass durch Facebook eine zunehmende Verlagerung des Sozialen in einen kommerzialisierten und privatisierten digitalen Raum und somit eine Einhegung des dabei generierten Inhalts stattfindet, in dem sich die User*innen beim Pflegen ihrer sozialen Kontakte nebenbei zur Analyse ihrer Konsumgewohnheiten zu Marketingzwecken radikal transparent machen. Dadurch, dass die User*innen diesem privaten Raum einen nie enden wollenden Strom an Informationen zu ihren Wünschen, Vorlieben und Konsumgewohnheiten zur Verfügung stellen, kann die gezielte Platzierung von Werbebotschaften auf eine neue Stufe gehoben werden. In den Genuss der Vorteile der Teilhabe an Facebook kommt nur, wer sich auf der anderen Seite auch vollständig als Marktforschungsobjekt zur Verfügung stellt.

Daran anschließend betrachten Marc Coté und Jennifer Pybus die auf Facebook stattfindende Informationsgenerierung selbst bereits als Arbeit. Sie analysieren die Selbstdarstellung auf Facebook mithilfe des Konzepts der immateriellen Arbeit nach Hardt und Negri als „immaterielle Arbeit 2.0“, die dem

Unternehmen kostenlos zur Verfügung gestellt wird und bei der die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit zunehmend verschwimmen; die frühere vorwiegend passive Rezeptivität des Medienkonsums wandelt sich hier zu affektiv aufgeladener Produktivität aktiver „Produzent*innen-Konsument*innen“, deren Mehrwert in Form statistischer Daten vom Unternehmen profitabel abgeschöpft werden kann. Dies ermöglicht ein nie dagewesenes Ausmaß der biopolitischen Analyse des sozialen Körpers. In gewisser Weise erscheint hier Deleuze' Schreckensnachricht, dass „Unternehmen eine Seele haben“, radikalisiert: Facebook stellt die Infrastruktur, die Seele liefern die User*innen. Sie füllen die an sich leere Hülle Facebook mit ihrer Aktivität, ihrem Engagement, ihren Affekten und liefern ihm somit erst den Strom an kollektiv-seelischen Inhalten, von denen es lebt und die es zur Verwertung nahezu beliebig anzapfen kann.

Drastisch veranschaulicht wird dies mit direktem Einblick in diese Marketingmechanismen, etwa über den Kurzkomentar eines Entwicklers von Marktanalyse-Tools, für den die nutzer*innengenerierten Inhalte letztlich „nur eine Ressource [darstellen], die auf der Straße liegt, um aufgehoben und verkauft zu werden“; dass Daten nicht nur an Unternehmen, sondern auch an Ermittlungsdienste bereitwillig verkauft werden, hebt die Medienaktivistin Anne Roth hervor, deren Lebensgefährte Andrej Holm 2007 ins Visier der Terrorfahndung geriet. Die technischen Voraussetzungen nehmen Robert Bodle und Carolin Gerlitz kritisch in den Blick; sie machen insbesondere auf die Expansion von Facebook auf weite Teile des Web durch Social Plugins aufmerksam und eröffnen eine Perspektive für Möglichkeiten eines wertebewussteren Umgangs mit dem Design sozialer Netzwerke.

Netz und Selbst

Was führt dazu, dass wir uns dieser Maschinerie freiwillig unterwerfen? Die Beiträge zu Subjektivierungsweisen in Facebook versuchen darauf Antworten zu geben: Facebook dient gleichzeitig als

Identitätsverstärker und -generator und ist Schauplatz einer fortlaufenden Performance der eigenen Identität, die im Spannungsfeld von Eindeutigkeit und Fragmentierung oszilliert.

Laut Gerald Raunig manifestiert sich in der Zerlegung der Einzelnen in quantifizierbare Daten und „Likes“ auf Facebook eine Aktualisierung des Begehrens nach Selbstzerteilung. Er plädiert dafür, den Begehrenscharakter, den diese Art der Selbstdarstellung ausdrückt, ernst zu nehmen, auch um Möglichkeiten zu dessen Unterwanderung sinnvoller ausloten zu können. Caroline Wiedemann sieht in der Selbstdarstellung auf Facebook zudem die Selbstoptimierungslogik der Assessment-Center-Mentalität fortgesetzt. Bei Facebook lernen ihrer Ansicht nach gerade auch Jugendliche Praktiken des Self-Branding, also der Darstellung ihrer selbst als Marke. Mittels einer Analyse der „nackten“, noch unbeschriebenen Profiloberfläche bei Facebook legt sie dar, welche Anreize zur Selbstdarstellung geschaffen werden, um die strategische und kontrollierte Selbstpräsentation vor dem imaginierten Publikum voranzutreiben. Inwiefern dieses Layout dem Drang nach Selbstzerteilung ein „Phantasma der Kohärenz“ entgegengesetzt, also einer eindeutigen Identität und ihrer Beschreibbarkeit als zusammenhängende Einheit, analysiert Susanne Lummerding. Dementsprechend erinnert Geert Lovink an den weitaus spielerischeren Umgang mit Identität im früheren Web, das eine Spielwiese multipler anonymer Identitäten gewesen sei und stellt sich die Frage, inwiefern auch im Web 2.0 dem Identitätszwang zu entkommen wäre. Auswege aus diesem Dilemma sieht er in dreierlei Weise gegeben: im Eingeständnis komplexer und auch negativer Gefühlsäußerungen, in der Absage an die Eventkultur und in einem neuen Nachdenken über Anonymität im Web.

Netz und Öffentlichkeit

Saskia Sassen betrachtet die Verknüpfung politischer Aktivität auf Facebook mit lokal bestehenden aktivistischen Kontexten und liefert eine Analyse des Verhältnisses von Online- und Offline-Aktivitäten. Die Fragmentierung der Öffentlichkeit in Facebook zeigt sich hier, wenn statt einer weltumspannenden Zivilgesellschaft vor allem die Interaktion lokaler Gruppen koordiniert wird und sich ein schillerndes Biotop unterschiedlichster Welten innerhalb der „Welt“ Facebook entfaltet, was jedoch auch bedeutet, dass es keinen zentralen Punkt gibt, von dem aus ein Überblick über diese Welt möglich wäre. Auch Ganaele Langlois, Greg Elmer und Fenwick McKelvey

gehen dieser Fragmentierung in der Frage nach der Entstehung von „issue publics“ nach, also themenspezifischer Öffentlichkeiten, die als in sich relativ abgeschlossen erscheinen. Öffentlichkeitsbildung auf Facebook sei insofern kritisch zu sehen, als das Netzwerk in seiner Eigenschaft als „Black Box“ die Produktionsprozesse spezifischer Themenschwerpunkte verberge. Es erscheine insofern antidemokratisch, wenn etwa ein „Like“ augenscheinlich eine fundierte Debatte ersetzen zu können vermag.

Einen interessanten methodologischen Blick auf die Herausforderungen, die Social Media an die Critical Border Studies stellen, werfen Marianne Pieper, Brigitta Kuster und Vassilios Tsianos. Sie entwickeln mit ihrer „Net(h)nografischen Grenzregimeanalyse“ ein Analysetool für grenzüberschreitende Migrationsströme. Dabei nehmen sie die Rolle von Social Media und anderen technologischen Hilfsmitteln für die Bewältigung von (heimlichen) Grenzübertritten in den Blick. Diese ermöglichen die ständige Aktualisierung des eigenen Wissensreservoirs in Bezug auf Informationen zu Routen, Arbeits- und Rechtsbedingungen et cetera am angestrebten Ort. Grenzen erscheinen darin als umkämpfte Räume, als „Demarkationslinien“ oder, je nach Situation, mehr oder minder durchlässige Membranen; Mobilität entpuppt sich als die „Metastabilität der Kontrollgesellschaft“, die eine Herausforderung und Störung des kontrollgesellschaftlichen Zugriffs auf die Subjekte darstellen kann.

Insgesamt leistet der Sammelband die Zusammenführung aktueller Forschungsansätze, macht zeitgenössische linke Theorie für die Auseinandersetzung mit Facebook, aber auch mit sozialen Netzwerken im Allgemeinen, fruchtbar, zeigt Exit-Strategien auf und schärft dabei den Blick für die Komplexität der Thematik, die eine differenzierte medienwissenschaftliche Analyse fernab populistischer Verschlagwortung in den Blick bringen kann.<

Desirée Rossa
studiert Soziologie
an der LMU in
München