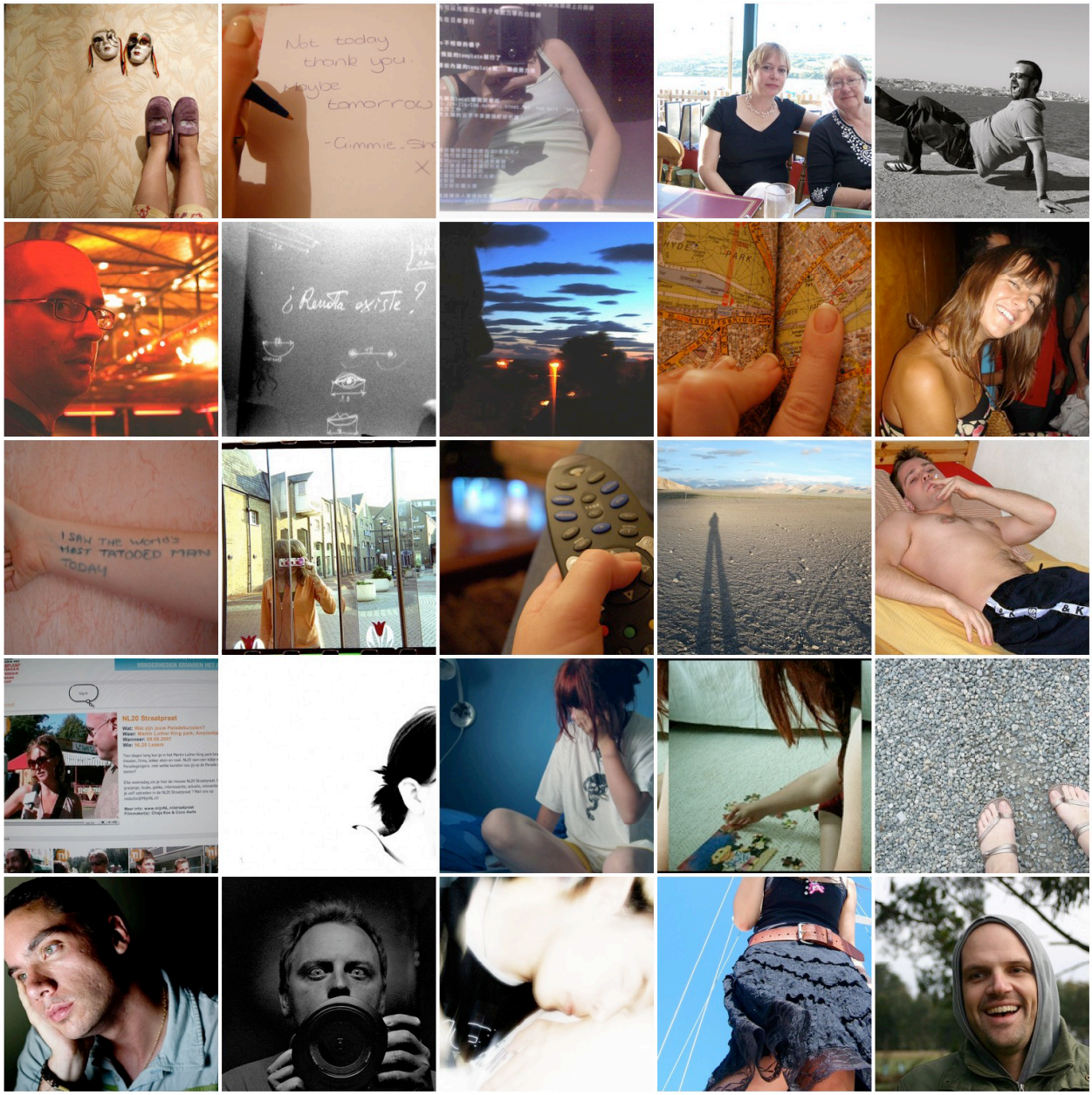
# Doing Me and the Others.

## Identitätskonstruktionen in Online-Communities.




Abschlussarbeit im Masterstudiengang „Gender und Arbeit“

von Henning Wötzel-Herber

Henning Wötzel-Herber

henning@woetzel-herber.de

Matr.nr.: 16444

Universität Hamburg

Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Department für Wirtschaft und Politik (DWP)

Erstgutachterin:
Prof. Dr. Gabriele Winker

Zweitgutachterin:
Dr. Tanja Carstensen

Abgabefrist: 8. Mai 2008

Spätester Termin für die Erstellung des Gutachtens durch die Erstprüferin:

# Inhaltsverzeichnis


**1 Einleitung und Fragestellung ..... 3**
**2 Identität – Theoretischer Rahmen ..... 5**
2.1 Konstruktivistische Identitätskonzepte ..... 7
2.1.1 Erikson – Identität als adoleszente Entwicklungsaufgabe ..... 7
2.1.2 Goffman – Identität als soziale Konstruktion ..... 8
2.2 Identität im Poststrukturalismus ..... 11
2.2.1 Butler – Identität als performativer Akt ..... 11
2.2.2 Trinh – Un/an/geeignet Anders ..... 13
2.2.3 Haraway – Cyborg Identitäten ..... 15
2.3 Identitäten im Internet ..... 17
2.3.1 Alte Identitäten im neuen Medium ..... 18
2.3.2 Ausdifferenzierung von Identitäten ..... 22
2.3.3 „Identität 2.0“: Neue Identität(en)? ..... 25
**3 Intersektionale Analyse von Online-Communities: Forschungsfeld und -zugang 29**
3.1 Online-Communities – Forschungsfeld ..... 29
3.1.1 Was sind Online-Communities? ..... 29
3.1.2 MySpace, Facebook, StudiVZ: Auswahl der Communities ..... 31
3.2 Intersektionalität als Mehrebenenanalyse – Methodologie und Vorgehen ..... 32
**4 Empirische Ergebnisse ..... 35**
4.1 „Technische“ Vorgaben zur Erstellung von Nutzer_innen-Profilen in den Communities ..... 35
4.1.1 Anmeldevorgang und Pflichtangaben ..... 36
4.1.2 Fehlermeldungen bei offen gelassenen Angaben ..... 38
4.1.3 Aufforderungen nach erfolgreicher Anmeldung ..... 39
4.1.4 „Vervollständigung“ der Profildaten ..... 40
4.1.5 Kommunikative (Profil-)Elemente ..... 45
4.1.6 Privatsphäre ..... 47
4.1.7 (An)Sprache ..... 48
4.1.8 Strukturell vorgegebene Identitätskategorien ..... 49
4.2 Analyse der Selbstdarstellungsprofile ..... 51
4.2.1 Auswahl der Benutzer_innen-Profile ..... 51
4.2.2 Einzelauswertung – Beispiele ..... 52
4.2.2.1 MySpace-Profil von „† painful_dead †“ [MS01] ..... 53
4.2.2.2 Facebook-Profil von Feras [FB01] ..... 54
4.2.2.3 StudiVZ-Profil von Francine [SVZ05] ..... 56
4.2.3 Relevante Kategorien, Interessen und Interaktionen – aus allen 30 Profilen .. 58
4.2.3.1 Differenzkategorien ..... 59
4.2.3.2 Gemeinschaftsbildung ..... 63
4.2.3.3 Unterhaltung ..... 67
**5 Interpretation & Diskussion ..... 70**
5.1 Strukturebene ..... 70
5.1.1 Geschlecht: Zwangszweigeschlechtlichkeit und Heteronormativität ..... 71
5.1.2 Klasse: Bildungsstatus und Zugangsvoraussetzungen ..... 71
5.1.3 Körper: Volljährige Jugendlichkeit ..... 72
5.1.4 Ethnizität: Sprache ..... 73
5.2 Identitätsebene ..... 74
5.2.1 Identifizierung mit vorgegebenen (Geschlechts-)Kategorien ..... 74
5.2.2 Selbst- versus Fremddarstellung ..... 75
5.2.3 Doing Difference durch Inklusion und Exklusion ..... 76
5.2.4 Postmoderne Identifizierung ..... 76
5.2.5 Neoliberalisierung von Freundschaften ..... 77
5.2.6 Warum sind Personen in Online-Communities präsent? ..... 78
5.3 Repräsentationsebene ..... 78
5.3.1 Authentizität ..... 78
5.3.2 Lookism und Bodismus ..... 79
5.3.3 Reproduktion von Geschlechtsstereotypen ..... 80
5.4 Methodenreflexion ..... 81
5.5 Abschließende Worte ..... 82
**6 Literaturverzeichnis ..... 86**
**Anhang ..... 90**
A.1 Ehrenwörtliche Erklärung / Erläuterungen zum Titelbild ..... 91
A.2 Zusammenfassungen der Selbstdarstellungsprofile ..... 92
A.2.1 MySpace-Profile ..... 92
A.2.2 Facebook-Profile ..... 96
A.2.3 StudiVZ-Profile ..... 101

# 1 Einleitung und Fragestellung

*„Bei uns können sich nur männliche und weibliche Wesen anmelden!"* – Diese „Fehlermeldung" erscheint auf den Monitoren von Personen, die sich bei der Online-Community StudiVZ registrieren möchten, jedoch weder „männlich" noch „weiblich" aus dem Auswahlmenü in dem Anmeldeformular angeklickt haben. Täglich melden sich zehntausende neue Mitglieder im Studiverzeichnis an. Die Mitgliederzahlen von sozialen Netzwerkseiten wachsen rasant. MySpace, die bisher wichtigste Webseite in diesem Genre, hat weltweit über 105 Millionen Mitglieder, Facebook über 60 Millionen Mitglieder – und verdoppelt diese Mitgliedschaft bei derzeit einer Viertelmillionen Anmeldungen pro Tag etwa alle sechs Monate. Nur Suchmaschinen wie Google und Yahoo! haben noch höhere Besucher_innenzahlen[1] als diese Webdienste (vgl. 3.1.2). Die Bedeutung von Online-Communities wächst stetig und der Anmeldeprozess, das Ausfüllen von Profildaten und das Interagieren und Kommunizieren über soziale Netzwerkseiten wird für viele – insbesondere jüngere – Menschen (zumindest in den Industriestaaten und „Schwellenländern") zur alltäglichen Erfahrung.

Das oben genannte Beispiel aus dem StudiVZ war ein Auslöser für meine Auseinandersetzung mit Identitätskonstruktionen in Online-Communities. Es steht exemplarisch für zahlreiche Positionierungsmöglichkeiten und -zwänge im Internet, die Gegenstand dieser Arbeit sein werden. Im Mittelpunkt steht dabei, wie sich Nutzer_innen von Online-Communities auf ihren Profilseiten darstellen, welche „Eigenschaften" oder „Merkmale" sie betonen, welche sozialen (Differenz)Kategorien sie dabei (implizit wie explizit) ansprechen und welchen dieser Kategorien dabei einen zentralen Platz einnehmen.

Den Titel „Doing Me and the Others" habe ich dabei in Anlehnung an die Konzepte „Doing Gender" (Butler 1991) und „Doing Difference" (Fenstermaker/West 2001) gewählt. Damit folgt diese Arbeit dem Postulat, dass nicht nur Geschlecht, sondern auch andere Differenz–kategorien und damit also auch die „Identität" als (vermeintlich) Ganzes sozial konstruiert sind. Dabei liegt hier auch die Hypothese zu Grunde, dass diese Konstruktion weder durch autonome Subjekte frei gestaltet, noch per Sozialisation starr oktroyiert wird, sondern in einem komplexen sozialen Interaktionsprozess zwischen Subjekten („Me and the Others") innerhalb eines strukturellen und diskursiven Rahmens stattfindet. Ziel dieser Studie ist, soziale Konstruktionen von Identitäten und Identifikationen am Beispiel von Benutzer_innenprofilen in Web-Communities sichtbar zu machen und Hinweise darauf zu finden welche sozialen Kategorien dabei, in welcher Form, beteiligt sind. Die theoretischen Konzepte, auf die diese Gedanken und Zielen aufbauen, werden im zweiten Kapitel („Identität – Theoretischer Rahmen") vorgestellt.

Der These der Geschlechterkonstruktion (wie auch anderen konstruktivistischen und vor allem poststruktulistischen Konzepten) wird oftmals unterstellt, sie leide vor allem an Empirielosigkeit (vgl. Schröter 1997: 138). Auch deshalb möchte ich mich mit der vorliegenden Arbeit *empirisch* an die Sichtbarmachung von Identitätskonstruktionen und konstruierten Differenzen herantasten. Identitätskonstruktionen in Online-Communities

(1) In dieser Arbeit entschied ich mich zur Verwendung des Unterstriches „_" (also zum Beispiel „Nutzer_innen"), um zu verdeutlichen, dass es neben Nutzerinnen und Nutzern auch Menschen gibt, die sich weder als „Frau" oder „Mann" identitfizieren, sonden etwa als Transgender, Trans- oder Intersexuelle (vgl. auch mädchenblog 2006).

sollen mit Hilfe einer intersektionalen (Mehrebenen-)Analyse (Degele/Winker 2007a) untersucht werden. Der Ansatz der Intersektionalität geht davon aus, dass mehrere sich kreuzende – und nicht bloß „additive" – soziale Differenzkategorien gesellschaftliche Verhältnisse wie auch individuell konstituierte Identitäten beeinflussen (vgl. 3.2).

Konkret stellen sich folgende Forschungsfragen: *Wie positionieren beziehungsweise identifizieren sich Nutzer_innen, wie werden sie repräsentiert und auf welche Strukturen können sie dabei zurückgreifen? Auf welche Identitätskategorien wird bei der Selbstdarstellung im Netz zurückgegriffen? Wie werden diese konstruiert?* Dabei soll induktiv vorgegangen werden und relevante Differenzkategorien aus den empirischen Daten heraus gebildet werden. Das empirische Vorgehen und das Forschungsfeld werden im dritten Kapitel ausführlich erläutert.

Im vierten Kapitel schließlich folgt die Präsentation der empirischen Ergebnisse. Dabei setzt sich der erste Abschnitt (4.1) mit den „technischen Vorgaben zur Erstellung von Nutzer_innen-Profile in den Communities auseinander, also im wesentlichen mit den strukturellen Vorbedingungen, während im Abschnitt 4.2 die Auswertung von dreißig zufällig ausgewählten Selbstdarstellungsprofilen aus den Communities MySpace, Facebook und StudiVZ folgt. In der darauf folgenden Interpretation und Diskussion (Kapitel 5) sollen die Ergebnisse auf die Struktur-, Identitäts- und Repräsentationsebene analytisch getrennt besprochen und auf die im theoretischen Rahmen vorgestellten Identitätskonzepte bezogen werden.

Diese Arbeit versucht dazu beizutragen, einen tieferen Einblick in Online-Communities zu gewähren und soziale Prozesse innerhalb dieser besser zu begreifen. Ich gehe davon aus, dass Selbstdarstellungen im Internet einen greifbaren Zugang auf Identitätsprozesse, Kategorienbildung und identitäre In- und Exklussionsprozesse bieten, da sie in diesem Medium vermutlich besonders plakativ präsent sind. Herrschende Normen, die sich etwa in den durch Anbieter_innen vorgegebenen Pflichtangaben widerspiegeln könnten ebenso sichtbar gemacht werden wie subversive Praxen. Ein praktisches Ziel könnte auch sein worst und best practises – im Sinne einer Partei ergreifenden Perspektive für weniger diskriminierungsanfällige und ausgrenzungsvermeidenden Darstellungsmöglichkeiten – zu identifizieren.

# 2 Identität – Theoretischer Rahmen

Wo, wann, und mit wem sollen wir beginnen, wenn wir versuchen den Begriff ‚Identität' zu bestimmen?

In seiner Vorlesung am Collège de France im Dezember 1970 weist Michel Foucault auf das Problem des *Anfangens* hin. Jeder Text greift immer schon auf bestehende Diskurse zurück. Es gelingt nicht, sich verstohlen in den Diskurs hineinzuschleichen, um sich so dem Anfangen zu entziehen, das keinen eigenen Anfang hat, weil es doch immer auf vorherige Texte und Sprechakte verweist (vgl. Foucault 1998: 9ff.).

Bei einer Betrachtung von Identitätskonstruktionen innerhalb von Online-Communities liegt es nahe, sich mit Texten zu befassen, die sich dezidiert mit der Frage nach Identitäten im Internet auseinandersetzen. Auf einige dieser Beiträge, wird am Ende dieses Kapitels im Abschnitt 2.3 eingegangen werden. Jenny Preece (2001) weist jedoch darauf hin, dass ein vorschneller Fokus auf soziale Phänomene *im Netz* zwangsläufig Gefahr laufe, dass Rad neu zu erfinden, wenn wissenschaftliche Auseinandersetzungen ausgeblendet werden, die zu bestimmten Begriffen oder Prozessen bereits in ihrer „Offline-Variante" geführt worden sind. Daher wird auch die Darstellung bisheriger theoretischer Auseinandersetzungen nicht erst mit dem Internet beginnen.

> „[J]edes einzelne lebende Wesen wird, solange es lebt, als dasselbe angesehen und bezeichnet: z.B. ein Mensch gilt von Kindesbeinen an bis in sein Alter als der gleiche. *Aber obgleich er denselben Namen führt, bleibt er doch niemals in sich selbst gleich*, sondern einerseits erneuert er sich immer, andererseits verliert er anderes: an Haaren, Fleisch, Knochen, Blut und seinem ganzen körperlichen Organismus. Und das gilt nicht nur vom Leibe, sondern ebenso von der Seele: Charakterzüge, Gewohnheiten, Meinungen, Begierden, Freuden und Leiden, Befürchtungen: alles das bleibt sich in jedem einzelnen niemals gleich, sondern das eine entsteht, das andere vergeht." (Platon 1958: 127f.; nach: (Roesler 2007: 20; Hervorhebung: HWH)

Diese Arbeit kann und soll es freilich nicht leisten, die Entwicklung des Identitätsbegriffes von der Antike bis heute umfassend wiederzugeben. Allerdings verdeutlicht dieses Zitat, dass die Fragen, die mit ‚Identität' verbunden keineswegs neu sind; auch sind sie nicht abschließend beantwortet. Schon bei Platon scheint um 400 vor unserer Zeitrechnung eine starre, abgeschlossene Einheitlichkeit (der Identität) eines Menschen in Frage gestellt.

Der Begriff „Identität" hat nicht nur in den letzten beiden Jahrzehnten einen „explosiven Aufschwung" (Hall 2004a: 167) erlebt und dabei andere Termini und Konzepte wie etwa das von „Rolle" oder „Interesse" verdrängt (Jungwirth 2007: 15ff.), sondern unterlag selbst auch starker Kritik, Neudefinitionen und Veränderungen. Der Mitbegründer der „Cultural Studies" Stuart Hall beschreibt, wie der Begriff vor allem durch poststrukuralistische Ansätze in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen an einer Dekonstruktion des Begriffes gearbeitet wird, aber auch, wie politische Bewegungen um, mit oder gegen diesen Begriff kämpfen. Trotz aller Kritik, die es an den Begriffen „Identität" und „Identifizierung" gäbe, schlägt Hall vor, daran festzuhalten, da „nichts anderes übrig bleibe" als mit den bisherigen Begriffen weiter zu arbeiten, bis diese „dialektisch überarbeitet oder ersetzt" werden können. Allerdings könne und müsse die Verwendung von „Identität" oder „Identifizierung" den

Begriffsverschiebungen gerecht werden, denen diese Begriffe unterlaufen sind. Sie könnten zwar noch in ihren vorherigen Paradigmen gelesen werden, aber sollten nicht in diesen benutzt werden, sondern in ihrer „enttotalisierten und dekonstruierten Fassung" Verwendung finden (Hall 2004a: 167). Kenntnis über die Begriffsgeschichte sei jedoch für eine kritische Auseinandersetzung nützlich und in diesem Sinne wird auch der Theorieteil dieser Arbeit nicht erst bei poststrukturalistischen Definitionen und Konzepten einsetzen.

Die Soziologin Ingrid Jungwirth verweist darauf, dass der „Identitätsbegriff, den wir heute als sozialwissenschaftlichen, geisteswissenschaftlichen, kulturwissenschaftlichen sowie als Begriff der Alltagssprache verwenden" entscheidend im Anschluss an den Zweiten Weltkrieg von Erikson geprägt wurde (Jungwirth: 2007: 16) und die Medienwissenschaftlerin Silke Roesler vertritt die Auffassung, dass „[w]er über Identität nachdenkt [...] in guter Gesellschaft [ist], wenn er [oder sie] mit dem Ansatz von Erik H. Erikson beginnt" (Roesler 2007: 28). So soll auch das anschließende Kapitel mit einem Blick auf Eriksons Identitätsmodell beginnen.

In Anschluss wird mit einem Verweis auf Goffman (2.1.2) der Blick auf konstruktivistische Identitätskonzepte um eine soziologische Perspektive erweitert. Ab 2.2 fokussiert dieser Theorieteil auf poststrukturalistische Annäherungen an den Identitätbegriff, die – gemeinsam mit den expliziten Auseinandersetzung zu „Identität im Internet" (2.3) einen begrifflichen Grundstock für diese Arbeit legen und damit letztendlich auch auf eine Diskussion der empirischen Ergebnisse zum Ende dieser Arbeit hinführen.

Identität lässt sich analytisch sowohl auf einer individuellen, als auch auf einer kollektiven Ebene betrachten (vgl. Döring 2003: 330ff.). Etwa 90 Prozent aller monografischen Publikationen zu Identität befassen sich vornehmlich mit kollektiven Identitäten (Jungwirth 2007: 15ff.). Diese Arbeit bezieht sich allerdings primär auf individuelle Identitäten – wenngleich diese immer auch Teil von von kollektiven Identitäten sind – da der Untersuchungsgegenstand nicht Gruppen von Menschen im Netz sind, sondern sich auf die Selbstdarstellungsprofile von Einzelnen bezieht.

Im vorgegebenen Rahmen dieser Arbeit kann der Theorieteil keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit bieten. Vielmehr dient dieser dazu, neben der empirischen Beschäftigung mit Identitäten eine zusätzliche Reflexionsebene (auch für die Diskussion und Interpretation im fünften Kapitel) zu eröffnen und gleichzeitig den theoretischen Ausgangspunkt des Autors auf dieses Thema transparent zu machen.

Eigene Schlüsse darauf, welchen Nutzen die vorgestellten Annäherungen an „Identität" im Rahmen dieser Studie gebracht haben und welche Aspekte weiterführend zu verfolgen sind, sollen in der Interpretation und Diskussion dieser Arbeit gezogen werden. Dort werden die hier vorgestellten Ansätze in Zusammenhang mit den empirischen Ergebnissen dieser Arbeit gestellt und diskutiert.

# *2.1 Konstruktivistische Identitätskonzepte*

## 2.1.1 Erikson – Identität als adoleszente Entwicklungsaufgabe

Augehend von Beobachtungen von Erziehungsformen bei indigenen Sioux und Yurok in den 1930er-Jahren entwickelte Erik H. Erikson eine Fragestellung, die für die Entwicklung des Begriffs „Identität" in den Sozialwissenschaften eine zentrale Bedeutung erlangen sollte: „Wie erfolgt die Integration von Individuen in eine gesellschaftliche Ordnung?" (Jungwirth 2007: 145). Paradigmatisch sei dabei, so Ingrid Jungwirth, die Thematisierung von Kindheit in Zusammenhang mit gesellschaftlicher Integration. Erikson geht davon aus, dass Identitätsbildung über die Integration gesellschaftlicher Anforderungen und der individuellen Erfahrungen aus vorhergehenden Entwicklungsstadien erfolgt (vgl. Jungwirth 2007: 148). Die Herausbildung von Identität stellt sich hier als Prozess einer gesunden, kontinuierlichen Entwicklung über eine bestimmte Stufenfolge dar. In aller Kürze dargelegt: nach dem Erlangen von Urvertrauen, Autonomie, Initiative und Wertsinn sowie der Vermeidung einer „gestörten'" Entwicklung stellt sich während der Adolszenz die Aufgabe, Identitätsdiffusion zugunsten der Identität abzudrängen (vgl. Erikson 1973: 150f.; Roesler 2007: 28; Jungwirth 2007: 162). Identität lässt sich als eine „adoleszente Entwicklungsaufgabe" (Roesler 2007: 29) begreifen, die über eine kontinuierliche Abfolge von verschiedenen, in notwendiger Weise zu bewältigenden, Lebensphasen erworben wird. Diese neue Identität löse spielerische, kindliche Identifikationen ab. Im Laufe des Erwachsenwerdens würden junge Menschen gezwungen, „Entscheidungen zu treffen, die mit wachsender Beschleunigung zu immer endgültigeren Selbstdefinitionen, zu irreversiblen Rollen und so zu Festlegungen ‚fürs Leben' führen" (Erikson 1973: 137).

Die (Ich-)Identität kann nach Erikson als der „Platz" eines Individuums in der Gesellschaft verstanden werden, die es durch „freies Rollen-Experimentieren" gefunden habe. Durch das Finden der Identität, im Sinne einer „Nische", die einzig für einen Menschen vorhanden sei, würde das Gefühl innerer und sozialer Kontinuität gefunden werden (Erikson 1973: 137f.). Eriksons Identitätsbegriff beinhaltet die Abgrenzung einer Person von anderen Menschen (*Individualität*), über verschiedene Situationen und Rollen (*Konsistenz*) sowie Zeiten (*Kontinuität*) hinweg (vgl. Döring 2003: 325). Der menschliche Lebenszyklus, in dem sich (in den ersten fünf Phasen, des siebenstufigen Modells von Erikson) die Ich-Identität herausbildet stellt nach Erikson eine Einheit dar (Erikson 1973: 7).

Das Modell Eriksons bezieht sich auf eine kontinuierliche Ausarbeitung von Identität, die mit der Vorstellung nach einem kohärenten ‚inneren' Kern des Ich/Selbst verbunden ist und sich auf dichotome Vorstellung von gesunden und abweichenden Entwicklungswegen bezieht. Dabei bedarf das erreichen einer Entwicklungsstufe jeweils das erfolgreiche Bewältigen der vorherigen Phase. Als Ziel dieses Entwicklungsprozesses lässt sich, neben der Überwindung von übermäßiger Selbstverurteilung etwa eine Befreiung von Abneigung gegenüber „Andersartigem" nennen. In jedem Fall wird im Erikson'schen Modell bereits deutlich, dass Identität als ein aktiver Prozess der Auseinandersetzung mit sich und der eigenen Umwelt verstanden werden kann.

Silke Roesler weist in ihrer Arbeit zum „Identity Switch im Cyberspace" darauf hin, dass sich

dieses Modell „postmodern“ wenden und weiterentwickeln lässt und „eine Brücke zur aktuellen Identitätsdiskussion herstellen“ kann (vgl. Roesler 2007: 31): „Vieles, was Erikson als Hintergründe wie als Erscheinungsformen der Identitätsdiffussion benenne, ließe sich ohne weiteres mit postmodernen Analysen der Subjektentwicklung parallelisieren: Sich nicht festlegen wollen, zu viele Entscheidungen auf einmal treffen müssen, sich in unterschiedlichen Zeitlogiken der unterschiedlichen Lebenswelten zurechtfinden müssen“ (Roesler 2007: 31).

Interessant ist das Identitätsmodell von Erikson vor allem dadurch, dass die entscheidenden Lebensphasen der Identitätsentwicklung sich wohl mit dem Lebensabschnitt vieler User_innen von Online-Communities überschneidet. Eine hohe Zahl der Nutzer_innen solcher Angebote im Internet befindet sich vermutlich in der Adoleszenz, deren Entwicklungsaufgabe die Herausbildung von Identität gegenüber Identitätsdiffussion ist, oder in den „benachbarten“ Entwicklungsstufen. Möglicherweise lässt sich der Umgang mit diesen „Entwicklungsaufgaben“ in deren Selbstdarstellungsprofilen rekonstruieren. Fruchtbar könnte auch Eriksons Verknüpfung von individuellen und Gruppenidentitäten sein (vgl dazu u.a. Jungwirth 2007: 145).

## 2.1.2 Goffman – Identitäten als soziale Konstruktionen

Nach Erving Goffmans Auffassung ist das Individuum „eine Ganzheit, über die eine Akte hergestellt werden kann“ (Goffman 1967: 81). Diese Akte bilde die Biografie eines Menschen und kann in den verschiedensten Formen manifestiert sein, etwa als behördliches Dokument, als Personalakte oder als biografische Lebenslinie eines Individuums in den Erinnerungen von Freunden. Goffman räumt ein, dass die „Einzigartigkeit der Lebenslinie“ im scharfen Kontrast zu den verschiedenen Ichs und den verschiedenen sozialen Rollen stehe, die ein Individuum ausübe. Daher kann auch diese ‚Ganzheit‘ eines Individuums nur als idealtypisches Bild gebraucht werden. Die Biografie eines Menschen sei immer einer retrospektiven Konstruktion unterworfen. Vollständigkeit ist in einer solchen (Re)Konstruktion kaum denkbar. Das Wissen über eine Person unterliege stets dem jeweiligen ‚Informationszusammenhang‘, also dem Wissen über bestimmte ‚soziale Fakten‘ (vgl. Goffmann 1967: 81ff.). Insofern kann in Goffmans Konzept von einer einheitlichen Identität keine Rede sein. Im wesentlichen wird hier eine dreiteilige Unterscheidung in *soziale*, *persönliche* und *Ich-Identität* getroffen.

### „Persönliche Identität“

Die *persönliche Identität*, ist nach Goffman, die von nahestehenden Menschen wahrgenommene Kombination von positiven Kennzeichen, Daten der Lebensgeschichte und „Identitätsaufhängern“. Letztere seien etwa das fotografische Bild eines Individuums in den Köpfen anderer oder das Wissen um dessen Platz in einem Verwandtschaftsnetz (Goffman 1967: 73). Den Identitätsaufhängern kommt insofern eine besondere Bedeutung zu, da entlang dieser die in Erfahrung gebrachten biografischen Details einer Person sortiert und organisiert würden (vgl. Roesler 2007: 32). Die meisten „Fakten“ über eine Person träfen zwar

auch auf andere zu, der komplette Satz von Fakten, die über einen vertrauten Mensch bekannt sei, stelle jedoch eine Kombination dar, die für niemanden sonst in der Welt gelte. Dadurch sei ein Mittel vorhanden, mit dem ein Individuum „positiv von jedermann sonst unterschieden werden kann". Demnach geht das Konzept der persönlichen Identität mit der Annahme einher, dass „jedes Individuum von allen anderen differenziert werden kann" und somit „einzigartig" ist (Goffmann: 1967: 74).

Der Prozess der persönlichen Identifikation ist jedoch nicht nur für das Einordnen freundschaftlicher oder verwandtschaftlicher Beziehungen und Bekanntschaften relevant. Auch in großen unpersönlichen Organisationen, wie etwa in Staatsapparaten lässt sich dieser Prozess beobachten. So sei es organisatorische Standardpraxis, dass bei offiziellen Registrierungen ein Satz von Kennzeichen dazu genutzt wird, eine Person von anderen zu unterscheiden. Die Unterschrift, ein Foto, die Geburtsurkunde, der Name oder eine Ausweisnummer sind hier typische Identitätsaufhänger, an denen die Identifizierung von Personen festgemacht werden (vgl. Goffman 1967: 75f.).

Silke Roesler weist darauf hin, dass sich der Begriff der persönlichen Identität bei Goffman auch einer juristischen Definition nähert. Persönliche Identität im Sinne eines „Wissens anderer" sei bei Goffman als etwas „Nichtpersönliches" konzipiert. Identitätsdokumente würden einer Selbstdarstellung von Personen Grenzen gesetzt. Mittels dieser Dokumente, die hier die Funktion von Identitätsaufhängern übernehmen, würde eine „persönliche Identifizierung" erfolgen (Roesler 2007: 32f.).

## „Soziale Identität"

Anhand der Kategorien und Eigenschaften, die zur Einordnung einer unbekannten Person genutzt werden, lasse sich deren *soziale Identität* festmachen. Diese sei meist schon auf dem ersten Blick antizipierbar, da Mittel zur Kategorisierung von Personen und potentiellen Attributen, mit denen Mitglieder jeder dieser Kategorien assoziiert werden, gesellschaftlich geschaffen und verinnerlicht würden (vgl. Goffman 1967: 9f.).

Goffman fasst unter den Begriff der sozialen Identität mehr als nur den sozialen Status einer Person. Eingeschlossen werden hier nicht allein „strukturelle Merkmale", wie etwa Beruf, Schicht- oder Klassenzugehörigkeit sondern ebenso „persönliche Charaktereigenschaften wie zum Beispiel ‚Ehrenhaftigkeit'" (Goffman 1967: 10). An dieser Stelle wird deutlich, dass die Grenze zwischen persönlicher und sozialer Identität verschwimmt. Silke Roesler vertritt daher den Standpunkt, dass diese Unterscheidung kaum aufrecht erhalten werden kann (vgl. Roesler 2007: 33). Bei Goffman selbst findet sich zumindest der Hinweis, dass soziale und persönliche Identifizierung eine „wechselseitige Tragweite für einander haben" und bei der Konstruktion einer persönlichen Identifizierung eines Individuums auch von Aspekten seiner sozialen Identität Gebrauch gemacht wird (Goffman 1967: 84).

Als besonderes Kennzeichen der sozialen Identifizierung lässt sich hervorheben, dass dieser insbesondere die Antizipation von gesellschaftlich vorgegeben Kategorien zu Grunde liegt und die Einordnung von Individuen entlang von bekannten Strukturkategorien vorgenommen wird. Diese Einordnung geschieht über die „Umwandlung" normativer

Erwartungen. Da die Annahmen sowie Erwartungen an die soziale Identität eines Menschen und die „Kategorie[n] und Attribute, deren Besitz dem Individuum tatsächlich bewiesen werden“ können, differenziert Goffman den Begriff weiter: Die „im Effekt“ zugewiesenen Charakterisierung bezeichnet er als „virtuale soziale Identität“, die „tatsächlich bewiesene“ als „aktuale soziale Identität“ (Goffman 1967: 10). Die Lücke zwischen virtualer und aktualer Identität erklärt Goffman – neben geringer Kenntnis über eine Person – vor allem durch „Täuschung“ (vgl. Goffman 1967: 94ff.). Um sozialen Diskreditierungen aus dem Weg zu gehen versuchten Individuen ihre Stigmata zu verheimlichen.

Bei Goffman wird zwar deutlich, dass sowohl soziale Identitäten, als auch Stigmata konstruierte Wirklichkeiten darstellen, dennoch wirkt die dichotome Unterscheidung zwischen „wahrgenommenen“ und „tatsächlichen“ Identitäten oder aber Stigmata sehr essentialistisch. Allerdings reicht Goffman Analysehinweise, die bei der Untersuchung von Identitätskonstruktionen sehr brauchbar scheinen. Insbesondere dem Begriff der „Visibilität“ kann hierbei eine hohe Bedeutung zukommen:

> „Die Sichtbarkeit ist natürlich ein entscheidender Faktor. Das, was über die soziale Identität eines Individuums zu jeder Zeit während seines täglichen Einerleis und von allen Personen, denen es dabei begegnet gesagt werden kann, wird für es von großer Bedeutung sein.“ (Goffman 1967: 64)

Individuen seien sich ihrer wahrnehmbaren Stigmata bewusst und ihre Entscheidungsfindung und ihr Verhalten demnach davon beeinflusst, wie sie sich in ihrer sozialen Umwelt wahrgenommen sehen (vgl. ebenda). Wie eine Person wahrgenommen wird und ob etwa ein „Stigma“ als solches erkannt wird, hänge auch davon ab, ob die Betrachtenden darauf „trainiert“ sind, soziale Unterschiede und Stigmata zu identifizieren: „Im Allgemeinen muß demnach die entziffernde Fähigkeit des Publikums spezifiziert werden, bevor man vom Visibilitätsgrad sprechen kann“ (Goffmann 1967: 67). Sowohl in der Selbstwahrnehmung, als auch in der Fremdwahrnehmung steht der *Prozess des Wahrnehmens* im Mittelpunkt. Nicht ein vermeintlicher innerer Kern eines Individuums bestimmt dessen Identität, sondern die gesellschaftlich gelernte Art und Weise der Wahrnehmung.

Letztendlich kann Goffman so verstanden werden, dass Identität in weiten Teilen durch andere definiert wird: „Soziale und persönliche Identität sind zuallererst Teil der Interessen und Definitionen *anderer* Personen hinsichtlich des Individuums dessen Identität zur Frage steht.“ (Goffman 1967: 132, Hervorhebung: HWH) Die soziale Identität ist also immer an Beziehungen zu anderen Menschen geküpft (vgl. auch Manning 1992: 98ff.).

## „Ich-Identität“

In Abgrenzung zur persönlichen und sozialen Identität stellt die *Ich-Identität* „zuallererst eine subjektive und reflexive Angelegenheit“ dar, die jede Person für sich selbst definiert. Goffman bezieht sich mit diesem Begriff explizit auf Erikson. Gemeint ist damit das subjektive Empfinden der eigenen Situation, Kontinuität und Eigenart, welches eine Individuum „allmählich als ein Resultat seiner verschiedenen sozialen Erfahrungen erwirbt (Goffman 1967: 132). Unter der Ich-Identität (im Original ego-identity), die Goffman auch als Selbst-Identität bezeichnet, kann also das Selbstbild eines Menschen verstanden werden (vgl.

Roesler 2007: 32). Dieses Selbstbild beinhaltet immer auch einen bestimmten „Wunsch", wie eine Person gerne wahrgenommen werden möchte. Dabei konstruiere ein Individuum seine Selbstbild aus den gleichen „Materialien", aus denen auch andere seine soziale und persönliche Identifizierung konstruieren würden, „aber es besitzt bedeutende Freiheiten hinsichtlich dessen, was es gestaltet", was unter anderem zu Selbstüberschätzung führen könne (Goffman 1967: 133).

## *2.2 Identität im Poststrukturalismus*

### 2.2.1 Butler – Identität als performativer Akt

Im „Unbehagen der Geschlechter" hinterfragt Judith Butler, ob „Identität" nicht vielmehr ein *normatives Ideal*, als ein deskriptives Merkmal darstelle. Die wahrgenommene Identität eines Menschen ist bei Butler keine angeborene, noch eine angeeignete oder gelernte Einheit, sondern – in Bezugnahme auf die Diskurstheorie von Michel Foucault – ein diskursiver Effekt von „Regulierungsverfahren". Kohärenz und Kontinuität einer Person sind demnach „keine logischen oder analytischen Merkmale der Persönlichkeit, sondern eher gesellschaftlich instituierte und aufrechterhaltene Normen der Intelligibilität" (vgl. Butler 1991: 38). Butler vertritt die Auffassung, dass „Personen" erst intelligibel werden, also über den Intellekt erkennbar, wenn sie „mit wiedererkennbaren Mustern der Geschlechter-Intelligibilität *(gender intelligibility)* geschlechtlich bestimm[bar]" sind (Butler 1991: 37). Auf Goffmans Begriff übertragen setzt demnach die persönliche Identität eine geschlechtliche voraus. Der persönlichen Identifizierung muss also nach herrschenden Normen eine Zuordnung einer Person als „Frau" oder „Mann" vorausgehen.

Neben Kohärenz und Kontinuität zählen bei Butler Zweigeschlechtlichkeit und Zwangsheterosexualität zu den konstitutiven Normen des gesellschaftlichen Diskurses zu Identität. Innerhalb der „kulturellen Matrix", in der dieser Diskurs stattfindet, würden nur solche „Identitäten" anerkannt, in denen sich die Geschlechtsidentität *(gender)* vom anatomischen Geschlecht *(sex)* herleite und in denen die „Praktiken des Begehrens" aus diesem folge (a.a.O.: 39, 45f.). Die Geschlechtsidentitäten „Mann" und „Frau" seien demnach die „diskursive Verdinglichung der kulturellen Hegemonie des Heterosexismus" (Schröter 1997: 113), die sich durch eine „metaphysische Einheit" von *sex*, *gender* und *desire* als Norm manifestieren würde (vgl. Butler 1991: 46).

Susanne Schröter beschreibt, dass Butler neben dieser These insbesondere dadurch provoziert habe, dass sie die Bezugnahme auf „die Frau" als Subjekt des Feminismus als eine unmarkierte Dimension von intakt belassenen Rassen- und Klassenprivilegien benannt hätte (Schröter 1997: 113). Das Festhalten feministischer Theoretikerinnen an einer starr, einheitlich und abgeschlossen gedachten Kategorie „Frau" habe die Vielfalt und „die gesellschaftlichen Überschneidungen ausgeblendet, in denen die mannigfaltigen konkreten Reihen von ‚Frauen' konstruiert" würden (Butler 1991: 34). Bemerkt werden sollte hier jedoch, dass eine ähnliche Kritik bereits in den 1970er-Jahren, etwa durch die Women of Color-Bewegung in den USA geäußert wurde (vgl. u.a. Combahee River Collective 1983).

Butlers Anliegen, so Susanne Schröter, sei weniger eine absolute Dekonstruktion des biologischen Geschlechts; ihre Arbeit richte sich vielmehr auf „die Befreiung der Identität als auf die Destabilisierung des Körpers“ (Schröter 1997: 118). Eine entscheidende Bedeutung für die Erörterung von Möglichkeiten zur Befreiung der Identität aus naturalisierenden Erklärungsmustern kommt in Butlers Analyse dem Begriff der *Performativität* zu. Performativität meint die Macht des Diskurses, als „Realität“ erscheinende Wirkungen durch ständige Wiederholungen zu produzieren (vgl. Bublitz 2002: 70). Als „wahr“ oder „authentisch“ werden hierbei solche Wiederholungen wahrgenommen, die sich auf „hegemoniale Formen der Macht“ (Butler 1995: 168) berufen. Je nach gesellschaftlichem Kontext kann der hegemoniale Bezug etwa mit heterosexistischen, patriarchalen oder weißen Normen verbunden sein. Butler verdeutlicht, dass diese Normen auch innerhalb von marginalisierten Communities greifen und diskursiv reproduziert werden. So würden in nicht-normativen – ebenso wie in hegemonial normativen – „Sexualkulturen“ heterosexuelle Konstrukte wiederholt und dadurch der „durch und durch konstruierte Status des sogenannten ‚Originals‘ hervor[gehoben]“ werden, denn „Schwulsein verhält sich zum Normalen *nicht* wie die Kopie zum Original, sondern eher wie die Kopie zur Kopie“. Das „Original“ sei nichts anderes als eine „Parodie der Idee des Natürlichen und Ursprünglichen“ (Butler 1991: 58). Dies macht Butler unter anderen durch ihre Auseinandersetzung mit *drag*-Performances deutlich:

Butler diskutiert – etwa anhand der in Jenny Livingstons Film „Paris Is Burning“ gezeigten *drag*-Praxen – ob und wie eine Befreiung der Identität aus gesellschaftlichen Normen möglich ist. Dabei rückt sie insbesondere Praxen von Parodie dieser Normen als subversives Werkzeug in den Fokus ihrer Auseinandersetzung und legt dabei vor allem deren ambivalente Wirkung offen: „[F]ür mich ist klar, daß der Prachtentfaltung des *drag* in *Paris Is Burning* sowohl ein Sinn von Niederlage, als auch ein Sinn von Aufstand abzugewinnen ist, daß der *drag*, den wir sehen[...], ein *drag* ist, der sich rassistische, frauenfeindliche und homosexuellenfeindliche Normen der Unterdrückung sowohl aneignet als auch unterminiert (Butler 1995: 173f.)“.

Die *drag*-Inszenierungen, bei denen junge, überwiegend afroamerikanische und Latino-Männer aus der New Yorker Schwulenszene der Unterschicht in verschiedenen Disziplinen „verkleidet“ gegeneinander antreten, stellen bei Butler keinen Spezialfall von Geschlechtsinszenierung und performativer Identitätskonstruktion dar. Jede Person arbeitet zu jeder Zeit an der diskursiven Wiederholung hegemonialer Normen und damit an ihrer performativen Selbstinszenierung. Butler beschreibt im Kapitel „Gender is burning“ innerhalb von „Körper von Gewicht“ das Subjekt als eine „inkohärente und mobilisierende Verzahnung von Identifizierungen“. Es würde in ständiger Widerholbarkeit seiner Darstellung konstituiert. Dabei wirke die Wiederholung dahingehend, dass es die „Normen von Echtheit“, von denen es produziert wird, gleichzeitig legitimiert und entlegitimiert (Butler 1995: 177).

In „Körper von Gewicht“ ist Butler explizit auch auf Kritik eingegangen, die ihr vorwarf, das Konzept Performativität losgelöst von „tatsächlichen“ Körpern zu fassen und etwa zu ignorieren, dass das anatomische Geschlecht *(sex)* in allen Gesellschaften und Kulturen – auf gleicher Weise – binär wahrgenommen würde (Schröter 1997: 139). Hannelore Bublitz hingegen geht in ihrer Butler-Rezeption davon aus, dass Geschlecht nicht losgelöst von der

biologischen Materialität gedacht werden kann. Butlers Begriff der Performativität weise lediglich darauf hin, „dass auch das biologisch-anatomische Körpergeschlecht ein normatives Konstrukt ist“ (Bublitz 2002: 70). Wir können Butler nach Bublitz also so verstehen, dass es zwar vordiskursive Körper gibt, dass diese aber erst durch Diskurse wahrnehmbar und unterscheidbar werden und dadurch unterschiedliche Identitäten erhalten.

### 2.2.2 Trinh – Un/an/geeignet Anders

In ihrem Text „Difference: A Special Third World Women Issue” (Trinh 1986) entwickelt Trinh T. Minh-ha ein „Identitätskonzept“, dass sich jenseits von subjektivistischen Entitäten positioniert. Die in Vietnam geborene feministische Wissenschaftlerin und Filmemacherin Trinh positioniert sich darin als „Third World Woman“, und versucht, diese Positionierung nicht als starre Identität zu fassen. Sie versteht „Ich“ als ein sich nicht mit sich selbst deckendes und nicht gegenüber *anderen* abgegrenztes Subjekt: „‚Ich‘ ist [...] nicht ein einheitliches Subjekt, eine starre Identität, oder eine solide Masse, die mit Schichten von Oberflächlichkeiten bedeckt ist, die man schrittweise abschälen muß, bevor man ihr wahres Gesicht sehen kann. ‚Ich‘ ist selbst *unendliche* Schichten. Seine Komplexität kann kaum durch solch typographische Konventionen wie Ich, ich oder Ich/ich vermittelt werden“ (Trinh 1989: 1). Die verschiedenen Schreibweisen von „Ich“ (beziehungsweise „I“), benutzt Trinh in einer spielerischen Anlehnung an Derridas Differáncekonzept, um eine „kritische Differenz“ zwischen ich und Ich zu verdeutlichen. Ich sei nicht ich, „innerhalb und ohne ich. Ich/ich kann Ich oder ich sein, dich und mich beide eingeschlossen“ (ebenda).

Mit ihrer alternativen Definition von „Identität“ als vielfache, unendliche Schichten, bezieht sich Trinh auf Alicia Dujovne Ortiz. Ortiz schreibt über sich: „A tragic mixture of blood runs in my veins. Jew, Genovese, Castillians, Irish, Indians, maybe Blacks, find in me a bizarre and motley meeting place. *I am a crowd*, a one-women march, procession, parade, masquerade“ (zitiert nach: Trinh 1986: 3f.; Hervorhebung: HWH). Ortiz zufolge bestünde Identität aus vielfachen Schichten, die nicht zu einem *wahren* Selbst oder zu „der Frau“ führten, sondern lediglich zu *anderen* Selbsts, *anderen* Frauen oder *anderen* Schichten. In einem solchen nicht auf Identisches bezogenen, nicht-identitären „Identitäts”-konzept stehen die „Schichten” für mehr als nur verschiedene Identitäts- oder Persönlichkeitsanteile, wie etwa die verschieden wahrgenommenen sozialen und persönlichen Identitäten und der Ich-Identität in Goffmans Modell (vgl. Abschnitt 2.1.2).

Die Suche nach Identität oder Identifikation beruhe auf einem Bedürfnis nach Authentizität, sich auf (sich als) ein „unanfechtbares Original“ verlassen zu können. Dieses Bedürfnis, das mit dem Wunsch nach Ordnung und Kontinuität verbunden ist, werde zur Beute einer obsessiven Angst, die Verbindung zu sich selbst und damit die Abgrenzung zu *anderen* zu verlieren. Identitätssuche könnte als Versuch verstanden werden, durch die Konstruktion von Nicht-Ichs ein Ich zu konstruieren und sich an einen vermeintlich inneren Kern seiner selbst oder an das Bündel der eigenen Schichten zu klammern (vgl. Trinh 1986: 3). Ein ähnliches Konzept lässt sich bei Castro Varela und Gutiérrez Rodríguez finden, die schreiben, dass sich das „Ich“ erst in der Negation des „Du“ erzeuge (Castro Varela und Gutiérrez Ro-

dríguez 2000: 109), gewissermaßen in der Konstruktion des *Anderen* und in der abgrenzenden Behauptung, mit dem Anderen nicht überein zu stimmen oder mit ihnen auch nur in Verbindung zu stehen.

*Das Andere* kann nie abgelöst von den vermeintlichen Normen betrachtet werden, durch die es zu etwas Fremden wird. Das Andere ist das Andere des Westens, das Andere des Mannes und kann innerhalb seiner Ausgeschlossenheit und Marginalisierung nie etwas Eigenes werden (vgl. Trinh 1986: 3). Gegen solche Fremdheitskonstruktionen und die Definitionsmacht durch hegemoniale Gruppen richtet sich Minh-has Figur beziehungsweise Position, des *Un/an/geeignet Anderen* (Inappropriate/d Other)[2]. Trinh T. Minh-has Konzept kann als ein Manifest für eine ***kritische Differenz*** gelesen werden. Explizit spricht sie sich dafür aus, dass Differenz weder durch das dominante Geschlecht, noch durch die dominante Kultur definiert werden sollte (Trinh 1986: 5), noch in bloßer Negation dessen.

Die Marginalisierten dürften sich nicht nach westlichem Muster mit zugeschriebenen kulturellen Klischees als Andere identifizieren, sondern müssten sich der kapitalistisch-patriarchalen Logik der Aneignung des Anderen entziehen, um nicht Subjekte – im Sinne des lateinischem subiectum: das Unterworfene – zu werden. „Differenz ist in einem solchen nicht-situierbaren Kontext, *das was die Idee von Identität ansich unterläuft*, die Schichten, deren Totalität das ‚Ich' formt, zur Unendlichkeit verschiebend" (Trinh 1989: 1). An dieses Verständnis des Un/an/geeignet Anderen angelehnt, kann Minh-has Bezeichnung „Dritte Welt-Frau" als unangepasste Identitätspolitik verstanden werden, die sich einer Aneignung durch die westlichen und östlichen Machtblöcke verwehrt. Wenngleich nach 1989/90 diese Abgrenzung weniger aktuell scheint, bleibt doch die Relevanz des Begriffs in Bezug auf andere politische Positionierungen erhalten. Die Definition als „Dritte Welt-Frau in den USA" soll keineswegs bloß auf Verwandte in Südost-Asien verweisen, sondern sich bewusst gegen Begriffen wie „nicht-westlich", „nicht-weiß" oder „nicht-Amerikanisch" richten, da diese die dominanten Gruppen als Bezugspunkt nehmen. Außerdem kann dieser Begriff verdeutlichen, dass Grenzen, ökonomisch und sozial gesehen, nicht nur zwischen den Staaten verlaufen. Gesellschaften, Kulturen und Identitäten überlappen sich vielmehr.

Trinhs Konzept stellt somit einen Gegenentwurf zu einem Identitätsbegriff dar, der immer mit Abgrenzung zu anderen und oftmals mit einer westlichen, männlichen, heteronormativen, gesunden, weißen Norm verbunden ist. Das Modell einer un/an/geeignete oder un/an/gepasste Identität versucht sich einer Aneignung durch hegemoniale Normen zu entziehen, durch die Identität immer auch Vehikel für Herrschaft darstellt. Eine solche „Identität", in Form eines prozessualer Zustands, kann jenseits westlicher Zuschreibungen gedacht werden und sich der u.a. von Donna Haraway aufgegriffenen Figur des „Tricksters" oder „Cyborgs" (vgl. 2.2.3) annähern: geschickt, wendig, wandelbar, ungreifbar, un/an/geeignet.

(2) In „Ecce Homo" bezieht sich im Anschluss an Trinh auch Donna Haraway auf diesen Begriff, vgl. Haraway 1995a

## 2.2.3 Haraway – Cyborgs

Eine radikale Kritik an natürlichen, vorbestimmten, geschlossenen und einheitlichen Identitätskategorien formuliert auch Donna Haraway. Haraway positioniert sich für die „errungene Erkenntnis" die Kategorien Gender, „Rasse" und Klasse als sozial und historisch konstituiert zu begreifen und dafür, dass diese keine Basis mehr für „ein[en] Glauben an eine ‚essentialistisch' Einheit" darstellen können. Vielmehr seien Identitäten brüchig, widersprüchlich und würden strategisch genutzt (Haraway 1995b: 40f.). Kategorien, an denen kollektive Identitäten festgemacht würden wie „Rasse", Klasse oder Homosexualität hätten als geschichtliche Akteure und Wissensobjekte nicht immer existiert. Sie haben historische Entstehungsgeschichten und sind erst in bestimmten Kontexten in Erscheinung getreten (Haraway 1995b: 47). Individuen sowie kollektive (historische) Subjekte würden sich durch das Ziehen von Grenzen zu anderen definieren und konstituieren, die (Re)Produktion des Selbst würde immer auch durch die Reflexion im Anderen stattfinden (a.a.O.: 34).[3] Neben den Grenzen, die durch Identifizierung etwa mit vergeschlechtlichten oder rassialisierten/ethnisierten Kategorien konstruiert würden, greift Donna Haraway insbesondere die Grenzen zwischen Mensch, Tier und Maschine auf (vgl. u.a. Haraway 1995c). Der folgende Abschnitt soll näher auf Haraways Auseinandersetzung mit den Grenzverwischungen beziehungsweise -aufhebungen zwischen diesen Kategorien eingegangen werden, die sie in „Ein Manifest für Cyborgs" in den Vordergrund stellt (vgl. Haraway 1995b).

Der Begriff des „Cyborg" bezeichnet einen „cybernetic organism", also eine Mischform aus Maschine und Organismus. Mensch, Tier und Maschine sind hier verschmolzen. Nach Haraway sind Cyborgs „ebenso Geschöpfe der gesellschaftlichen Wirklichkeit, wie der Fiktion" (Haraway 1995b: 33). Den Bezug auf den Begriff „Fiktion" stellt Haraway konstruktivistisch her. Die Fiktion ist hier nichts Unerreichbares oder Phantasiertes, sondern jenes, was gelebte soziale Beziehungen innerhalb der gesellschaftlichen Realität weltverändernd als „unser wichtigstes politisches Konstrukt" leisten oder erreichen können (ebenda). Das „wir" oder „uns" (bei Haraway meist auch in Anführungszeichen) lässt sich auf das kollektive „Subjekt" der „Cyborgfeministinnen" (Haraway 1995b: 44) zurückführen, wobei sie verdeutlicht, dass diese konstruierte Kategorie – wie alle anderen auch – keine Einheit umfasst und nicht geschlossen ist.

Haraway beschreibt ihr Cyborg-Manifest als den Versuch, einen „ironischen, politischen Mythos" zu entwickeln, der Femimismus, Sozialismus und Materialismus eine blasphemische Treue hält (Haraway 1995b: 33). Sie bezieht sich damit auf die Tradition dieser Denkrichtungen, während sie gleichzeitig als deren scharfe Kritikerin auftritt, um Fehler, Versäumnisse und Verantwortung gegenüber Herrschaft und Ausgrenzung zu benennen. So seien etwa die (Identitäts)kategorien „Frau", „Sozialistin" oder „Feministin" keineswegs „unschuldig". Viele sozialistische Feministinnen seien an einem „peinlichen Schweigen über [die Kategorie] Rasse" und den daraus folgenden Konsequenzen hinsichtlich des Ausschlusses von women of color beteiligt (Haraway 1995b: 44, 47).

---

(3) Hier findet sich ein weiterer Anknüpfungspunkt an das Konzept Trinh T. Minh-has (1986) sowie die Arbeiten von Castro Varela und Gutiérrez Rodríguez (2000). Vgl. auch Abschnitt 2.2.2 dieser Arbeit.

Identität sei stark von im westlichen Denken verankerten Dualismen und Hierarchien geprägt. Allerdings betont Haraway stetig, dass dies keinesfalls weiterhin so reproduziert werden müsse. Die Brüchigkeit klassischer Identitätskonzepte eröffne die Möglichkeit, diese zu verunsichern und zu erschüttern. Das Cyborgmodell stellt einen offensiven Versuch Haraways dar, zu dieser Erschütterung einen Beitrag zu leisten. Der Begriff des Cyborgs beinhaltet dabei die Auflösung klar definierter Körpergrenzen und eine Verschiebung von Geschlechtsidentitäten. Wenn Haraway Cyborgs als „Geschöpfe in einer Post-Gender-Welt" (Haraway 1995b: 35) bezeichnet, verbindet sie Utopie und Gesellschaftsanalyse. Cyborgs seien ebenso gelebte Erfahrungen wie imaginäre Figuren. Die Grenze zwischen „gesellschaftlicher Realität" und „Science Fiction" stelle bloß eine optische Täuschung dar (Haraway 1995b: 34) und sei – ebenso wie etwa die Grenzen zwischen Geschlechtern oder „Ethnien" – ein Konstrukt.

Das Cyborg-Manifest lässt sich als Aufruf dazu verstehen, in die Konstruktion von „Identitäten" und Grenzen einzugreifen. Die Nähe zu poststrukturalistischen Theorien, insbesondere auch aus den Literaturwissenschaften macht die Philosophin und Biologin Haraway deutlich, wenn sie das Schreiben (und die Auseinanderstzung darüber) als eine wichtige Form des politischen Kampfes bezeichnet: „Dem Spiel des Schreibens freien Lauf zu lassen, ist eine todernste Angelegenheit." So würde beispielsweise die Lyrik und Erzählungen von women of color in den USA, die Haraway als wichtige Akteurinnen innerhalb der Cyborgfeministinnen versteht, vielfach das Schreiben selbst thematisieren, dass „den Zugang zur Macht des Bezeichnens" darstelle (Haraway 1995b: 64). Dabei würden im Schreiben dieser „Cyborgs" häufig „wieder- und neuerzählte Geschichten" Werkzeuge darstellen, die „die hierarchischen Dualismen naturalisierender Identitäten verkehren und verrücken" (ebenda). Eben weil die Grenzen zwischen Mann/Frau, Tier/Maschine/Mensch, zivilisiert/primitiv, Kultur/Natur, Realität/Erscheinung, Selbst/Andere und anderen (vgl. Haraway 1995b: 67) sowie den mit diesen Grenzen verbundenen Identitäten konstruiert sind, plädiert Haraway für die Verantwortung bei deren Konstruktion und einem Genuss der Grenzverwischung durch bewusste Annahme einer Cyborgidentität (Haraway 1995b: 35): „Die Maschine sind wir" (a.a.O.: 70).

Eine Schlüsselfunktion bei Identifizierung als Cyborg kommt der Technik zu. Haraway merkt an, dass die „Kultur der Hochtechnologien" eine „faszinierend intrigante Herausforderung" an (oben benannte) westlich tradierte Dualismen darstelle: „Im Verhältnis von Mensch und Maschine ist nicht klar, wer oder was herstellt oder wer oder was hergestellt ist. Es ist unklar, was der Geist und was der Körper von Maschinenen ist, die sich in Kodierungspraktiken auflösen." (Haraway 1995b: 67) Sowohl in formalen als auch in Alltagspraktiken würden „Menschen" durch das Benutzen von und Verschmelzen mit Haushalts- und Kommunikationsgeräten, medizinischen Hilfsmitteln (der Herzschrittmacher wäre hier als anschauliches Beispiel zu nennen) aber auch durch die technische Formalisierung von Wissensbeständen zu „Cyborgs, Hybride[n], Mosaike[n], Chimäre[n]" (ebenda). Es lassen sich in Frage stellen, weshalb Körper an der Haut enden sollten.

Es gelte zu erkennen, dass „die Metaphorik des Cyborg nichts Feindliches an sich hat", mit ihrer Hilfe lasse sich nicht nur erkennen, dass die Produktion und Nutzung einer universalen,

totalisierenden Theorie ein Fehler sei, der „die meisten Bereiche der Realität verfehlt". Die „Cyborg-Metaphorik" trage außerdem dazu bei eine „antiwissenschaftliche Metaphysik", nämlich die „Dämonisierung der Technologie" zurückzuweisen. Dadurch könne Verantwortung für soziale Beziehungen, die durch gesellschaftliche Wissenschafts- und Technologieverhältnisse strukturiert würden, übernommen werden und sich der Aufgabe gestellt werden, die Grenzen zu Anderen durch Kommunikation und partielle Verbindung aufzuheben und dadurch neue Bündnisse zu ermöglichen (Haraway 1995b: 70ff.). Letztendlich steht das Bild des vernetzten Cyborgs von Donna Haraway auch dafür, starre Identitäten (und die damit zusammenhängende Ab- und Ausgrenzungslogik) zu Gunsten von fließenden Affinitäten (zu strategischen Verbündeten) aufzugeben.

## *2.3 Identitäten im Internet*

Sherry Turkle setzte sich schon Mitte der 1980er Jahre mit der Verbindung von Computern und Identitäten auseinander und formuliert dabei Gedanken, die grundlegend für den Topos von Identität im Internet sind. Turkle beschreibt in „Die Wunschmaschine" (Turkle 1986; amerikanisches Original von 1984) ihre Auseinandersetzung mit dem Computer nicht bloß als eine mit einem Artefakt, sondern mit dem „Computer als Subjekt", das eng mit den Menschen verbunden ist (Turkle 1986: 10). Dabei bemerkt sie, dass es ihr nicht um die Frage geht, „wie der Computer zukünftig sein wird, sondern wie *wir* sein werden. Was für Menschen werden wir sein?" (ebenda) Turkle beschäftigt sich damit, was Menschen aufgrund ihrer Intimität mit ihren eigenen Kreationen möglicherweise sein werden (a.a.O.: 9). So beschreibt sie, wie Computer-Jargon in die Alltagssprache einfließt, wodurch nicht nur neue Worte in die Ausdrucksweise übernommen würden, sondern sich auch das Verständnis von psychologischen Prozessen ändere, indem etwa innere Prozesse im Menschen mit solchen in Maschinen gleichgesetzt würden. Diese Sprache lege nahe, „daß wir Informationssysteme sind, deren Gedanken zu ihrer ‚Hardware' gehören, daß wir einen Pufferspeicher haben [...], daß es für jedes Problem eine vorprogrammierte Lösung gibt, auf das wir ‚standardmäßig zurückgreifen, und daß emotionale Probleme Fehler sind, die wir durch ‚Debugging' beseitigen können" (Turkle 1986: 15). Gleichzeitig würde in Maschinen „Menschliches" gesucht und projiziert werden und Computer dadurch als Personen und Kommunikationspartner empfunden werden. Der Computer biete sich bei der Furcht alleine zu sein und der gleichzeitigen Angst vor Intimität als ein Kompromissbegleiter: „Man kann Einzelgänger sein, ohne je allein zu bleiben. Man kann kommunizieren, ohne verwundbar zu sein" (Turkle 1986: 380).

Rückblickend schreibt Turkle in ihrer Einleitung zu „Identität im Zeitalter des Internet" (Turkle 1998: 9), dass in den 1980er Jahren, als sie den Computer erstmals als ein „zweites Selbst" beschrieben habe, sich die identitätsverändernde Beziehung fast immer zwischen einem einzelnen Menschen und einer Maschine abgespielt habe. Menschen hätten durch ihr „Bild im Spiegel des Computer" begonnen, sich mit anderen Augen zu sehen. Das Internet als rasant expandierendes System von Netzen habe nun diesen Prozess beschleunigt und weiter verändert. Durch die Verbindung von Millionen Menschen (hier sei ergänzt:

untereinander, mit und durch das Netz) entstünden neue Räume, die „unsere Denkweise, den Charakter unserer Sexualität, die Gemeinschaftsbildung, ja unsere Identität verändern" würden (Turkle 1998: 9).

Der Bezug auf Sherry Turkle in der Einleitung dieses Kapitels wurde nicht bloß gewählt, weil Turkle wahrscheinlich eine der ersten und prominentisten Vertreter_innen aus Geistes- und Sozialwissenschaften war, die sich mit Computern und dem Internet auseinandergesetzt hat, sonder auch weil sich an ihrer Beschäftigung mit diesen Themen exemplarisch aufzeigen lässt, wie sich die Debatten verändert haben. Während die in den 1980er und frühen 1990er Jahren große Utopien entworfen wurden und eine explosionsartige Veränderung von Identitäten vorausgesagt worden sind, folgte ab den späten 1990ern die Einsicht, dass viele Hoffnungen – etwa hinsichtlich eines beschleunigten Verschwindens von Geschlechtergrenzen – unerfüllt blieben. Im „neuen alten Internet" sind Sexismus, Homophobie, Antifeminismus und Heteronormativität längst nicht verschwunden (vgl. Carstensen 2008). Doch die frühen Utopien von Turkle und anderen haben Spuren hinterlassen, die bis heute die Literatur zu Identitäten angeregt haben. In den anschließenden drei Abschnitten soll diese Auseinandersetzung, analytisch aufgegliedert von der „alten Identität" im neuen Medium (2.3.1) über die Ausdifferenzierung von Identitäten durch das Internet (2.3.2) bis hin zu dem Konzept von neuentstehenden Identitäten (2.3.3) nachvollzogen werden.

## 2.3.1 Alte Identität im neuen Medium?

Ein nahe liegender erster Schritt der Beschäftigung mit Identitäten *im* Internet ist die Untersuchung der Auswirkungen des Mediums auf „bereits bestehende" Identitäten. Auch eine Betrachtung von Repräsentationsformen der „pre-Internet-Identitäten" im Netz ist in der wissenschaftlichen Praxis auffindbar. Nicht nur in dieser Arbeit sind der Auseinandersetzung mit „Identitäten im Internet" Kapitel oder Textabschnitte zu Identitätskonzepten ohne Internetbezug vorangestellt. Ein solches Vorgehen lässt sich im Sinne einer systematischen Darstellung von Forschungsständen zweifelsohne rechtfertigen und dennoch öffnet diese Trennung schleichend eine dichotome Unterscheidung von Offline- und Onlinewelt bei gleichzeitiger Prämisse einer einheitlichen und/oder kohärenten Identität. Dementsprechendes findet sich etwa in Fragestellungen von Forschungsarbeiten wieder, beispielsweise bei Neil Blair Christensen (2003), der sich darauf beruft, dass er versucht herauszufinden, wie Informationstechnologien dazu genutzt werden „schon bestehende Kulturen" zu bestätigen. Dabei wendet sich Christensen explizit gegen „postmodern cyber-scholars", denen er vorwirft ein stereotypes Bild von User_innen zu entwerfen, nämlich das von einer körperlosen Person, ohne physische oder kulturelle Eigenschaften oder Charakteristiken, in dem die oder der User_in „has momentarily freed his or her mind from matter" (Christensen 2003: 13). In seiner empirischen Forschungsarbeit zu „Inuit in Cyberspace" beobachtete Christensen, dass viele Inuit ihre kulturellen Identitäten eher ins Netz einbetten würden, statt diese zu dekonstruieren, was er an der Präsenz von Referenzen zu „Offline-Gemeinschaften", Kultur und „physischen" Gegebenheiten, wie etwa Landschaft festmacht (ebenda: 12). So trägt diese Arbeit auch den in dieser Hinsicht sehr treffenden Untertitel „Embedding Offline Identities

Online".

Auch andere Publikationen verraten bereits im Titel, wohin die Reise geht: „Chatroom statt Marktplatz" (Willand 2002), „Nichts als alter Wein in neuen Schläuchen? Männlichkeitskonstruktionen im Informatioszeitalter" (Meuser 2004). Das Internet ist potentieller Platz einer Neuverortung von Identitäten oder bietet als „virtueller Erfahrungsraum" zumindest eine neue Herausforderung für Identitäten (Heinrichs 2000). Die Soziologin Ilka Willand bezieht sich auf Goffman – wo wir wieder am Anfang dieser Forschungsstandschronologie wären – der Körperexpressionen und andere nonverbale sowie akustische Ausdrucksmittel nicht nur als kommunikatives Werkzeug zur Unterstreichung und Verständigung von Interaktion sah. Vor allem dienen solche Ausdrucksmittel der optischen und akustischen Identifizierbarkeit von Interaktionspartner_innen. Da etwa Chatkommunikation auf Textbasis erfolge, entfalle im Netz oftmals solche (optischen oder akustischen) Mittel aus der Alltags- und Telekommunikation. Das Internet hat in diesem Verständnis insbesondere durch veränderte Kommunikationsbedingungen einen Einfluss auf Identität (Willand 2002: 9ff.).

Neben der „Entwicklung neuer Identitäten" geht Nicola Döring in ihrer umfangreichen „Sozialpsychologie des Internet" (Döring 2003) in ihrem Kapitel zu „Identitäten und Internet" in einem gesonderten Abschnitt ausführlich auf die mögliche „Veränderung bestehender Identitäten durch Internet-Nutzung" ein:

> „Geht man davon aus, dass Menschen im Zuge ihrer Entwicklung und Sozialisation ein Identitäts-Patchwork aus diversen Teil-Identitäten konstruieren, so lässt sich fragen, welchen Einfluss Internet-Aktivitäten auf diese bestehenden Teil-Identitäten und somit auch auf das Gesamt-Patchwork haben. Da sich Identitäten in der heutigen Zeit nicht nur im direkten zwischenmenschlichen Kontakt ausbilden, sondern auch im Zusammenhang mit Mediennutzung, wird hier also ein Spezialfall der mediatisierten Identitätskonstruktionen betrachtet." (Döring 2003: 347)

Wenngleich Döring sich hier wieder auf eine binäre Trennung in Offline- und Onlineumgebung zubewegt, macht sie doch im folgenden eine entscheidende Einschränkung. Das Konzept der unabhängig von Internet-Nutzung bereits bestehenden Identitäten beziehungsweise Offline-Identitäten impliziere eine analytische Trennung. Döring legt dieser Bemerkung ein sozialisationsbedingtes Identitätsverständnis zu Grunde, wenn sie die Trennschärfe dieses Konzepts als abhängig vom „Lebensalter bei Internet-Eintritt" beschreibt. Wer als erwachsene Person erstmals Online-Erfahrungen sammle, würde eher den Einfluss auf die „bestehende Offline-Identität" wahrnehmen, als eine Person, die bereits seit der Kindheit online sei (ebenda).

## (Selbst-)Vergewisserung im virtuellen Raum

Christiane Funken vertritt die Ansicht, dass das Internet auch als Institution zur Absicherung der Identität genutzt werde. Während der Bezug zu „Offline"-Lokalitäten, wie Schule, Kneipe oder Stadtteil, als Orte, „an denen wir einst identitätsbildende Erfahrungen mach[t]en" zumindest tendenziell verloren würde, übernehme das Netz ein Stück weit diese Funktion (Funken 2004a: 311). Ebenso wie Christensen (2003: 12f.) ist sie dabei der Überzeugung, dass Geist und Körper sich an diesem neuem Ort jedoch nicht losgelöst von einander bewegen. Auch im körperlosen Raum fungiere der Leib als Garant für eine glaub-

würdige Selbstdarstellung und spiele die Rolle einer stabilisierenden Größe. „Offenkundig braucht es im Dickicht der Optionen, wo scheinbar beliebig viele Identitätskonstrukte denkbar sind, ausgefeilte Darstellungsszenarien beziehungsweise signifikante Merkmale, um die aktuellen Identitätserscheinungen für sich selbst und für die anderen plausibel und glaubwürdig zu machen“ (Funken 2004a: 299). Dadurch könnte etwa auch die Rolle von Bildern, Videos und (Selbst-)Beschreibungen in textbasierten Netzanwendungen erklärt werden. Funken meint jedoch, dass der Körper allein nicht ausreiche, um „personale Identität und relevante Handlungsorientierungen zu generieren“ (ebenda: 300). Zur sozialen Identifizierung im Internet wären oftmals ausgefeilte Selbstbeschreibungen notwendig, die auf soziale Anerkennung angewiesen seien (ebenda: 301).

So wie auch außerhalb des Internet durch Kommunikation Vertrauen aufgebaut werden muss und ein Stück der eigenen „Identität“ aktiv vermittelt wird, können sich auch „Online-Identitäten“ keinesfalls auf eine gegebene Identität berufen. Funken verweist darauf, dass auch technisierte Kommunikationsformen eine aktive „Identifikationsarbeit“ verlangen würden. Fragmentierte Lebensbedingungen würden immer höhere Anforderungen an die Subjekte stellen. Ein Gegenüber im Netz sei „nicht mehr als Partner in einem Netz moralischer Verbindlichkeiten präsent, sondern als Objekt ästhetischer Interessen, das Aufmerksamkeit erzielen“ müsse (ebenda). Eine „biografische Identität als Einheit“ erweise sich im kommunikativen Alltag als Illusion. Wenn, Sherly Turkle folgend, das Internet tatsächlich zu einem „wichtigen Soziallabor für Experimente mit [...] Ich-Konstruktionen und -Rekonstruktionen“ (Turkle 1999: 289; nach: Roesler 2007: 26) geworden ist, kann davon ausgegangen werden, dass eine solche biografisch vollständige und einheitliche Identität im Netz nicht nur undarstellbar ist, sondern ebenso wenig erstrebt wird. Vielmehr scheint demnach bei der virtuellen Kommunikation und Selbstpräsentation ein „Ausprobieren“ von Rollen oder „Charakteranteilen“ im Vordergrund zu stehen. Virtuelle Personen oder Identitäten, ließen sich zur Selbstexploration einsetzen, die „zuweilen einen therapeutischen Charakter“ einnähme (Döring 2000: 198). Diese „virtuellen Identitäten“ entstünden jedoch nicht unmittelbar mit der Wahl eines Spitznamens oder dem Betreten eines Chats. Vielmehr sei die virtuelle Identität „erst Ergebnis einer längeren Auseinandersetzung mit der nach und nach ausgestalteten virtuellen Person [...]. Die virtuelle Person ist also eine Art Medium, eine Erweiterung unseres persönlichen Selbstausdrucks“ (Döring 2000: 197).[4]

## Veränderung „bestehender“ Identitäten

Keines der in dieser Arbeit diskutierten Identitäts-Konzepte beruht auf der Annahme von angeborenen, vollends starren und unveränderlichen Identitäten. Ob nun Identität im Sinne einer kontinuierlichen Entwicklungsaufgabe wie bei Erikson (vgl. 2.1.1) oder als performativer Akt wie bei Butler (vgl. 2.2.1) gesehen wird, so ist doch immer zumindest ein gewisser Spielraum für mögliche Veränderungen denkbar. Das heißt, auch wenn davon ausgegangen wird, dass Netzidentitäten auf bereits bestehenden Identitäten basieren, kann angenommen

(4) Inwiefern dies auch zur Ausdifferenzierung von Identitäten beitragen kann soll im folgenden Abschnitt (2.3.2) diskutiert werden.

werden, dass diese durch Erfahrungen im und mit dem Internet beeinflussbar sind.

Eine systematische Darstellung möglicher Veränderungen bestehender Identitäten durch die Nutzung des Internet findet sich in Nicola Dörings „Sozialpsychologie des Internet" (Döring 2003: 347ff.). Sie unterscheidet zwischen *mangelnder* beziehungsweise *gezielter Aktivierung* von Identitäten sowie einer *stärkeren Akzentuierung* von Identitäten im Internet: „Indem Menschen im interpersonalen Austausch individuelle und kollektive Identitäten intern aktivieren und nach außen darstellen, strukturieren sie ihre Interaktionen sinngebend und betreiben Identitätsarbeit" (ebenda: 348f.). Zumindest bei textbasierter computervermittelter Kommunikation würde die Gefahr bestehen, dass der „Mensch im Netz" zum „gesichtslosen Textproduzenten" degeneriere. Aufgrund dieser „Kanalreduktion" – d.h. einige Sinneskanäle würden nicht bedient – würde der für „Real Life"-Kontakte typische „erste Eindruck" auf gesichts-, stimm- und ausdruckslosen Text reduziert (ebenda: 354), so käme es nur zu einer mangelnden Aktivierung von Identitäten der sich im Netz bewegenden Personen. Allerdings vertritt Döring hier die Auffassung, dass Personen auch im Netz nur selten „wirklich identitätslos auftreten können und wollen" (ebenda: 353). Selbst wenn das Internet anonym oder mit Pseudonym genutzt würde, könnten etwa Nicknames, Schreibstil oder e-Mail-Adresse Rückschlüsse auf Gruppenzugehörigkeiten oder Persönlichkeitsmerkmale geben.

Unter „gezielter Aktivierung von Identitäten durch Internet-Nutzung" versteht Döring momentanes oder dauerhaftes Ausüben oder Ausleben von bestimmten Interessen oder Teil-Identitäten (z.B. in entsprechenden Foren). So könnten berufliche und fachliche Identitäten ebenso aktiviert werden wie körperbezogene, marginalisierte und stigmatisierte, ethnische und diasporische oder aber Fan-Identitäten. Exemplarisch aufgeführt wird eine Person, die als Anwältin in einem Fachforum diskutieren kann, während sie unabhängig davon in einer Online-Selbsthilfegruppe ihre Identität als Diabetikerin aktiviert (ebenda: 354ff). Die Wahl zwischen anonymisierter, pseudonymisierter oder namentlicher Präsenz in den unterschiedlichen Online-Communities erlaubt ihr diese Teil-Identitäten getrennt voneinander zu aktivieren, ohne das Nutzer_innen einer der Communities von den Aktivitäten in der anderen in Kenntnis gelangen. Dies erweist sich insbesondere bei marginalisierten Identitäten als nützlich.

Bei der „stärkeren Akzentuierung von Identitäten" geht Döring davon aus, dass Personen – wie oben bereits angeschnitten – das Internet als Experimentierfeld nutzen. Da dominante (Gruppen-)Normen umso weniger wirkten, je weniger (visuell) präsent das jeweilige Gegenüber einer Person sei, könne (textbasierte) computervermittelte Kommunikation enthemmend wirken und Schüchternheit und Ängste abbauen. Dies würde nicht nur für Flirts im Netz, sondern auch für computergestützte Therapie genutzt werden (ebenda: 365f). Und auch in Online-Rollenspielen ließen sich subjektiv erlebte Fehler, Schwächen und Handicaps offensiver darstellen. Durch den Schutzraum von Netz und Spiel sei es einfacher, ein negatives Feedback zu verarbeiten oder aber auch subjektiv bedeutsames positives Feedback und Bestätigung von anderen zu erlangen. Aber auch öffentliche und auf die „realen" Personen rückführbare private Homepages würden dazu genutzt werden, bestehende (Teil-)Identitäten weiter zu akzentuieren, indem expressiv am eigenen Selbstbild und Selbstverständnis geschrieben und gearbeitet wird. Ähnliche Schlüsse lassen sich auch aus den Ergebnissen von

qualitativen Interviews zur Motivation von Menschen, die Onlinetagebücher (Blogs) schreiben ziehen, die Ende 2004 in der Fachzeitschrift „Communications of the ACM" in den USA veröffentlicht wurden. Bonnie A. Nardi und Mitautor_innen fassten einen wichtigen Grund dafür ein öffentliches Onlinetagebuch zu schreiben unter der Kategorie „Blogs as catharsis" zusammen. Demnach wurde „Blogging" als eine Form der Exploration und Ordnung von Gedanken und Gefühlen verstanden, die genutzt würde, um eigene Erfahrungen zu verarbeiten und zu sich selbst zu finden, oder aber um durch das Schreiben „Dampf abzulassen" (Nardi et al. 2004: 44).

### Age/Sex/Location

Nicole Döring bezweifelt die Auflösung von Differenzkategorien durch das Internet. Die Utopie eines geschlechtsneutralen oder -egalitären Austauschs in Online-Foren, -Chats oder -Spielen sei kaum zu halten. Und etwa die Geschlechtszugehörigkeit sei durch Namen oder Textinhalte in vielen Kontexten sichtbar (Döring 2003: 370). Wenn das Geschlecht eines Online-Gegenübers nicht bekannt sei, würde dies Verunsicherung und Unbehagen auslösen. Dies führe mitunter dazu, dass die Kommunikation teilweise blockiert wäre, solange eine Identifizierung nicht möglich war (Willand 2002: 83). Daher wundern Riten wie der a/s/l-Check kaum. Beim so genannten Age/Sex/Location-Check, der typisch für synchrone Online-Treffpunkte (also etwa Chat-Rooms) sei, fordern sich User_innen gegenseitig dazu auf, sich hinsichtlich dieser Kategorien zu äußern: „a/s/l: 24/male/california" (Döring: 353). Offenbar strukturiert sich also auch im Netz Kommunikation entlang von tradierten Kategorien und Grenzen (vgl. Stegbauer 2001:42), die aus der Offlinewelt bekannt sind, also etwa Geschlecht, Ethnizität, Raum (Nationen, Regionen), Aussehen oder Interessen.

## 2.3.2 Ausdifferenzierung von Identitäten

Ausgehend von der im letzten Abschnitt (2.3.1) beschriebenen Annahme Nicola Dörings, dass sich „bestehende" Identitäten durch Internet-Nutzung verändern beziehungsweise dass (Teil-)Identitäten stärker akzentuiert werden, lässt sich auch eine Ausdifferenzierung von Identitäten im Internet postulieren. Im nutzerzentrierte Modell der Sozialen Identifikation und Deindividuation SIDE wird davon ausgegangen, dass die individuelle(n) und kollektive(n) Identität(en), die innerhalb eines Identitäts-Patchworks zum Zeitpunkt der Netznutzung gerade salient seien, durch diese Nutzung noch stärker akzentuiert würden (Döring 2003: 365). Der Weg der Akzentuierungen kann dabei (mindestens) in zwei Richtungen verlaufen: Es kann eine übermäßige *Akzentuierung von kollektiven Identitäten* eintreten, weil etwa „im kontextarmen Netzmedium individuelle Besonderheiten der Gruppenmitglieder weniger deutlich wahr[genommen] und ihre Ähnlichkeit über[schätzt]" würden. Dies könne gleichzeitig eine rigorose Abgrenzung zu anderen Gruppen implizieren. In anderen Situationen könne jedoch gleichfalls die *individuelle Identität einer Person stärker zum Ausdruck* kommen, wenn es gelingt, das Internet als Freiraum und Experimentierfeld zu nutzen und die eigenen Ansichten „ohne Rücksicht auf Gruppennormen klarer zum Ausdruck" kommen können (ebenda). In beiden von Döring geschilderten Fällen scheinen dabei interessanter

Weise die kollektive und die individuelle Identität als Gegensätze aufzutreten, die sich unabhängig voneinander entwickeln oder sich sogar gegeneinander durchsetzen müssen.

Diese Prozesse von individuellen wie kollektiven Identitätsakzentuierungen lassen sich wiederum in zumindest zweierlei Deutungsweisen interpretieren, als Ausdifferenzierung der Identität oder als Fragmentierung von Teilidentitäten. Die nachfolgenden Abschnitte sollen darauf näher eingehen.

## Fragmentierte Identität

In ihrer Arbeit zum Identitätswechsel im Internet schildert Silke Roesler, wie die Debatten um den Prozess über die Fragmentierung von Identitäten sowohl in der Schnittmenge zwischen einem „realweltlichen und einem virtuellen" Diskurs als auch an dem Übergang von der „Moderne" zur „Postmoderne" situiert werden können (Roesler 2007: 24). Identitäten hätten bereits mit der fortschreitenden Industrialisierung zum Ende des 19. Jahrhunderts begonnen, wähl- und veränderbar zu werden. Die Idee der Konstruierbarkeit der eigenen Identität könne als grundlegender Gedanke der Moderne verstanden werden, aber spätestens „vom Menschen der Postmoderne" gewissermaßen als *homo optionis* (vgl. Beck/Beck-Gernsheim 1995: 16) würde mehr denn je verlangt, sein eigenes Leben aktiv zu gestalten (ebenda: 23f.). Die Verheißungen der Moderne, sich selbst zu konstruieren, seien erst jetzt „in vollem Umfang" einlösbar geworden:

> „Aus einer postmodernen Perspektive wird Identität immer fragiler. Der Begriff der Identität selbst gerät nahezu als Mythos und Illusion in Zweifel. Immer wieder geht es um die Frage der Kohärenz, der Zersplitterung, der Dezentrierung des Subjektes. Es scheint, als seien die Subjekte wie nie zuvor zu einer ‚Bastelexistenz' [...] gezwungen, zum Provisorium einer ‚Patchwork-Identität' [...] angesichts disparater lebensweltlicher Erfahrungen." (Roesler 2007: 24)

Barbara Becker und Michael Paetau halten fest, dass pessimistische Kritiker_innen im Internet als „partikulierendes Medium" einen Motor für den „Zerfall der Gesellschaft" sehen würden (vgl. Becker/Paetau 1997: 7). Demzufolge würde die Cyberwelt als bloßer Schein empfunden werden, oder aber als Flucht oder inhaltsleere Zerstreunng, bei der die Nutzer_innen Gefahr liefen verloren zu gehen (vgl. Roesler 2007: 25).

Der Begriff Fragmentierung hat eine durchaus negative Konnotation und impliziert Unvollständigkeit, so als würde bei der Akzentuierung einzelner Teilidentitäten oder bei der „Wahl" bestimmter Identitäten etwas verloren gehen. In Bezug auf Identitäten im Netz kann dies meinen, dass bei einer Selbstdarstellung (oder anderen Form der Repräsentation) immer nur Ausschnitte einer vermeintlich vollständigen Identität präsentiert werden können und durch einen medialen Filter Informationen und „Wahrheiten" verborgen bleiben. Gleichzeitig können diese Online-Identitätsfragmente als Abspaltungen von einer „bestehenden" Identität interpretiert werden, die im Netz ein „Eigenleben" führen, das sich zu einem gewissen Grad verselbstständigt (vgl. Paasonnen 2002: 26). Obwohl das Selbst in einer solchen Betrachtungsweise als gespalten angesehen werde, sei es durchaus möglich, dass diese Fragmentierung intendiert ist. „[T]his self can intentionally ‚do' identities, create parallel lives, play around with genders and sexualities, and choose which ones to embrace and

priotize“ (ebenda). Roeslers schließt sich an eine solche Auffassung an, indem sie dem Verständnis von Fragmentierung als sich verunvollständigende Identitäten einen Definitionsvorschlag entgegensetzt, nach dem sich Subjekte aus Teilstücken zusammen setzen, die ein „integriertes Ganzes“ bilden. Das Subjekt sei dazu gezwungen, sich immer wieder zu hinterfragen und für identitätsverändernde Entscheidungen zu rechtfertigen. „Die Identität der Gegenwart und Zukunft, heißt es, sei ‚delocalized‘ – ohne wirkliches Zentrum, ohne Basis“ (Roesler 2007: 25)[5].

## Multiple Identitäten

Das Bild des Fragmentarischen lässt sich jedoch wenden. Auch zehn Jahre nach „Das Leben im Netz“ (Turkle 1998) wird Sherry Turkles Begriff der Multiplizität von Identitäten noch heran gezogen, wenn es darum geht, ein „Nebeneinander von unabhängigen Teilen“ von Identitäten sowohl on- als auch offline zu beschreiben (vgl. u.a. Roesler 2007, Döring 2003). In Turkles Darstellung hat hierbei das Internet auch die Funktion einer sicheren Probebühne, auf der Wünsche, Träume und Phantasien aus dem „wirklichen Leben“ im „virtuellen“ vorweg erlebt oder getestet werden können. „Jeder von uns ist auf seine Weise unvollkommen. Virtuelle Räume geben uns die nötige Sicherheit, um unsere Unzulänglichkeiten zu enthüllen, so daß wir beginnen können, uns als diejenigen anzunehmen, die wir nun einmal sind“ (Turkle 1998: 429). Das einfache und problemlose Wechseln von virtuellen Identitäten erleichtert es Menschen dabei, in multiple Rollen oder Persönlichkeiten zu schlüpfen oder aber bewusst auf eine Identität bezogen mehrere Teilidentitäten zu repräsentieren. Turkle vertritt die Auffassung, dass private Homepages im Netz auf besonders plastische Weise die „neue Konzeption multipler, aber kohärenter Identität“ veranschaulichen. Sie beschreibt eine Homepage als eine metaphorische Wohnung des Selbst, in dem unterschiedliche Räume mit Links als „postmoderne Wohnungseinrichtung“ ausgestattet würden. Die Räume dieser Wohnung seien in der ganzen Welt angesiedelt, doch durch die Bemühungen des Users würden sie zu einer Einheit zusammengefasst (Turkle 1998: 421). Auch Nicola Döring meint, private Homepages seien auf Grund ihrer permanenten Veränderbarkeit, ihrer multimedialen Möglichkeiten und die nichtlineare Link-Struktur ein „ideales Medium zur Repräsentation von dynamischen Patchwork-Identitäten“ und Bühne zur Selbstdarstellung (Döring 2003: 367).

Das Internet kann nicht nur dazu genutzt werden, an bestehenden Identitäten zu arbeiten (vgl. 2.3.1) oder individuelle (Teil-)Identitäten weiter auszudifferenzieren, sondern auch, um Gruppenidentitäten weiter zu entwickeln. Christian Stegbauer (2001) verweist auf die Bedeutung des Internets für die Neustrukturierung von Kommunikation und die Ausdifferenzierung von Gruppen. Die Vernetzung von Menschen mit ähnlichen Interessen auch über lokale Bezüge hinweg ermögliche es „Spezialkulturen“ zu stärken oder auch erst hervorzubringen. Andererseits würde der globale Austausch gleichzeitig zu einer Standardisierung von Verhaltensweisen und Symbolen führen (Stegbauer 2001: 42).

---

(5) Das Verständnis von einer delokalisierten Identität lässt sich produktiv an Gilles Deleuzes und Félix Guattaris Konzept von Delokalisierung als kritische Praxis anschließen (vgl. dazu Deleuze/Guattari 1976).

Unklar bleibt ferner, ob die „Manifestation von Multiziplität“ von Identitäten innerhalb und außerhalb des Netzes, wie Turkle hofft, „zu einem allgemeinen Überdenken traditioneller, einheitlicher Vorstellungen von Identität“ beitragen kann (nach: Roesler 2007: 26). Anfängliche Utopien aus der Science (und) Fiction sind mittlerweile größtenteils aufgegeben worden oder werden zumindest weit weniger laut und euphorisch geäußert. Während Susanna Paasonen zwar durchaus emanzipatorisches Potential in Selbstermächtigungsmöglichkeiten des Internet zu sehen scheint, hält sie doch fest, dass in privaten Webseiten und deren Erstellung weniger Fantasie und Transgression von körperlichen Realitäten zu finden ist, als vielmehr eine Manifestation von („bestehenden“) Realitäten (vgl. Paasonen 2002: 30). Die Psychologin Döring geht sogar soweit, „Identitäts-Hopping“ allenfalls Unterhaltungswert zuzugestehen und darin eine Gefahr zu sehen, die zu Identitätsstörungen und Orientierungslosigkeit führen könne, wenn Kinder und Jugendliche „mit solchen Erfahrungen aufwachsen“ (Döring 2003: 349).

### 2.3.3 "Identität 2.0": Neue Identität(en)?

Die in den 1990er Jahren erschienenen – mittlerweile fast schon „klassischen“ – Internetstudien boten noch einen sehr euphorischen Blick auf die Möglichkeiten, im Netz eine neue und freie Identität entfalten zu können, die sich jenseits von gesellschaftlichen Normen und Herrschaftsmechanismen herausbilden ließe. Das so genannte Egalisierungs-Modell ging davon aus, dass hierarchisierende und stereotypisierende Merkmale, die entlang von gesellschaftsstrukturierenden Kategorien wie Geschlecht, Ethnizität, Alter oder etwa Sozialer Status in der computervermittelten Kommunikation herausgefiltert würden: „[W]egen des Fehlens von Hinweisen auf strukturierende askriptive Eigenschaften wird von einer größeren Gleichheit unter den Teilnehmern und aufgrund von im Medium fehlenden Sanktionsmöglichkeiten und der postulierten freien Wahl von ‚Identitäten‘ und ‚Bindungen‘ von einer Unverbindlichkeit von Sozialbeziehungen ausgegangen“ (Stegbauer 2000: 154, nach: Lüders 2007: 158; vgl. auch Döring 2003: 349). Bei Sherry Turkle ist die Auflösung von starren Identitäten, ähnlich weit wie bei Trinh T. Minh-ha (vgl. 2.2.2) gedacht. Sie stellt Massenrollenspiele im Netz als Orte vor, an denen „Persona und Selbst ineinander übergehen, wo die multiplen Figuren sich zusammenschließen um Fragen zu stellen, was das Individuum für sein authentisches Selbst hält“ (Turkle 1998: 299).

Als ein charakteristisches Merkmal von virtuellen Identitäten wird von Nicola Döring genannt, dass diese vom Körper einer Person losgelöste Identitätsrepräsentationen darstellen, die sich auf dem Monitor betrachtet durch Tastatur und Maus „wie ein externes Objekt manipulieren“ lassen: „Die netzbasierte *Identitätskonstruktion* wird somit als kontrollierbarer Gestaltungs- und Konstruktionsprozess deutlicher, als es bei der handelnden Identitätspräsentation außerhalb des Netzes in der Regel der Fall ist“ (Döring 2003: 343). Döring betont jedoch einschränkend, dass die Konstruktion der eigenen virtuellen Identität keinesfalls mit einem kompletten Selbstschreiben der eigenen Identität einhergehe, sondern dass „eine völlig diskursive Verfügbarkeit von (insbesondere körperbezogener) Identität angesichts der realweltlichen physischen Existenz von Netznutzern illusorisch“ bleibe (ebenda).

Und unabhängig davon, ob es eine vordiskursive „realweltliche physische Existenz" von Netznutzer_innen gibt, oder ob nicht auch diese als sprachlich konstruiertes Gebilde betrachtet werden kann, lässt sich auch bei Annahme eines radikalkonstruktivistischen Modells die Machtfrage stellen. Susanna Paasonen etwa weist darauf hin, dass in einem Freiheitskonzept, dass die absolute Gleichheit und Wahlfreiheit postuliert, im Netz sein zu können wer auch auch immer jemand sein möchte, Zugangsvoraussetzungen und Ungleichheiten auf Grund von Ausgrenzungen entlang bestehender Differenzkategorien ausgeblendet blieben (Paasonen 2002: 27f.). Auch eine diskursive Ungleichheit bleibt eine Ungleichheit.

## Körper

Bei einer Beschäftigung mit der Frage, ob das Internet dazu beitragen kann neue Identitäten zu schaffen, rückt oftmals auch der Körper in die Diskussion. Christiane Funken schreibt, das Internet würde „als Raum für alternierende Geschlechtsinszenierungen gefeiert" (Funken 2004a: 303). Demnach können Körper und Geschlecht in Rollenspielen beliebig gewechselt und gestaltet werden. User_innen können in Chatrooms, Foren oder Online-Communities beliebige Angaben über ihr Geschlecht oder ihr Aussehen machen. An der prinzipiellen Rolle und Bedeutung von Geschlecht und Körperlichkeit ändere dies jedoch wenig, da der Körper durch mediale Bilder und Konstrukte bestimmt sei. „Das materielle Substrat des Körpers löst sich in medialen Figurationen auf und wird – je nach Bedarf – für das ‚Impression-Management' [...] ge- und entformt [...]. An Stelle des naturhaften (Geschlechts-)Körpers tritt der optionale Körper. Die Verschmelzung von Körper und Technik erlaubt die fast unbegrenzte Modellierbarkeit des Leibes und sprengt die Grenzen des herkömmlichen geschlechtstypisierenden Bedeutungszusammenhangs, da hier der ‚reale' Körper als scheinbarer Ort der sichtbaren Markierung von Geschlecht entfällt" (ebenda). Claudia Springer machte jedoch schon 1991 deutlich, dass die neuen Kommunikationstechniken und -formen nicht nur eine geschlechtliche Bewegungs- und Wahlfreiheit bedeuten könnten und Veränderungspotential böten, sondern auch (gleichzeitig) unflexibel sein können: „Cyberbodies, in fact, tend to appear masculine or feminine to an exaggerate degree" (zitiert nach: Angerer 1996: 38).

Laut Funken ist und setzt der Körper Zeichen und ist auch im virtuellen Raum identitätsstiftend. Er diene zur Absicherung im virtuellen Raum. So kommt Funken zu dem Schluss, dass ein Identitätstausch, etwa im Chat, keine subversiven Effekte habe, da Authentizität und Verbindlichkeit hier simuliert würden (vgl. Funken 2004a: 207). In der Darstellung Johanna Dorers stellt sich dieses Problem ähnlich dar. Gesellschaftlich vermittelte Repräsentationen wie Selbstdarstellungen im Netz würden bestätigen, das sozial konstruierte Geschlechtsrollen weniger schnell verschwinden würden, als es in den frühen Theorien von Cyberfeminist_innen erwartet oder erhofft wurde. Nichtsdestoweniger gäbe es ein Potential „for repositioning and shifting exisisting boundaries", das anerkannt werden sollte, obwohl die gegenwärtigen Repräsentationen in den Medien weiterhin tradierte Konstruktionen von „gender differences or differentations" vemitteln würden (vgl. Dorer 2002: 84). Wie eine Neupositionierung und Grenzüberschreitung aussehen kann, hängt dabei auch von den strukturellen Gegebenheiten eines Kontextes ab. Nutzer_innen sind davon abhängig, worauf

sie an einem virtuellen Ort zurückgreifen können, welche technischen Vorgaben und Möglichkeiten es gibt (vgl. boyd/Heer 2006: 4). Statt eines physischen Körpers würden „artifacts of digital performance" digitale Körper kreieren. Die Art und Weise, in der Nutzer_innen diese virtuelle Körperlichkeit gestalten (oder auch textlich ihren Körper beschreiben) wirkt sich wiederum auf den gesamten Kontext der digitalen Umgebung aus: „People must interpret those performances in order to understand the social context and thus, what is socially permissible and expected" (boyd/Heer 2006: 4). Auch dadurch bleiben Identitätskategorien bestehen, selbst wenn Körper zumindest in textbasierter Kommunikation nicht sichtbar sein mögen.

## Kohärenz

„Identität 2.0" – also eine neue Identität – könnte heißen, dass diese nicht mehr kohärent und einheitlich beschreibbar wäre und sich somit den strukturalistischen Konzepten entziehen würde. Das Medium Internet ermöglicht nach Silke Roesler, „mit dem Selbst und der eigenen Identität einfacher und vor allem vielfältiger denn je zu experimentieren und insofern Begrenzungen alltagsweltlicher Lebensbedingungen zu überschreiten". Sie bezweifelt, inwiefern heute noch von der „als Gleichheit zwischen Person und ihrer gespielten Rolle definierten Identität" gesprochen werden kann (Roesler 2007: 12). Wie bereits in den letzten Abschnitten beschrieben wurde, kann die Interaktion im und Nutzung des Internet dazu beitragen, Identitäten zu erweitern oder zu verändern. Durch neue Kommunikationsmodi im Netz eröffnen sich „gesteigerte Freiheitschancen für das Individuum" (Wenzel 2000: 177), auch wenn diese, wie oben argumentiert, durch diskursive oder strukturelle Machtverhältnisse eingeschränkt werden.

Roesler hinterfragt die Behauptung, dass Identität erst in der heutigen Zeit (je nach Denkrichtung Spät- oder Postmoderne) als Selbst-Inszenierungsprozess erfahren wird. Vielmehr sei Identität schon immer auch aktiv gestaltet worden (vgl. Roesler 2007: 20f.; 27). Identität habe immer schon eine uneinheitliche Struktur gehabt und sei immer schon das Resultat von Selbsterfindungsstrategien. Heute sind diese Strategien oder Prozesse – auch durch das Internet als erweiterten (virtuellen) sozialen Raum – jedoch plastischer und greifbarer. Virtuelle Sozialräume bestehen „nicht wirklich", jedoch lässt sich nachweisen, dass in ihnen soziale Prozesse stattfinden (Stegbauer 2001: 39) und sich dadurch eine subjektkonstitutive Wirkung entfalten kann (Lüders 2007: 156). Die virtuellen Räume bieten dabei den Subjekten die Chance sich (zumindest ein Stück weit) unabhängig vom Wohnort zu entwickeln, wodurch sich etwa neue „Spezialkulturen" entwickeln könnten. Fraglich sei jedoch, ob sich Kommunikation nicht weiterhin an bestehenden Grenzen und Differenzlinien, wie Geschlecht oder Ethnizität strukturiert oder wie dadurch auch Verhaltensweisen und Symbole standardisiert werden (Stegbauer 2001: 42; vgl. dazu auch Nardi et al. 2004). Offen bleibt in diesem Zusammenhang auch, ob soziale Prozesse im Internet eher dazu beitragen ein starres, kohärentes und einheitliches Konzept von Identität zu brechen oder aufrecht zu erhalten. So bestätigt etwa Dick Hardt in seinen Ausführungen zu Identitäten im Netz, dass diese quer über dutzende Webseiten und Onlineservices und entsprechende Selbstdarstellungsprofile und Benutzer_innenkonten zersplittert sind – also

gewissermaßen delokalisiert und uneinheitlich – gleichzeitig ruft er jedoch auf, dieser Zerstreuung entgegen zu wirken, um Identifizierung und Datenmanagement dadurch zu vereinfachen (Hardt 2005).

## Online-Identität oder Selbstdarstellung?

Interessant ist auch die Frage, wie eine personengebundene Präsentation im Internet begrifflich und konzeptionell gefasst wird. So benutzt Nicole Döring etwa den Begriff „Online-Selbstdarstellungen" – dem in dieser Arbeit eine wichtige Rolle zukommen wird – nur für *kurzfristig* verwendete „dienst- oder anwendungsspezifische Repräsentationen einer Person im Netz", die „weder Dauerhaftigkeit noch subjektive Relevanz" für eine Person haben (Döring 2003: 341). Als Beispiel nennt Döring virtuelle Selbstdarstellungen in IRC-Chats oder bei Online-Auktionsbörsen wie Ebay. In Abgrenzung dazu definiert sie eine langfristige(re) Selbstpräsentation im Netz als „virtuelle Identität" beziehungsweise synonym als „Online-Identität". Diese sei eine „mehrfach in konsistenter und für andere Menschen wieder erkennbare Weise verwendete, subjektiv relevante Repräsentation einer Person im Netz". Ob es sich bei einer Selbstdarstellung um eine Online-Identität im „sozialpsychologischen Sinne" handelt, sei aus den Medientexten zu erschließen und hänge etwa von „Dauerhaftigkeit, Konsistenz, Umfang, Datum der letzten Aktualisierung etc." ab. Eine derartige Abgrenzung anhand der Art von Medientexten oder unterschiedlichen Netzanwendungen zu treffen, scheint jedoch problematisch. So ist es in vielen Chat-Communities möglich ein dauerhaftes und ausführliches Benutzerprofil einzurichten, ebenso sind die Selbstdarstellungsseiten bei Nutzer_innen von Ebay ebenfalls dauerhaft. Nur falls diese nach einmaliger Nutzung unmittelbar gelöscht werden sollten würden sie nach Dörings Definition als Online-Selbstdarstellungen gelten. Ebenso kann eine ausführliche Selbstdarstellung in nur einer Online-Community von anderen Nutzer_innen durchaus als konsistent empfunden werden und demnach als (Teil einer) Identität wahr genommen werden, auch wenn nicht das Kriterium der anwendungsübergreifenden Verwendung selbstdarstellerischer Präsentation in mehreren Communities erfüllt ist. Im Weiteren bezieht sich der Begriff der (Online-)Selbstdarstellung auch auf langfristig angelegte Profilseiten, auf denen Identität abgebildet, reproduziert oder hergestellt wird.

# 3 Intersektionale Analyse von Online-Communities: Forschungsfeld und -zugang

In diesem Kapitel wird das Forschungsfeld und der Forschungszugang vorgestellt. Nach einer Klärung des Begriffs „Online-Communities" (3.1.1) – als Forschungsfeld dieser Arbeit – und einem Überblick über die konkret untersuchten sozialen Netzwerkseiten MySpace, Facebook und StudiVZ sowie die Gründe ihrer Auswahl (3.1.2), wird die genaue empirische Vorgehensweise und die ihr zu Grunde liegende Methodologie erläutert (3.2).

## *3.1 Online-Communities – Forschungsfeld*

> „Virtuelle Gemeinschaften sind kulturelle Aggregate, die dann entstehen, wenn genug Menschen, oft genug im Cyberspace aufeinanderstoßen." (Rheingold 1994: 96)

Die sozialwissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Internet als virtuellem Raum befasste sich nicht nur mit Identität(en), sondern immer auch mit virtuellen Gemeinschaften – *Online-Communities*. In diesem Kapitel werden Definitionen für Online-Communities vorgestellt, die sich diese Arbeit zu eigen macht und davon ausgehend eine Eingrenzung vorgenommen, die die Auswahl der zu untersuchenden Webdienste begründet. Letztere stellen das konkrete Forschungsfeld dieser Untersuchung dar, welches im Abschnitt 3.1.2 näher erläutert wird.

### 3.1.1 Was sind Online-Communities?

In einer häufig zitierten Definition nennt Jenny Preece *people*, *purpose*, *policies* und *computer systems* als konstitutive Bestandteile von Online-Communities (Preece 2001: 79ff.). Demnach bestehen diese aus Menschen, die – vermittelt durch Computer(netzwerke) – sozial interagieren, dabei und dadurch spezielle Rollen erfüllen und Bedürfnisse befriedigen, einem gemeinsamen Zweck nachgehen und sich an bestimmten (geteilten) Regeln, Ritualen, Vorannahmen oder Gesetzen orientieren. Diese Begriffsbestimmung ist durchaus als definitorische Ausgangsbasis für diese Arbeit nutzbar. Um den Untersuchungsrahmen jedoch enger einzugrenzen, soll der Fokus hier weiter eingegrenzt werden. Diese Arbeit bezieht sich ausschließlich auf webbasierte Gemeinschaften, also auf solche, die (überwiegend) browserbasiert über das Hypertext Transfer Protocol (http://...) genutzt werden[6]. Andere Formen von Online Communities, wie Mailinglisten, IRC-Chat-Kanäle, Instant Messenger-Gruppen oder aber auch Online-(Rollen-)Spiele finden hier keine Berücksichtigung oder werden nur am Rande thematisiert. Zum einen sind im Chat oder im Mailverkehr explizite Selbstdarstellungen eher unüblich, oder nur sehr temporär und wesentlich knapper gehalten.

(6) allerdings bieten eine Anzahl von Online-Community-Betreiber_innen auch etwa Mobilfunk- oder Chat-Client-Schnittstellen für ihre Dienste an

Zum anderen sind solche Kommunikationsgemeinschaften vornehmlich geschlossen und/ oder vertraulich. Ferner würde eine uneingegrenzte Ausweitung des Untersuchungsfeldes auf *alle* Typen von Online-Communities den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Auch lässt sich durch eine Fokussierung auf Webdienste eine größere Vergleichbarkeit zwischen den zu analysierenden Gemeinschaften herstellen.

Im Prinzip lässt sich der in dieser Arbeit untersuchte Typus von Online-Communities mit dem Begriff der „Social Network Sites" (vgl. boyd/Ellison 2007) am treffendsten fassen. Nicole Ellison und danah boyd definieren Social Network Sites (SNSs) als einen webbasierten Dienst, der Individuen erlaubt (1) ein öffentliches oder halb-öffentliches Profil innerhalb eines in sich geschlossenen Systems zu erstellen, (2) Verbindungen zu anderen Nutzer_innen aufzubauen und darzustellen und (3) umgekehrt Verbindungen, die andere Nutzer_innen zu diesem Individuum aufgebaut haben sichtbar zu machen (ebenda). Da im deutschsprachigen Raum kein adäquater Terminus gebräuchlich ist und sich „Social Network Sites" noch sperriger liest, als der weitgehend geläufige Begriff „Online-Communities", wird hier auch im Folgenden weitgehend letzterer verwendet. Synonym wird jedoch auch von „Sozialen Netzwerkseiten" oder „(sozialen) Online-Netzwerken" die Rede sein. In jedem Fall soll die Eingrenzung übernommen werden, die für boyd und Ellison trotz zunehmder technischen Ausdifferenzierung – sowie einer Vielfalt von Medienformen und Funktionen – das Rückgrad von Social Networking Sites darstellt: die User_innen-Profile und deren Vernetzung zu „Freunden" innerhalb derselben Community. Die Übernahme dieser Definition als Kriterium für in Frage kommende Online-Communities ist hier sinnvoll, da eben die Profile im Mittelpunkt des empirischen Teils dieser Arbeit stehen sollen.

Der Definition von boyd und Ellison folgend war die 1997 gegründete Webseite SixDegrees.com die erste soziale Netzwerkseite (boyd/Ellison 2007, o. S.). Bereits zuvor habe es bereits Dating-Webseiten gegeben, auf denen ausführliche Profile online gestellt werden konnten. Über Instant-Messaging-Programme wie AIM oder ICQ seien Communities mit „Freundes"-Listen (die allerdings für andere User_innen unsichtbar waren) entstanden. Seiten wie classmates.com erlaubten, sich mit ehemaligen Mitschüler_innen zu vernetzen und diese Verbindungen öffentlich anzuzeigen. All diese Kriterien *zusammen* erfüllte jedoch erstmals SixDegrees. Jedoch stellte diese Community bereits im Jahr 2000 ihren Betrieb aus finanziellen Gründen wieder ein. Zu anderen frühen sozialen Netzwerkseiten zählten die AisanAvenue, BlackPlanet und MiGente, die sich als Online-Communities von ethnischen Minderheiten in den USA verstehen. „The next wave of SNSs began when Ryze.com was launched in 2001", schreiben boyd und Ellison (ebenda). Ryze war ein auf Geschäftskontakte spezialisierter Webdienst, der mittlerweile seine Marktführerschaft an LinkedIn abgetreten hat. Hervorzuheben sei hier auch noch Friendster, eine Community, die 2002 als Dating-Seite gestartet wurde, schon bald danach aber als eine der ersten wichtige Online-Communities mit überwiegend privaten Charakter galt. Mit dem Aufstieg von MySpace (gegründet 2003) und Facebook (2004 gegründet, seit September 2006 komplett öffentlich) geriet jedoch Friendster so schnell wie es aufgestiegen war auch wieder in die (relative) Unbedeutsamkeit (vgl. ebenda). Eine detailierte Zeitleiste, in der die wichtigsten Gründungen und Veränderungen von sozialen Netzwerkseiten dokumentiert sind, findet sich unter

anderem in einem Wiki zu „Youth and Social Network Sites“ (http://yasns.pbwiki.com).

### 3.1.2 MySpace, Facebook, StudiVZ: Auswahl der Communities

Die Anzahl von Online-Communities ist unüberschaubar groß. Auch auf diejenigen begrenzt, die sich nach der oben getroffenen Definition der Social Network Sites (SNS) oder aber als Teil des ‚Web 2.0‘ selbst definieren oder begründbar dort einordnen lassen[7] ist das Spektrum noch sehr weit. Wenn als Maßstab für Relevanz, die Mindestgröße innerhalb dieser Gruppe im mindestens fünfstelligen Bereich liegen soll, stehen immer noch mehrere hundert Communities zur Auswahl.

Für die empirische Untersuchung in dieser Arbeit wird auf dieses naheliegende, wenn auch nicht sonderlich schillernde Auswahlkriterium, die Mitgliederstärke und Besucher_innenfrequenz, zurück gegriffen. In den Fokus gerückt werden sollen MySpace und Facebook, die weltweit am häufigsten genutzten sozialen Netzwerkseiten, sowie StudiVZ, die derzeit in der Bundesrepublik populärste (da am häufigsten genutzte) Online-Community. MySpace und Facebook belegen im „Pagerank“ von Alexa.com[8] die Ränge sechs und sieben (hinter den Suchportalseiten von Yahoo!, Google, Windows Live (Microsoft), dem Portal Microsoft Network und dem Videoportal YouTube)[9]. Das StudiVZ landet bei Alexa unter den in der BRD am häufigsten aufgerufenen Webseiten auf Platz sechs (hinter Google.de, Ebay, YouTube, Google.com und Yahoo!)[10]. In der Bundesrepublik landet MySpace auf Platz neun, Facebook immerhin noch auf Platz 28, womit beide Communities also auch in Deutschland noch eine recht hohe Bedeutung haben. Nur das SchuelerVZ ist mit Rang zehn als weitere soziale Netzwerkseite noch unter den ersten 30 zu finden. Auch die Mitgliederzahlen sind hoch. So hat MySpace schätzungsweise 105 Millionen Mitglieder weltweit (davon ca. 3 Millionen in der BRD), Facebook etwa 62 Millionen (in der BRD 300.000) und das StudiVZ im deutschsprachigen Raum etwa 4 Millionen Nutzer_innen.[11] Bei etwa 2,3 Millionen Studierenden in der BRD wird dabei auch deutlich, dass vermutlich auch viele Nicht-Studierende die Seite nutzen.[12]

Abgesehen von der Größe und häufigen Besucher_innenfrequenzen spricht zudem die Möglichkeit, ausführliche Selbstdarstellungsprofile zu erstellen, für diese Auswahl. Insbesondere bei medial spezialisierteren Communities, z.B. Last.fm (Musik) oder YouTube (Video) wird dafür wesentlich weniger Raum vorgesehen. Bei Webdiensten, die – wie YouTube – überwiegend monodirektional genutzt werden, scheint eine Analyse in diesem Zusammenhang auch weniger ergiebig, da die wenigsten Nutzer_innen hier überhaupt registriert oder

---

(7) etwa technisch darüber, dass auf hier eine größere Medienvielfalt zurückgegriffen wird, als etwa bei klassischen forenbasierten Gemeinschaften

(8) Eine „Rating“-Seite im Internet, die Nutzer_innen-Zahlen (in Seitenabrufen) misst und vergleicht.

(9) http://alexa.com/site/ds/top_sites?ts_mode=global&lang=none – abgerufen am 21.11.2007

(10) http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?cc=DE&ts_mode=country&lang=none – abgerufen am 21.11.2007

(11) Die Angaben zu den Mitgliedszahlen sind ungefähre Schätzwerte aus dem Januar 2008. Die Angaben schwanken je nach Quelle. Außerdem wachsen die Benutzer_innenzahlen zum Teil sehr schnell. So gibt Facebook etwa einen Zuwachse von 250.000 Mitgliedern pro Tag an beziehungsweise eine Verdoppelungsrate der Mitgliederzahl von sechs Monaten (Stand: 24.01.2008). Die hier verwendeten Zahlen entstammen den jeweiligen Eigenangaben der Webseiten (vgl. dazu auch Schmieder 2007).

(12) Einige Nutzer_innen geben dies unter anderem durch Mitgliedschaften in Gruppen wie „ich bin kein student aber mindestens genauso schlau!!!!!“ an. http://www.studivz.net/Groups/Overview/9ecf36bcd1fdb662 – abgerufen am 12.01.2008

mit Selbstdarstellungen präsent sind. Außerdem findet Gemeinschaft und gegenseitige Kommunikation (trotz Kommentar- und Antwortfunktion und aufeinander bezogenen Videos) hier eher in einem engeren Nutzer_innenkreis statt. Ferner macht gerade das Medium Film eine Analyse von Identifikationsprozessen und filmischen Selbstdarstellungen ungleich komplexer. Eine solche Auseinandersetzung könnte jedoch für Forscher_innen mit Erfahrungen mit Filmanalysen ein fruchtbares Forschungsfeld im Anschluss an diese Arbeit sein.

Bei MySpace, Facebook und StudiVZ stehen die Selbstdarstellungsprofile, und eine interaktive Kommunikation via Profilseiten, im Mittelpunkt der Webseitennutzung. Allen dreien ist tendenziell ein eher privater Rahmen gemein, wenngleich etwa bei Facebook auch der Erwerbslebenslauf eingestellt werden kann. Bezogen auf das „Publikum" der jeweils eigenen Profilseiten besteht vermutlich eine gewisse Vergleichbarkeit. Die Seiten dienen weder primär zur Darstellung gegenüber potentiellen Arbeitgeber_innen oder Geschäftspartner_innen (wie etwa Xing), noch als Partnerbörse (wie ursprünglich Friendster oder AdultFriendFinder), noch primär zur Präsentation von eigenen Medien (flickr, YouTube, deviantart). Vermutlich ist die Nutzung solcher Communities stärker an bestimmten Zwecke ausgerichtet und weniger zu einem ‚kommunikativen Selbstzweck' konzipiert. Gleichzeitig bieten die drei gewählten Communities trotz der nominellen Zielgruppenbegrenzung auf Studierende beim StudiVZ (in der Gründungsphase auch bei Facebook) und einem starken Musikbezug von MySpace einen großen multimedialen, themenübergreifenden und ausdifferenzierten Umfang, der potentiell für ein recht breites Spektrum an Menschen interessant sein könnte. Aus diesen Gründen scheint die Auswahl für die gewählte Fragestellung besonders geeignet.

Durch die Auswahl dieser Communities ergibt sich vermutlich eine vom Alter her relativ homogene Gruppe (die User_innen befinden sich überwiegend etwa im zweiten Viertel ihrer jeweiligen Lebenserwartung). Allerdings trifft dies wohl auf fast alle Online-Communities zu.

## *3.2 Intersektionalität als Mehrebenenanaylse – Methodologie und Vorgehen*

Die gewählte Untersuchungsweise lehnt sich methodologisch an den Ansatz der *Intersektionalität als Mehrebenenanalyse* (Degele/Winker 2007a) an. Das heißt, die Konstruktion von Identitäten soll anhand von verschiedenen sozialen Kategorien (Herrschaftsachsen), wie etwa Geschlecht, Ethnizität, Klasse, Attraktivität, Religion, Körper oder sexuelle Orientierung[13] auf drei Ebenen untersucht werden. Letztere umfassen die *Makroebene* (gesellschaftliche Strukturen und institutioneller Rahmen), *Mikroeben* (interaktiv hergestellte Prozesse der Identitätsbildung) sowie die *Repräsentationsebene* (kulturelle Symbole). An dieser Stelle soll erläutert werden, wie Intersektionalität als Mehrebenenanalyse innerhalb dieser Arbeit – (abstrakt) auf drei Untersuchungsebenen und (konkret) in zwei Untersuchungs-

(13) Eine Aufzählung von Kategorien kann weder hier noch anderswo Vollständigkeit für sich beanspruchen. Sinnvoll erscheint es eher induktiv festzustellen, welche Kategorien sich in welchem Kontext als relevant erweisen. So haben etwa Degele/Winker 14 Kategorien herausgearbeitet, die sich in Interviews mit Erwerbslosen als bedeutsam für deren Identitätskonstruktionen herausstellten.

schritten – angewendet wird.

Auf der *Makroebene (Strukturebene)* sollen strukturelle und „technische" Vorgaben durch die die Anbieter_innen/Provider_innen von Webdiensten untersucht werden. Welche Pflichtangaben sind in etwaigen Eingabemasken für die Selbstdarstellung zu machen? Welche Angaben sind möglich, welche sind zwingend? Welche Angaben sind – in welcher Form – für Dritte sichtbar? Mit welchen möglichen Folgen sind Angaben verbunden?

In den Sozialwissenschaften bezieht sich die Makroebene klassischer Weise auf „die" Gesellschaft. Anhand des gewählten Untersuchungsrahmens sind jedoch gesellschaftliche Strukturen und Institutionen nur mittelbar zugänglich (nämlich insofern, als dass sozial relevante Internetplattformen und die dahinter stehenden ökonomischen Akteur_innen als Teil dieser Strukturen und Institutionen verstanden werden können). Abgesehen davon ist anzunehmen, dass Strukturen im wesentlichen in Diskurse eingeschrieben sind, die sich auch auf der Mikro- und Repräsentationseben manifestieren. Insofern muss die Trennung der Ebenen zum Teil zwangsläufig eine analytische bleiben.

In einem *ersten Schritt* (vgl. 4.1) soll analysiert werden, unter welchen Voraussetzungen und mit welchen Vorgaben Selbstdarstellungsprofile auf sozialen Netzwerkseiten erstellt werden. Dazu wird ausführlich dargestellt, wie sich der Anmeldevorgang für potentielle User_innen gestaltet, welche Pflichteingaben dabei nötig sind und welche Daten darüber hinaus abgefragt werden. Ziel ist dabei auch herauszufinden, welche Identitätskategorien durch die Anbieter_innen vorgegeben beziehungsweise vorgeschlagen werden. Daneben soll auch darauf eingegangen werden, welche kommunikativen Funktionen über die Profilseiten genutzt werden können und wie es um die Privatsphäre der Nutzenden gestellt ist, das heißt unter anderem: für wen die jeweiligen Selbstdarstellungsprofile sichtbar sind. Letzteres ist in diesem Zusammenhang relevant, da dies zum einen Einfluss darauf haben kann, für welches Publikum Nutzer_innen schreiben und zum anderen bestimmt, welche Seiten im Rahmen dieses Projektes überhaupt abrufbar und analysierbar sind. Nicola Döring bemerkt, dass es bei der Analyse von Selbstdarstellungen beziehungsweise der Beschäftigung mit Online-Identitäten, sinnvoll ist, „nutzerdefinierte, systemgenerierte und mitnutzerproduzierte Merkmale zu unterscheiden" (Döring 2003: 342). Auch aus diesem Grund scheint es daher angemessen die systemgenerierten – respektive: anbieter_innengenerierten – Vorgaben gesondert vorzustellen, um eine Unterscheidung zu ermöglichen und die Voraussetzungen zu klären. Diese bilden zum einen die strukturelle Basis für Identitätskonstruktionen in Online-Communities, zum anderen stellen diese „technischen" Vorgaben die Plattform und damit innerhalb von sozialen Netzwerkseiten die Interaktionsfläche für soziale Praxen dar, bei denen nach Degele und Winker (2007a) eine intersektionale Mehrebenenanalyse ansetzten kann.

Der *zweite Untersuchungsschritt* (vgl. 4.2) des empirischen Teils befasst sich schließlich mit konkreten Selbstdarstellungen (die sich sowohl auf der Identitäts- beziehungsweise Mikroebene als auch auf der Makroebene analysieren lassen) und stößt somit weiter zum Kern der Fragestellung vor.

Die Nutzung von Positionierungsangeboten und der Umgang mit (vorgegebenen oder offenen) Kategorien durch die User_in kann gleichzeitig als (technikvermittelte) Interaktion

verstanden werden. Wie in solchen interaktiv hergestellten Prozessen Identität aktiv hergestellt wird, ist eine Frage, die sich auf der *Mikroebene* stellt. Wie wird mit (in der Technik manifestierten) Vorgaben umgegangen? Wie werden „Leerstellen" individuell ausgefüllt? Welche freiwilligen Angaben werden neben den Pflichtangaben gemacht? Wie wird mit offenen Kategorien umgegangen? Auf dieser Ebene lässt sich induktiv herausarbeiten, auf welche Kategorien in virtuellen Selbstdarstellungen Bezug genommen wird und welchen Stellenwert diese haben. In einer Schleife zur Makroebene zurück lässt sich untersuchen, welche dieser Kategorien etwa als Such- oder Sortierkriterium bei der „Entdeckung" von anderen User_innen nutzbar sind. Das Nachempfinden des Erstellungsprozesses von Nutzer_innenprofilen (vgl. 4.1.1; 4.1.4), dort platzierte Positionierungen und Affinitäten (u.a. 4.2.3) sowie die aktive Einbettung von Selbstdarstellungen in (ggf. identitätsbezogene) Netzwerke und Gruppen (u.a. 4.2.3.2) könnten Hinweise darauf geben, welche „Verortungsarbeit" Menschen leisten, um sich im Netz zu (re)konstruieren.

Analysen auf dieser Ebene der Identitätskonstruktion könnten sichtbar machen, wie sich Individuen Strukturen unterwerfen (Subjektivierung), oder aber durch eine kritische Praxis nach Auswegen suchen und vorgegebene Strukturen dadurch dekonstruieren oder zumindest aufdecken (Entsubjektivierung) (vgl. Lüders 2007). Dies führt uns zu dem (an dieser Stelle) fließenden Übergang zur Ebene der Repräsentation.

Auf der *Repräsentationsebene* rücken kulturelle Symbole in den Vordergrund, die sich in der äußeren Wirkung von Selbstdarstellungen, in deren Charakter und Wirkung, finden lassen. Hier sollen Normen, Werte, Stereotype und Ideologien (und damit verbundene Diskurse) aufgedeckt werden. Die Untersuchung zielt dabei darauf, hegemoniale Absicherungen, Hierarchisierungen, Normierungen, Naturalisierungen sichtbar zu machen. Wie werden Individuen/Subjekte performativ hervorgebracht? Welche Positionierungen oder Annahme von Kategorien weisen auf eine sich ständig wiederholende, zitierende, sprachliche Praxis (vgl. Butler 1991) hin? Auch Symbole im bildlichen Wortsinne können und sollen hier Gegenstand der Analyse sein. Konkret stellen sich dabei innerhalb des zweiten Untersuchungsschrittes unter anderem folgende Fragen: Werden Fotos benutzt? Oder Avatare? Welche grafischen Gestaltungsmöglichkeiten werden (wie) verwendet? Abstrahiert gilt es hier etwa zu ergründen, ob ein Bedürfnis nach Authentizität (durch die User_innen beziehungsweise Anbieter_innen) auszumachen ist und falls ja, wie dieses befriedigt wird.

# 4 Empirische Ergebnisse

Die empirischen Ergebnisse stellen den Kern dieser Arbeit dar. Die Reihenfolge der Darstellung entspricht dabei in etwa der chronologischen Abfolge des Forschungsprozesses, der vom Anmeldeprozess und den technischen Vorgaben ausgehend die strukturellen Voraussetzungen und Möglichkeiten für Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion innerhalb der Online-Communities untersucht (4.1), um sich dann ab 4.2 konkreten Beispielen zu widmen. In diesem Teil des Kapitels finden sich die Ergebnisse der Analyse von zufällig ausgewählten Profilen (vgl. 4.2.1), die sich analytisch betrachtet überwiegend auf der Identitäts- respektive Repräsentationsebene einordnen lassen (vgl. 3.2).

Der Übersicht halber soll hier die konkrete Fragestellung (vgl. erstes Kapitel) noch einmal wiederholt werden:

*Wie positionieren beziehungsweise identifizieren sich Nutzer_innen, wie werden sie repräsentiert und auf welche Strukturen können sie dabei zurückgreifen? Auf welche Identitätskategorien wird bei der Selbstdarstellung im Netz zurückgegriffen? Wie werden diese konstruiert?*

## *4.1 „Technische" Vorgaben zur Erstellung von Nutzer_innen-Profile in den Communities*

Bevor der Blick auf einzelne Selbstdarstellungen gerichtet wird, soll in diesem Kapitel eine ausführliche Auswertung der „unbeschriebenen" Seiten erfolgen. Dazu werden die Anmeldevorgänge und abgefragte Profildaten aus den vorgestellten Communities dokumentiert und analysiert, sowie Vergleiche zu den entsprechenden Daten von anderen Online-Netzwerken gezogen, die in einer Vorauswahl zu dieser Arbeit ausgewertet wurden. Dadurch sollen die „technischen" beziehungsweise formellen Vorgaben geklärt werden, auf denen eine Identifizierung oder Selbstdarstellung innerhalb von sozialen Netzwerkseiten möglich ist.

Die Nutzer_innen-Profile sind nach danah boyd, die zentralen Bestandteile einer sozialen Netzwerkseite. „Social network sites are based around profiles, a form of individual (or, less frequently, group) home page, which offers a description of each member" (vgl. boyd 2008: 123). Neben Text, Bildern und Videos, die ein Mitglied erstellt oder zumindest dort platziert hat, gehöre zu diesen Profilen ferner Kommentare von anderen Mitgliedern und eine Liste von Leute, die als „Freunde" innerhalb des Netzwerks identifiziert würden (ebenda).

Zahlreiche Blogeinträge, Medienberichte und wissenschaftliche Artikel haben technische Funktionen, Zielgruppen, Nutzungsverhalten oder Mitgliederzahlen von verschiedenen Online-Communities verglichen (vgl. 3.1). Auch die kommunikative und identitätsstiftende Bedeutung von Profil-Seiten in diesen Communities ist dabei beleuchtet worden; so spricht etwa danah boyd von Nutzer_innen-Profilen als „digital bodies, public displays of identity where people can explore impression management" (boyd 2006b: o. S.). Interessanter Weise scheint jedoch eine Übersicht über die in verschiedenen sozialen Netzwerkseiten abgefragten Profildaten noch nicht vorzuliegen. Das folgende Kapitel möchte dies zumindest

für MySpace, StudiVZ und Facebook nachholen.

### 4.1.1 Anmeldevorgang und Pflichtangaben

Als erster Schritt zum Eintritt in eine Online-Community ist eine Registierung beim jeweiligen Anbieter nötig. Einige sich im Aufbau beziehungsweise in der so genannten „Beta-Phase", befindliche Webdienste lassen sich nur per Einladung von Mitgliedern betreten, bei den hier vorgestellten etablierteren Netzwerken ist dies jedoch nicht der Fall. Die zur Anmeldung nötigen Daten beschränken sich in der Regel auf eine verhältnismäßig kleine Zahl von Pflichtangaben. Sowohl MySpace und Facebook als auch StudiVZ verlangen die Eingabe von Vor- und Nachnamen, Geburtstag und -jahr sowie ein Passwort für das spätere Einloggen. Auch bei vielen vergleichbaren Webdiensten, wie etwa Orkut (der Online-Community von Google) oder den Lokalisten (ein deutschsprachiges Netzwerk mit starkem Ortsbezug) sind diese Daten notwendige Bedingung zur erfolgreichen Anmeldung. Unterschiedlich ist jedoch auch bei diesen wenigen gemeinsamen Pflichtangaben, ob und wie diese Daten für andere Nutzer_innen sichtbar sind. So bleibt in aller Regel die e-Mail-Adresse verdeckt, das Geburtsdatum lässt sich oftmals ausblenden und bei MySpace oder den „Lokalisten" ist der „echte" Name standardmäßig unsichtbar (siehe Tabelle 1 in diesem Abschnitt). Hier sind die Mitglieder unter einem selbstgewählten Nutzer_innen-Namen zu sehen. StudiVZ und MySpace bestehen jedoch ausdrücklich darauf, das der tatsächliche Name verwendet wird. „Sonst kann das Ganze nicht funktionieren"[14] schreibt dazu StudiVZ in einer Erläuterung. Facebook erklärt ausführlicher: „Facebook requires you to enter your full first and last name. Profanity is not permitted. Also, we will not process requests for fake or celebrity names. Dude, everyone knows that you aren't Paris Hilton."[15]. Die tatsächliche e-Mail-Adresse muss auch deshalb eingegeben werden, da diese zum Erhalt einer e-Mail genutzt wird, mit der die Anbieter_innen einen Bestätigungs-Link zur weiteren Registrierung verschicken, um die Angabe der „echten" e-Mail-Adresse zu verifizieren.

Bei vielen Communities (u.a. bei MySpace und StudiVZ) wird auch eine Angabe zur Kategorie Geschlecht für die Registrierung vorausgesetzt, oft auch bei Communities, in denen eine Anmeldung ohne offenen Bezug zur „realen" Identität (Geburtstag, Vor- und Zuname etc.) möglich ist. Bis auf wenige Ausnahmen, wie etwa bei der Foto-Community flickr oder der Musik-Plattform last.fm, wo diese Angaben optional gemacht werden können, bedeutet „Geschlechtsangabe" das Anklicken eines Kästchens oder einer Auswahlliste „männlich" oder „weiblich" beziehungsweise „Frau" oder „Mann". Flickr und last.fm räumen bei der jeweilige Abfrage von „Gender" die zusätzliche Möglichkeit ein, „unknown" respektive „other" auszuwählen. Die 2008 neugegründete deutschsprachige Community Queerlee.de, die sich als Plattform für Schwule und Lesben versteht, bietet neben den Kategorien „Mann" und „Frau" auch die Möglichkeit, sich als „Transgender" zu identifizieren. Bei Facebook, wo die Angabe der Geschlechtsidentität optional ist, finden sich in den Statistiken der jeweiligen „Netzwerke" auch Daten dazu, wie oft welche Angabe

(14) http://www.studivz.net/l/help – abgerufen am 18.01.2008
(15) http://www.facebook.com/help.php?page=5 – abgerufen am 23.01.2008

gewählt wurde. Innerhalb des lokale Netzwerks „Germany“ gaben 38 Prozent der Nutzer_innen „Male“ und 35 Prozent „Female“ an. Immerhin 27 Prozent machten keine Angabe über ihr Geschlecht.

Angaben mit Ortsbezug werden ebenfalls unterschiedlich gehandhabt. So ist bei MySpace die Angabe der Postleitzahl notwendig, bei Orkut zumindest das Land, bei Lokalisten.de wird nach der „homebase“ gefragt, wobei die Auswahl der Orte sehr BRD-zentriert ist. Im StudiVZ muss aus vorgegebenen Daten, sortiert nach Land, Bundesland, Ort, eine konkrete Hochschule ausgewählt werden, womit deutlich gemacht wird, dass sich die Webseite ausschließlich an Studierende richtet.

Bei der Datensammlung für diese Arbeit fiel auf, dass Geburtstage ausschließlich mit „scroll down“-Menüs eingegeben werden können. Technisch bedingt dies – für die Programmierer_innen ebenso wie für die Endnutzer_innen – das Festsetzen beziehungsweise die Eingabe eines frühesten und eines spätesten Geburtsjahres. Menschen, die 1907 geboren sind, können ausschließlich bei MySpace ihr tatsächliches Geburtsjahr angeben, das „technische“ Höchstalter bei Facebook beträgt derzeit 87 Jahre und Langzeitstudierende oder spät studierende Personen über 67 werden im StudiVZ dazu gezwungen, ein späteres Geburtstdatum einzugeben. In der Event-Community Boomloop, ist das früheste Geburtsjahr 1950. Das späteste Geburtsjahr im StudiVZ ist 1990, während bei MySpace und Facebook – „technisch“ gesehen – auch Profile von (beziehungsweise für) Neugeborene oder Einjährige erstellt werden können. Bei einigen Communities ist das früheste eingebbare Alter auch mit dem Mindestalter laut Geschäftsbedingungen identisch. So lässt sich bei Jappy.de, deren Mitgliedschaft laut § 3 der Jappy-AGBs an ein Alter von mindestens 14 Jahren gebunden ist, kein Geburtsjahr nach 1993 eingeben[16]. Die „Terms of Use“ von Facebook sehen ein Mindestalter von 13 Jahren und zur uneingeschränkten Nutzung ein Alter von 18 Jahren vor[17].

Der westliche (gregorianische) Kalender ist in allen betrachteten Communities die einzige Möglichkeit der Geburtsdatumsangabe.

**Tabelle 1: Pflichtangaben bei der Anmeldung (Stand: 01.12.2007)[18]**

| | **MySpace** | **Facebook** | **StudiVZ** |
|---|---|---|---|
| e-Mail-Adresse | X | X | X |
| Vor-/Nachname | X/X (1) | X/X | X/X |
| Passwort | X | X | X |
| Land | Scroll | - | X (der Hochschule) |
| Bundesland | Scroll | - | -X (der Hochschule) |
| Postleitzahl / Ort | X/- | - | -/X (der Hochschule) |

(16) http://www.jappy.de/infos/agbs - abgerufen am 30.11.2007
(17) https://login.facebook.com/terms.php – abgerufen am 11.12.2007
(18) Die hier und im folgenden dargestellten Daten und Zitate entstammem, sofern nicht anders angegeben, den jeweiligen Registrierungsseiten: http://signup.myspace.com/index.cfm / https://login.facebook.com/r.php? / http://www.studivz.net/register.php / Legende: siehe unten

| | | | |
|---|---|---|---|
| Geburtstag | Scroll (2) | Scroll | Scroll |
| Geburtsjahr (3) | 2007-1907 | 1920-2006 | 1990-1940 (4) |
| Geschlecht | „Weiblich“ „Männlich“ | - | „weiblich“ „männlich“ |
| I am...<br>[Angabe über Bildungs-/Berufsstatus] | | (in college/graduate school; at a company; in high school; none of the above) | |
| Hochschule | - | - | Scroll |
| Benutzer_innen-Name | X | - (nur „echter“ Name) | - (nur „echter“ Name) |

X = Pflichtangabe mit freiem Eingabefeld

- = Bei Registrierung nicht abgefragt, i.d.R. jedoch nachträglich optional ergänzbar

Scroll = Pflichtangabe über scrollbares Auswahlmenü.

(1)= Wird nicht offen angezeigt, ist aber suchbar.

(2)= Wird auf Wunsch anderen nicht angezeigt.

(3)= Vorgegebene Optionen in der jeweiligen Auswahlliste.

(4)= Nachträglich löschbar.

## 4.1.2 Fehlermeldungen bei offen gelassenen Angaben

Wenn bei Eingabeformularen auf Webseiten Pflichtangaben offen gelassen werden oder „falsch“ beantwortet werden, gibt es in der Regel ein automatisiertes Feedback vom Server, mit dem gerade kommuniziert wird, welches zur Wiederholung der Angaben aufruft. Die Registrierungsformulare von MySpace, Facebook und StudiVZ stellen hier ebensowenig wie alle anderen in den Vorrecherchen zu dieser Arbeit überprüften Community-Webseiten eine Ausnahme dar. Entscheidend für das Erwähnen dieser Fehlermeldungen bei unvollständigen Pflichtangaben ist ein eigenes Erlebnis beim Anmelden im StudiVZ, das maßgeblich mein Interesse am Themenfeld Identitäten in Online-Communities ausgelöst hat: Nachdem ich mich registrieren wollte, ohne „weiblich“ oder „männlich“ angeklickt zu haben, erschien folgender Hinweis: „Bei uns können sich nur männliche oder weibliche Wesen anmelden!“ Über diese Formulierung – vorsichtig ausgedrückt – erstaunt, ließ ich folglich auch alle anderen Angaben unbeantwortet, um die Ausdrucksweise der übrigen Fehlermeldungen zu überprüfen. Diese waren wesentlich „sachlicher“ formuliert, wie etwa: „Der Vorname ist zu kurz!“ / „Bitte trage dein Geburtsdatum vollständig ein.“ /„Bitte wähle ein Land!“

Ein Blick auf die Fehlermeldungen von MySpace und Facebook zeigt, dass die Imperative zur Dateneingabe hier neutraler gewählt sind. In Bezug auf die Geschlechtsangabe lässt sich die Bitte von MySpace mit etwas Wunschdenken gar als Aufruf zur selbstbestimmten Wahl der Geschlechtsidentität lesen: „Wähle dein Geschlecht aus.“

Trotz teilweise schon bestehender Benutzer_innenprofile des Verfasser für die verschiedenen Online-Netzwerke, wurde bei der empirischen Datensammlung jeweils ein neues Profil angemeldet. Dazu wurde auf den Titel dieser Arbeit zurückgegriffen: Vorname „Doing“, Nachname „Me“. StudiVZ, MySpace und viele andere Communities akzeptierten diese Namensangaben, Facebook jedoch nicht: „Our automated system will not approve this

name. If you believe this is an error, please contact our Facebook's Customer Support Team. [...] This is for personal profiles. You may also create a page for a business or band.“ Offenbar reichte ein aus nur zwei Buchstaben bestehender Nachname nicht aus. „Doing MeAgain“ hingegen wurde als neue_r Nutzer_in umgehend begrüßt.

Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Umsetzung des Anmeldeformulars bei der Community Lokalisten. Zwar sind alle Fehlermeldungen nach einem einheitlichen Schema formuliert („spitzname ist pflichtfeld.“/ „nachname ist pflichtfeld.“ / „geschlecht ist pflichtfeld.“), allerdings erscheint bereits beim bloßen Anklicken eines Datenfeldes ein zusätzlicher Hilfsdialog. Im Fall des Scroll-down-Menüs „geschlecht“ erscheint in diesem Textfeld: „bitte gib hier dein geschlecht an. solltest du dir unsicher sein, frage bitte deine freunde.“ Nichtsdestoweniger können die Freunde hinsichtlich der Anmeldung bei den Lokalisten jedoch auch nur zur binären Auswahl „mann“ oder „frau“ beraten[19].

## 4.1.3 Aufforderungen nach erfolgreicher Anmeldung

Die Online-Communities leben – auch wirtschaftlich – von der Anzahl der Nutzer_innen und deren Aktivität. So erscheint nach der erfolgreichen Registrierung beispielsweise bei MySpace anschließend an die Option ein Foto hochzuladen, die Aufforderung, weitere Freund_innen einzuladen:

> „Lade Freunde zu deiner MySpace-Site ein! Fang gleich an, deine Freunde hinzuzufügen, indem du sie zu MySpace einlädst. Wenn sich deine Freunde anmelden, bildet ihr mit allen euren Freunden zusammen eine große Community – eine tolle Möglichkeit, neue interessante Leute kennenzulernen.”

Gestützt wird dieses Prinzip bei MySpace und Facebook durch die Möglichkeit, per Eingabe der Nutzungsdaten für den E-Mail-Account bei Webmailern wie Hotmail oder GoogleMail, das vorhandene Adressbuch mit der Datenbank der Community abzugleichen. An Menschen aus dem Adressbuch, die bereits in dem jeweiligen Online-Netzwerk registriert sind, kann per Klick eine „Freunschaftsanfrage“ geschickt werden. Freund_innen, die noch nicht in der Datenbank sind, können ebenso einfach Einladungen zu dem Webdienst geschickt werden. Die Nutzer_innen werden also aktiv dazu aufgefordert, weitere potentielle Kund_innen zu werben. Aus Sicht der Anbieter_innen hat diese Form des „viralen Marketings“ (vgl. Bechmann 2006) vor allem den Zweck, die eigene Marktstellung zu stärken und durch eine entsprechende Größe für Werbekund_innen interessanter zu werden.

In einem weiterem Schritt fordert Facebook neue User_innen auf, sich einem (geografischen) Netzwerk anzuschließen, das einen späteren virtuellen Bezugsrahmen bildet. Per Voreinstellung können Nutzer_innen nur die Profile von anderen Mitgliedern des selben Netzwerkes sehen, wobei nur ein geografisches Netzwerk ausgewählt werden kann, welches auch nur zwei Mal innerhalb von zwei Monaten gewechselt werden kann. Zusätzlich können jedoch weitere Mitgliedschaften, etwa in (hoch)schulbezogenen Netzwerken beantragt werden, die außerhalb des geografischen Netzes liegen (vgl. Abschnitt 4.1.6).

---

(19) http://www.lokalisten.de/register/newbie/saveRegister.do – abgerufen am 23.11.2007

### 4.1.4 „Vervollständigung“ der Profildaten

Die oben beschriebenen Pflichtangaben stellen nur einen Bruchteil der Angaben dar, die Nutzer_innen von Online-Netzwerken in ihren Profilen eingeben können. Die Eingabemasken der verschiedenen Anbieter umfassen ein breites Spektrum von Selbstdarstellungsmöglichkeiten. Zum Teil wird nach der Anmeldung (und den im letzten Abschnitt beschriebenen Schritten) dazu animiert, das Profil zu „vervollständigen“. Zumindest aber steht die/der User_in nach der Registireung meist nur noch einen Mausklick von einer Eingabemaske für weitere Profildaten entfernt. Bei Xing, einer auf Geschäftskontakte ausgerichteten Community ist für alle Nutzer_innen beim Betrachten des eigenen Profils automatisch ein Infokasten sichtbar, der anzeigt, wieviel Prozent der (potentiellen) Profilinformationen bereits eingegeben sind.

Im Folgenden soll näher darauf eingegangen werden, welche Daten diese weitere (freiwillige) Abfrage beinhaltet. Für diese Arbeit ist des insbesondere aus dem Grund relevant, da diese „technisch“ vorgegebenen Kategorien einen Rahmen vorgeben, innerhalb dessen sich Nutzer_innen in den Communities darstellen können. Für MySpace, Facebook und StudiVZ sind die verwendeten Kategorien in der Tabelle 2 (siehe unten) komplett aufgeführt und um relevante, vorgegebene Optionen bei geschlossenen Angabemöglichkeiten ergänzt. Dazu wurden in der linken Spalte Überschriften für die verschiedenen Kategorien der Profildaten gebildet. Diese orientieren sich im wesentlichen an der Sortierung in den Online-Netzwerken. Da jedoch die einzelnen Rubriken jeweils unterschiedliche Daten umfassen, mussten diese zum Teil umsortiert werden, um eine übersichtlichere Darstellung zu gewährleisten, in der die Daten(abfragen) einfacher verglichen werden können. Die Kategorisierung der verschiedenen Informationen hat in erster Linie einen analytischen und idealtypischen Charakter, da etwa die Grenzen zwischen persönlichen und sozialen Informationen durchaus fließend sind. In der Regel erscheinen alle eingegebenen Daten auf der für andere sichtbaren Profilseite einer Userin oder eines Users.

Eine zentrale Position scheinen bei den drei ausgewählten Communities die *„Persönlichen Informationen“* zu haben. Diese werden zumeist an erster Stelle abgefragt, d.h. sie bilden den ersten „Tab“ (Karteireiter) oder das erste Listenelement. Diese Angaben können überwiegend über freie Eingabefelder, also ohne Vorgaben, getätigt werden. Typische Kategorien sind hier freie Selbstdarstellungstexte („Über mich“), Lieblingsmusik, -filme, -bücher, Interessen oder ein persönliches Motto (vgl. Tabelle 2). Die in den Webdiensten verwendeten Kriterien sind fast identisch.

Unter *„Sozialen (und demokrafischen) Informationen“* sind unten die Profildaten zusammengefasst, die bei MySpace unter „Basis-Infos“ und „Hintergrund & Lifestyle“, bei Facebook unter „Basic“ und „Relationships“ beziehungsweise Im StudiVZ unter den Rubriken „Allgemeines“ und zum Teil noch unter „Persönliches“ eingegeben werden können. Dieser Datenbereich ist der umfassendste und reicht vom Wohnort über die Religionszugehörigkeit bis hin zu sexueller Orientierung und Jahreseinkommen. Wie bereits erwähnt, verlangen MySpace und StudiVZ schon bei der Anmeldung eine (binäre) Geschlechtsangabe. Diese kann allerdings uneingeschränkt hin- und hergewechselt werden. Auch bei Communities wie

Facebook, flickr oder last.fm, bei denen die Geschlechtsangabe optional ist, kann diese lediglich per Auswahl vorgegebener Felder getroffen werden. Immerhin bietet etwa flickr auch „other" und „rather not say" als Optionen an. Eine freies Eingabefeld für die Angabe des Geschlecht bietet keine der im Vorfeld betrachteten Netzwerkseiten an.

Ortsbezogene Angaben werden unterschiedlich, zum Teil auch mit Interpretationsspielraum – etwa zwischen „Herkunfts-" oder „Wohnort" – abgefragt. Teilweise lassen sich diese Daten auch unabhängig voneinander eingeben. So geht etwa das StudiVZ vom jeweiligen Hochschulstandort (Pflichtangabe) als lokalen Bezugspunkt aus und fragt zusätzlich nach dem „Heimatland" und „Heimatort". Gegenüber der durch geschlossene Vorgaben begrenzten Angaben zu Geschlecht und Hochschulsitz lässt die freie Eingabemaske hier durchaus auch Legoland oder Entenhausen als Daten zu.

In der Tabelle 2 (siehe unten) ist aufgeführt, welche weiteren Kategorien zur sozialen Identifikation abgefragt werden, und wie welche Angaben eingegeben werden können oder müssen. Stellvertretend sollen hier nur einige Beispiele hervorgehoben werden. So erfassen StudiVZ, MySpace und Facebook (nur letzteres per „freiem" Eingabefeld) die Religion der Nutzer_innen. Die politische Einstellung lässt sich bei Facebook und StudiVZ (von „Kommunist" über „konservativ" bis „kronloyal") auswählen. Alle Communities sehen Angaben zu Beziehungsstatus und -wünschen vor, beim StudiVZ jedoch ohne Angabe der sexuellen Orientierung. Zwei Kategorien, die (unter den untersuchten Netzwerkseiten) nur bei MySpace in den Profileingabemasken berührt werden, sind Ethnizität („Volkszugehörigkeit") und Körper beziehungsweise Attraktivität („Figurtyp", „Größe"). Am ausführlichsten scheint übrigens das Aussehen in der google-Community Orkut abgefragt zu werden. Dort sind neben „Statur" und „Größe" auch Angabefelder zu „Körperkult" (Piercing, Tätowierungen), „Haarfarbe", „Augenfarbe", „Kleidungsstil", „Bestes Merkmal" (z.B. Waden, Augen, Hals), „Aussehen" (von „Modell/Dressman" bis „Potthässlich") vorgesehen, sowie ein freies Eingabefeld „Das fällt dir sofort an mir auf:".

Eine weitere Rubrik ist die *Ausbildung*. Der Bildungsgrad kann hier teilweise angegeben werden, vor allem jedoch werden Daten zu Schul- und Hochschulnamen und Orten abgefragt. Dies geschieht u.a. mit dem Hinweis, das über diese Daten (ehemalige) Schul- oder Unifreund_innen (wieder)gefunden werden können. Ähnliches gilt für den Bereich *Arbeit* (respektive Firma). Hier können des weiteren Angaben über Tätigkeiten und Positionen hinterlassen werden. Während im StudiVZ hier im Auswahlmenü Begriffe wie „Dumpinglohn-Empfänger(in)", „Bürostuhlakrobat(in)" oder „Big Boss" gewählt werden können, lässt sich bei Facebook ein kompletter (Erwerbs)Lebenslauf einstellen. In expliziten Karrierenetzwerken wie Xing ist dies eine zentrale Funktion, die im Mittelpunkt der User_innen-Profile steht.

Ergänzt wird das Profil noch durch die Angabe zusätzlicher *Kontaktmöglichkeiten* (neben der Möglichkeit per netzwerkinternem Nachrichtenservice Kontakt zueinander aufzunehmen), wie etwa Instant-Messaging, Telefon, Webseite oder Postanschrift und – nicht zuletzt – die Möglichkeit, ein *Foto* hochzuladen. Hierbei werden klare Regeln vorgeschrieben. MySpace erlaubt „keine Nacktheit, gewalttätiges oder anstößiges Material", im StudiVZ darf „kein unanständiges Bild" als Profilfoto verwendet werden. Zudem wird hier Authentizität ver-

langt: „Du musst auf dem Foto zu erkennen sein (egal in welchem Zustand). Bitte respektiere diese Bedingung - sonst kann das Studiverzeichnis nicht richtig funktionieren!“ Nutzer_innen, die kein Bild hochladen, werden durch Platzhaltergrafiken vertreten (siehe Tabelle 2).

Die *grafische Gestaltung* des Profillayouts ist in der Regel sehr eingeschränkt. Während die Benutzer_innen-Profile bei StudiVZ und Facebook, wie insgesamt bei den meisten sozialen Netzwerkseiten (derzeit) durch ein recht starres, einheitliches Layout gekennzeichnet sind, lassen sich MySpace(profil)seiten relativ unterschiedlich gestalten. Der Anbieter hat hier versehentlich ein „technological loophole“ offen gelassen und später bewusst in diesem Zustand gelassen, über das per HTML- und CSS-Codes in die Seitengestaltung eingegriffen werden kann (vgl. boyd 2008: 123). Während in den frühen Zeiten von MySpace Nutzer_innen darauf angewiesen waren diese Codes zu verstehen und zu beherrschen und damit herumzuexperimentieren, sind mittlerweile zahlreiche (kommerzielle wie private) Drittanbieter_innen entstanden, von denen HTML- oder CSS-Passagen kopiert und in die jeweiligen Profileingabefelder eingefügt werden können.

Netzwerke und Gruppen sowie weitere Elemente der Profilseiten – die überwiegend nicht unmittelbar mit der Eingabe der eigenen Daten zusammenhängen – sind weiter unten (ab 4.1.5) thematisiert.

**Tabelle 2: Optionale Profildaten (Stand: 01.12.2007)**[20]

| | **MySpace**<br>„Profil“ | **Facebook**<br>„Profile“ | **StudiVZ**<br>„Meine Seite“ |
|---|---|---|---|
| **Name** | „Name“:<br>Angezeigter Name / Vorname / Nachname | | |
| **Persönliche Informationen**<br>Mottos, Zitate<br>Selbstbeschreibung<br>Interessen<br>Hobbies<br>Musik, Filme, TV, Bücher<br>Idole | „Interessen & Persönlichkeit“:<br>Überschrift / Über mich / Ich möchte gerne kennenlernen /Interessen / Musik / Filme / Fernsehen / Bücher / Helden [Freie Eingabefelder] | „Personal“<br>Activities / Interests / Favorite Music / Favorite TV Shows / Favorite Movies / Favorite Books / Favorite Quotes / About Me [Freie Eingabefelder] | „Persönliches“:<br>Interessen / Clubs, Vereine / Musikrichtung, Bands / Lieblingsbücher / Lieblingsfilme / Lieblingszitat / Über mich [Freie Eingabefelder] |

(20) Die in der linken Spalte genutzen Begriffe, sind vom Autor gewählte Kategorien, in den drei Spalten zu den jeweiligen Communities sind ausschließlich die tatsächlich dort verwendeten Begriffe wiedergegeben.

| **Soziale (und demokrafische) Informationen**<br><br>Geschlecht<br>Geburtsdatum<br>Beruf*<br>Wohn-, Herkunftsort<br>Politische Einstellung<br>Körper/Attraktivität<br>Familienstand<br>Beziehungssuche<br>Sexuelle Orientierung<br>Ethnische Zugehörigkeit<br>Religion/ Weltanschauung<br>Konsumverhalten<br>Mitgliedschaften/ soziale Netzwerke<br>Einkommen | „Basis-Infos“:<br><br>Geschlecht [Männlich oder Weiblich anklickbar [hier: einzige Pflichtangabe]] / Beruf [Eingabefeld] / Stadt [Eingabefeld] / Land [Auswahlliste] / Bundesland [Auswahlliste] / Postleitzahl [Eingabefeld] / Volkszugehörigkeit (Asiat; Schwarzafrikaner; Inder; Latino/Hispano-Afrikaner; Aus Nahost; Amerikanischer Ureinwohner; Von einer Pazifikinsel; Weiß; Andere) / Figurtyp (Schlank; Sportlich; Durchschnittlich; ein wenig mehr; Mehr zum Liebhaben; Bodybuider) / Größe (92cm-242cm in 1cm-Schritten); Keine Antwort / Ich bin hier wegen (Dating; Ernsthafte Beziehungen; Freunde; Netzwerke)<br><br>* * * * * * * * * * *<br><br>„Hintergrund & Lifestyle“:<br><br>Familienstand (Offen für alles, In einer Beziehung, Single, Geschieden, Verheiratet) / Sexuelle Orientierung (Bi; Schwul; Hetero; Nicht sicher; Keine Antwort) / Heimatort [Eingabefeld] / Religion (Agnostiker; Atheist; Buddhist; Katholik; Christ – Andere; Hindu; Jude; Mormone; Moslem; Andere; Protestant; Scientology; Taoist; Anhänger des Wicca-Kults) / Raucher (Ja; Nein; Keine Antwort) / Alkohol (Ja; Nein; Keine Antwort) / Kinder (Ich möchte keine Kinder; Irgendwann; Unentschieden; Ich liebe Kinder, möchte aber keine eigenen; Stolze(r) Mutter/ Vater; Keine Antwort) / Einkommen (Weniger als € 24.000; € 24.00 - 35.000; € 35.000 - € 47.000; € 47.000 - € 59.000 / € 59.000 - € 78.000 / € 78.000 - € 118.000; € 118.000 - € 196.000; € 196.000 und höher; Keine Antwort) | „Basic“:<br><br>Sex (Female; Male [kann offen gelassen werden]) / Birthday [Tag und Monat veränderbar; Optionen: Show my full birthday; Show only month & day; Don't show my birthday] / Hometown [freies Eingabefeld] / Country [Auswahlliste] / Political Views: (Very Liberal; Liberal; Moderate; Conservative; Very Conservative; Apathetic; Libertarian; Other) / Religious Views [freies Eingabefeld]<br><br>* * * * * * * * * * *<br><br>Relationships<br><br>Interested in (Men; Women [auch beides oder nichts auswählbar]) / Relationship Status (Single; In a Relationship; Engaged; Married; It's Complicated; In an Open Relationship) / Alternate (Maiden) Name [„Note: Alternate Name is only used to find you in search, and will not show up in your profile.“]) / Looking for (Friendship; Dating; A Relationship; Networking [Mehrfachnennungen möglich]) | „Persönliches“ [Fortsetzung]:<br><br>Auf der Suche nach [Mehrfachauswahl: (netten Leuten; Lern-/Übungsgruppen; Sprachpartnern; Dating; Parties; Was sich eben ergibt)] / Beziehung [Auswahlliste: (solo; vergeben; offene Beziehung; verheiratet; Romanze)] / Politisch (unpolitisch; Kommunist; sehr links; links; Mitte links; liberal; Mitte rechts; rechts; konservativ; kronloyal; grün)<br><br>* * * * * * * * * * *<br><br>„Allgemeines“:<br><br>Geburtstag (TT.MM.JJJJ): [hier: Geburtsdatum entfernbar!] / Heimatland [freiwählbar: Eingabefeld] / Heimatort [Eingabefeld] / PLZ (Heimatort) [Eingabefeld] / Letzte Schule [Eingabefeld] / Geschlecht [wechselbar] (weiblich; männlich) |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| **(Aus)bildung**<br><br>Schule<br>Hochschule<br>Studiengang | „Schulen“:<br>[Schule aus Datenbank hinzufügbar]<br>* * * * * * * * * * *<br>[unter: „Hintergrund & Lifestyle“]:<br>Ausbildung (Gymnasium; Hochschule; Student; Studienabschluss; Studium; Absolvent/Doktorand; Keine Antwort) / | „Education“:<br>College/University / Class Year / Attended for / Concentration / High School | [Unter dem Reiter „Allgemeines“]:<br>Hochschule [änderbar, aber nicht auslassbar] / Status (Student(in); Hochschulmitarbeiter; Alumnus / Alumna; Abiturient(in) / Maturand(in)) / An der Hochschule seit (1980-2007) / Studiengang [sehr ausführliche Auswahlliste] / Studienrichtung [ausführliche Auswahlliste] / 2. Studienrichtung / 3. Studienrichtung / |
| **Arbeit**<br><br>Firma<br>Beruf*<br>Stellung<br>Tätigkeit | „Firma“:<br>Name der Firma /Stadt / Bundesland / Land / Titel / Abteilung / Einstellungsdatum | „Work“:<br>Employer / Position / Description / City/ Town / Time Period | „Arbeit“:<br>Art des Jobs (Praktikant(in); Hilfskraft; Zeittotschläger(in); Sündenbock; Untertan(in); Dumpinglohn-Empfänger(in); Diener(in); fleißige(r) Arbeiter(in); Bürostuhlakrobat(in); Held(in) der Arbeit; 08/15 Jobber(in); Papierschieber(in); Workaholic; Zukünftiger Star; Bürokrat(in); Politiker(in); vorbildliche(r) Angestellte(r); furchtlose(r) Söldner(in); Troubleshooter(in); gesichtsloses Management; Was-zu-sagen-haber(in); Top-Entscheider(in); Big Boss; Special operations; ziemlich hohes Tier; im Zentrum der Macht; uneingeschränkte(r) Herrscher(in)) / Firma [freies Eingabefeld] /Job-Bezeichnung / [freies Eingabefeld] / Was ich da mache [freies Eingabefeld] / Bisherige Karriere |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Netzwerkmitgliedschaft** | „Netzwerk-Kategorie“:<br>Bereich (Tanzen; Mode; Film; Spiele; Marketing; Modeln; Musik; Nachtleben; Fotografieren; Veröffentlichungen; Radio; Technik, Fernsehen, Theater) / Unterbereich / Rolle / Beschreibung<br>[Desweiteren Beitritt zu und Gründung von Gruppen möglich] | „Network“:<br>[Ländernetzwerke, Hochschulnetzwerke, Firmennetzwerke...]<br>[Desweiteren Beitritt zu und Gründung von Gruppen möglich] | [Beitritt zu und Gründung von Gruppen möglich] |
| **Kontaktmöglichkeit** | [Externe Kontaktaufnahme nicht explizit vorgesehen.] | „Contact“<br>Screen Name(s) [Instant Messaging] / Mobile Phone / Land Phone / Address / City / Country / Zip / Website | „Kontakt“:<br>ICQ-Nummer / AIM-Name / Skype-Name / Jabber-Name / Handy-Nummer / Telefon / Adresse / Wohnheim / Zimmer Nr. / PLZ, Ort / Land / Webseite |
| **Bild** | „Foto“:<br>„Keine Nacktheit, gewalttätiges oder anstößiges Material“<br>Platzhalter, wenn kein Foto hochgeladen wurde:<br> | „Picture“<br>Platzhalter, wenn kein Foto hochgeladen wurde:<br> | „Foto“:<br>[„Du musst auf dem Foto zu erkennen sein“ / „kein unanständiges Bild“]<br>Platzhalter, wenn kein Foto hochgeladen wurde:<br> |
| **Grafische Profilgestaltung** | [Relativ frei gestaltbar durch Editoren von MySpace und Drittanbieter_innen oder eigene Programmierung] | „Layout“:<br>[Anordnung der verschiedenen Elemente im öffentlichen Profil änderbar] | [Nicht veränderbar] |
| **Sonstiges** | „Song & Video zum Profil“:<br>[aus denen von andern MySpace-Seiten] | | „Lehrveranstaltungen“:<br>Nachname des Dozenten [Freies Eingabefeld] / Name der Lehrveranstaltung |

## 4.1.5 Kommunikative (Profil-)Elemente

Schon per Definition (vgl. 3.1.1) verfügt eine Online-Community über kommunikative Elemente, mit denen Benutzer_innen untereinander in Verbindung treten und Kontakt halten können. Dabei wohnt auch hier den einzelnen Selbstdarstellungsseiten beziehungsweise Profilen, eine zentrale Rolle bei. Bereits bei Friendster, einer der frühen sozialen Netzwerkseiten (gegründet 2002), wurden Profilseiten auch zur Kommunikation genutzt. Hier wurden „Testimonials“, die eigentlich zu einer kurzen Beschreibung und Würdigung von Freunden (wie in einem Poesiealbum) gedacht waren, für wechselseitige Konversationen

genutzt (vgl. boyd/Heer 2006: 5). Andere Communities haben dies für diesen Zweck übernommen: MySpace nennt es „Kommentare", bei Facebook heißt dies „The Wall" und der Facebook-Clone StudiVZ hat diese Funktion als „Pinnwand" übersetzt. Im Unterschied zu anderen kommunikativen Elementen (wie etwa Nachrichten oder Chatfunktionen) sind diese Kommentare öffentlich auf den Profilseiten sichtbar, das heißt so lange das Profil überhaupt für Dritte einsehbar ist (vgl. 4.1.6).

In einem Vortrag zu „Identity Production in a Networked Culture" bezeichnet danah boyd Kommentare innerhalb der MySpace-Profile als kulturelle Währung. User_innen würden von ihren „Freunden" erwarten, dass diese Kommentare auf ihren Profilseiten hinterließen und umgekehrt gebe es die Erwartung auf einen Kommentar mit einem Gegenkommentar zu reagieren. Um soziale Anerkennung zu erlangen und sich sichtbar zu machen würden aktive Nutzer_innen versuchen, auf möglichst vielen Seiten ihre Kommentare zu hinterlassen, um wiederum andere dazu zu motivieren auf der eigenen Profilseite zu kommentieren. Dies führe zuweil soweit, dass einige Kommentare massenhaft wie Spam verbreitet würden (vgl. boyd 2006b).

Während die Pinnwand im StudiVZ nur Text zulässt, können in MySpace-Kommentaren auch (statische und animierte) Bilder eingebunden werden[21].

Eine wichtige Funktion von Communities ist die dauerhafte Vernetzung von Nutzer_innen untereinander, um entweder mit alten Freund_innen aus vorherigen Offline- wie Online-Begegnungen in Kontakt zu bleiben oder aber um neue Bekanntschaften oder sonstige für interessant erachtete Personen zu „speichern". Hierbei verfügen Online-Communities über die Möglichkeit, andere Personen als „Freunde" hinzufügen zu können, und somit vom eigenen Profil aus als solche zu verlinken. Bei Facebook, StudiVZ und MySpace heißen diese Kontakte „Freunde" beziehungsweise „Friends", andere Netzwerkseiten verwenden Begriffe wie „Fans", „Contacts" (flickr.com), „Kollegen" (kiezkollegen.de) oder auch „Drinking-Buddies" (corkd.com). Bei einigen Communities lassen sich diese Kontakte auch unidirektional anlegen, die drei hier gewählten verlangen eine gegenseitige Bestätigung der „Freundschaft".

In Facebook, StudiVZ und MySpace können Gruppen zu bestimmten Themen oder Interessen gegründet werden oder sich bestehenden Gruppen angeschlossen werden, die in der Regel auch auf den jeweiligen Profilseiten sichtbar sind. Während in einigen Gruppen aktiv zu den verschiedensten Bereichen diskutiert wird, dienen andere offenbar hauptsächlich als sichtbares Statement oder Zugehörigkeitsbekenntnis im eigenen Profil.

Des weiteren lassen die Communities es zu, dass über einen Link in einem Profil private Nachrichten an eine Nutzerin oder einen Nutzer geschickt werden können. Facebook und das StudiVZ bieten User_innen auch die Möglichkeit sich gegenseitig aufeinander aufmerksam zu machen ohne dazu irgendwas schreiben zu müssen: „poke" (auf der Hilfe-Seite heißt es dazu: „we thought it would be cool to have a feature without any specific purpose"[22]) beziehungsweise „gruscheln" (ein Kunstwort aus grüßen und kuscheln). Dabei wird auf einen

(21) Auf StudiVZ-Pinnwänden werden zum Teil Bilder aus ASCII-Schriftzeichen gebildet, wenn nicht-sprachliche Botschaften hinterlassen gewollt werden.
(22) http://www.facebook.com/help.php?page=20 – abgerufen am 10.01.2008

entsprechenden Link auf der Profilseite einer Person geklickt („XY gruscheln“) und diese wird dann beim nächsten Login darüber benachrichtet („Du wurdest von YZ gegruschelt“) und gefragt ob zurückgegruschelt werden soll.

Hervorzuheben bei Facebook ist, dass hier eine technische Möglichkeit zur Verfügung gestellt ist, weitere (kommunikative) Elemente in das Profil einzubinden, indem dort so genannte „Apps“ (also Applications, sprich: Anwendungen) „installiert“ werden. Beispiele für solche Apps sind eine „Fun-Wall“ oder „Super-Wall“ in Ergänzung zu der standardmäßig vorhandenen „Wall“, auf der neben Texten auch Bilder, Strichzeichnungen oder Videos hinterlassen werden können, virtuelle Aquarien, in denen virtuelle Fische als Geschenk hinterlassen werden können, Pokerspiele, die mit anderen gespielt werden können, Persönlichkeitstest mit Vergleichoptionen oder aber Unterstützungsaufrufe für politische Anliegen. Ein unübersichtliches Angebot von Apps, die von Facebook, privaten Nutzer_innen und z.T. kommerziellen Drittanbieter_innen zur Verfügung gestellt werden, macht es unmöglich diese im komplett vorzustellen (vgl. dazu Smith 2007). Auf beispielhafte Apps soll jedoch im nächsten Kapitel, bei der Auswertung einzelner Profilseiten näher eingegangen werden.

In den Profildaten können weitere Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme angegeben werden, wie etwa Instant Messanger-Name/Nummer, Telefon, Webseite, e-Mail-Adresse oder Postanschrift (siehe Tabelle 2 im Abschnitt 4.1.4). MySpace bietet zusätlich einen eigenen Instant Messanger[23] an, der heruntergeladen werden kann, um unabhängig vom einloggen bei MySpace.com per Chat mit anderen Nutzer_innen zu kommunizieren. Wie Facebook bietet MySpace zudem eine spezielle Benutzerschnittstelle für die Nutzung der Community via Mobiltelefon an. Allerdings sind die meisten dieser Funktionen bisher noch auf die USA beschränkt.

Direkte Links zu anderen Webseiten sind bei MySpace und Facebook möglich, bei StudiVZ müssen URLs per „copy & paste“ angesteuert werden. Alle Communities, auch die meisten hier nicht näher beschriebenen, erschweren oft gezielt die Kommunikation über Dienste von Drittanbierter_innen. Wahrscheinlich um die Nutzung der eigenen Webseite nahe zu legen ist die einfachste Form mit anderen User_innen zu kommunizieren in aller Regel der jeweilige integrierte Kurznachrichtendienst.

### 4.1.6 Privatsphäre

Wer welche Profile bei welchen Communities betrachten kann, ist sehr unterschiedlich geregelt. Im Unterschied zu fast allen anderen Communities sind MySpace-Profilseiten generell öffentlich. Mehr als ein Webbrowser und eine Internetverbindung sind also nicht erforderlich, um eine bestimmte Seite zu laden und das Profil anzusehen. Bei Facebook und StudiVZ ist eine eigene Mitgliedschaft eine Mindestvoraussetzung für das Betrachten von Profilen. Allen Diensten ist allerdings gemein, dass der Zugang zu der Profilseite von den Nutzer_innen beschränkt werden kann, so dass etwa nur bestätigte Kontakte, also „Freunde“, Zugriff auf die eigenen Daten haben. Bei der Business-Community Xing besteht

(23) Auch Facebook führte im Apri 2008 eine solche Funktion ein.

sogar die Möglichkeit für jeden einzelnen Kontakt die Freigabe einzelner Datensätze unterschiedlich zu regeln. Die verschieden Privatsphären-Einstellungen bedeutet auch, dass Daten auf MySpace-Seiten von Suchmaschinen wie Google gefunden werden können, während die Benutzer_innenprofile innerhalb von Communities wie Facebook[24] oder dem StudiVZ für diese verborgen bleiben.

Zum „Jugendschutz" ist die Datenfreigabe bei Menschen, die sich als unter 18jährige bei MySpace anmelden, automatisch darauf beschränkt, dass nur freigegebene Freunde die Seiten betrachten können. Die Seiten von Jugendlichen sind auch über die seiteninternen Suchfunktionen nicht auffindbar.

Eine Beschränkung anderer Art gibt es bei Facebook. Hier können nur Profilseiten von „Freunden" und von Nutzer_innen aus dem selben „Netzwerk" betrachtet werden. Dabei gibt es neben Schul-, Firmen- und Universitätsnetzwerken, bei denen eine Mitgliedschaft beantragt werden muss[25] auch lokale Netzwerke, die nach Ländern beziehungsweise US-Bundesstaaten sortiert sind. Jede Nutzer_in kann sich nur einem lokalem Netzwerk zuordnen und dieses maximal zweimal im Monat wechseln. So können Profile von Nutzer_innen ausserhalb der eigenen Netzwerke nur eingesehen werden, wenn eine „Freundschaft" beidseitig bestätigt wird.

In den Nutzungsbedingungen muss beim Beitritt zu einer sozialen Netzwerkseite auch den jeweiligen Nutzungsbedingungen zugestimmt werden. Damit wird grundsätzlich nicht nur die Nutzung der Daten durch die jeweilige Community, sondern ferner auch die durch Dritte genehmigt. So wird individualisierte und zielgruppenspezifische Werbung ermöglicht, für die Werbepartner_innen etwa Cookies auf den Rechnern der User_innen setzen dürfen oder aber Profildaten oder IP-Adressen für gezielte Werbung, beispielsweise nach Geschlecht oder Wohnort, platzieren können.

### 4.1.7 (An)Sprache

Ein weiterer interessanter Aspekt in der Community-Struktur, der analytisch allerdings eher der *Repräsentationsebene* zuzuordnen ist, ist die Ansprache der Nutzer_innen. So werden etwa Mitglieder von StudiVZ – unabhängig davon, welches Geschlecht sie bei der Registrierung angegeben haben – fast durchgängig in der männlichen Form angesprochen, etwa als „Freund" von jemanden, oder „Moderator" einer Gruppe („Paola als Freund hinzufügen"). Auch bei MySpace gab es dieses Problem, hier wurde allerdings anscheinend daran gearbeitet. Hieß es in den Benachrichtigungen, die Nutzer_innen über die Aktivitäten ihrer Kontakte bekommen, Ende Dezember 2007 noch „Lena hat sein Profil aktualisiert", war Mitte Januar 2008 zu lesen: „Lena hat ihr/sein Profil aktualisiert".

Ein Teil der androzentrischen Ansprachen bei MySpace könnte bei der Übersetzung vom Englischen ins Deutsche entstanden sein. Facebook stellte erst nach Abschluss der Erhebungsphase die Option zur Verfügung, eine andere Sprache als Englisch zur Navigation

(24) Bei Facebook ist die Suchbarkeit eines Profils für externe Suchmaschinen optional möglich.
(25) Für die Universität Hamburg ist hierfür eine uni-hamburg.de-Adresse zwingend notwendig.

durch die Community zu verwenden. Eine Auswertung der deutschen Übersetzung scheint zu diesem Zeitpunkt wenig sinnvoll, da diese noch nicht abgeschlossen ist. So heißt es etwa in den „Neuigkeiten“ (engl.: „Mini-Feed“), in denen über Veränderungen der Profile der „Freunde“ informiert wird: „Marta hat ‚[XY]‘ von seinen Interessen entfernt“, aber noch „Martin commented on Marta's Foto“, bei „Ausbildung“ wird nach der „Highschool“ gefragt, während unter „Arbeit“ schon der „Arbeitgeber“ angegeben werden kann[26]. Während die englischen Sprachversionen der Netzwerkseiten weitestgehend geschlechtsneutral sind, wird insbesondere im StudiVZ deutlich, dass meist nur die männliche Form benutzt wird.

Mit der Änderung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) führte das StudiVZ „personalisierte Bannerwerbung“ ein. Das es hierbei jedoch nicht um individuelle, sondern geschlechtsspezifische Werbung auf einer zweigeschlechtlichen Matrix geht, verdeutlichen die Erläuterungen auf der Informationswebseite[27]. Dort wird beschrieben, dass vor Einführung der neuen AGBs Werbung „allen Nutzern angezeigt“ wurde: „Alle Nutzer sehen die gleiche und somit auch mehr Werbung. Männer sehen z.B. auch Werbung für Damenkosmetik.“ Durch die „personalisierte“ Werbung würde gewährleistet, dass ein Kosmetikhersteller, der auf StudiVZ „ausschließlich Frauen“ erreichen will, tatsächlich nur diese erreicht. Darüber, nach welchen anderen Kategorien Werbung „gezielt“ verbreitet werden kann, fehlen auf den StudiVZ-Seiten weitere Informationen.

### 4.1.8 Strukturell vorgegebene Identitätskategorien

An dieser Stelle soll als Zwischenstand protokollarisch festgehalten werden, welche strukturellen (sozialen) Kategorien in den Vorgaben der Anbieter_innen vorkommen und als Angebote zur Selbstdarstellung von den Nutzer_innen aufgegriffen werden können. Dies kann später als Vergleichsbasis für Kategorien dienen, die sich in der Auswertung von einzelnen Selbstdarstellungsprofilen als bedeutsam herausstellen oder auf die zumindest Bezug genommen wird. Dabei lassen sich diese Kategorien auch in den Tabellen 1 und 2 in den Abschnitten 4.1.1 und 4.1.4 wieder finden. In diesen Abschnitten ist der genaue Umgang der einzelnen Communities mit den jeweiligen Kategorien zum Teil bereits ausführlich diskutiert. Die (sozialen) Kategorien wurden aus den Begriffen abgeleitet, mit denen auf den Eingabemasken der sozialen Netzwerkseiten gearbeitet wurden. Dabei wurden die dort verwendeten Kategorien (siehe zweite bis vierte Spalte in der Tabelle im Kapitel 4.1.4) zu Oberbegriffen zusammengefasst und sprachlich an die Vorschläge von Degele Winker (2007a; vgl. dazu auch 3.2) angepasst. Dort wurden verwendet: „Arbeit, Einkommen/ Vermögen, Bildung, Soziale Herkunft/Familie/Soziale Netze, Generativität, Geschlechtszuordnung, sexuelle Orientierung, nationalstaatliche Zugehörigkeit, Ethnizität, Region, Religion/Weltanschauung, Alter, körperliche Verfasstheit/Gesundheit, Attraktivität“ (Degele/Winker 2007a: 5). Die Kategorien werden hier danach sortiert, ob sie sich auf Pflichtangaben oder optionalen Angaben bei einzelnen Communities beziehen.

(26) Stand: 03.03.2008
(27) http://www.studivz.net/l/wozu_das_ganze/ - abgerufen am 20.02.2008

### Soziale Identitätskategorien (zum Teil verpflichtend)

- [binäre] Geschlechtszuordnung (Pflicht bei MySpace, StudiVZ)
- Alter (überall Pflichtangabe, bei MySpace optional unsichtbar)
- Bildungsstatus (Pflicht bei Facebook, bei StudiVZ ist Angabe einer Hochschule notwendig)
- Region/Wohnort (Pflicht bei MySpace, StudiVZ [Hochschulort])

### Soziale Identitätskategorien (optional nennbar)[28]

- Beruf/Arbeit/Stellung
- Körper/Attraktivität (hier: körperliche Statur und Größe)
- Ethnische Zugehörigkeit
- Familienstand/Beziehung
- Generativität (hier: Kinder[wunsch])
- Sexuelle Orientierung
- Politische Einstellung
- Religion/Weltanschauung
- Soziale Netze (hier vor allem: Gruppen- und Vereinsmitgliedschaften, Allumni-Netzwerke)
- Einkommen
- Bildung

### Weitere persönliche Identitätskategorien[29]

- Name (Pflicht bei Facebook, StudiVZ)
- Konsumverhalten (Rauchen, Trinken)
- Hobbies/Interessen

### *Nicht* abgefragte soziale Identitätskategorien

- nationalstaatliche Zugehörigkeit
- körperliche Verfasstheit/Gesundheit (abgesehen von Statur und Größe)

---

(28) Im Gegensatz zu den Pflichtangaben werden die optionalen Daten aus Gründen der Übersichtlichkeit an dieser Stelle nicht wiederholt. Diese können in der Tabelle 2 im Abschnitt 4.1.4 nachgeschlagen werden.
(29) Die hier vorgenommene Trennung von sozialen und persönlichen Identitätskategorien ist durchaus diskutabel. Mir schien sie hier – zumindest im Rahmen eines Zwischenfazits – jedoch angemessen, da sich im Gegensatz zu den oben genannten sozialen Identitätskategorien meines Erachtens nach etwa am Namen oder der Lieblingsmusik keine unmittelbaren Herrschaftsverhältnisse oder soziale Differenzlinien ableiten, auch wenn diese ggf. (subjektive) Vermutungen z.B. über die soziale oder ethnische Herkunft mit sich ziehen können.

Weitere Kategorien können zusätzlich über freie Eingabefelder in das Profil einfließen. Sowohl Facebook als auch MySpace und StudiVZ sehen offene Fließtextdarstellungen vor („Über mich"). Der tatsächliche Rückgriff auf die oben genannten sozialen und persönlichen Identitätskategorien ist ein Thema im nachfolgenden Abschnitt.

## *4.2 Auswertung der Selbstdarstellungsprofile*

An den ersten Analyseschritt auf der (Infra)Strukturebene anschließend, der in den vorherigen Textabschnitten dokumentiert ist, stellten einzelne Profile von Nutzer_innen der Communities MySpace, Facebook und StudiVZ die Datenbasis für die weitere Untersuchung dar. Dazu wurden jeweils zehn Profile zufällig ausgewählt. Im Abschnitt 4.2.2 werden beispielhaft drei Profile vorgestellt. Die verdichteten Zusammenfassungen der Einzelauswertungen von allen 30 Profilen befindet sich im Anhang. Die Auswertung des gesamten Samples (4.2.3) kann als Ergebnispräsentation auf der Mikro- und Repräsentationsebene im Sinne der Forschungsmethode (vgl. 3.2) verstanden werden.

### 4.2.1 Auswahl von Benutzer_innen-Profilen

Die Auswahl dieser Profile erfolgte, indem eine Großstadt in der Bundesrepublik, zu der ich keinen persönlichen Bezug habe, festgelegt wurde. Diese Stadt war das einzige vorgegebene Suchkriterium und diente als „gemeinsamer Nenner". In Frage gekommen wäre für diese Studie theoretisch jedes beliebige Benutzer_innenprofil, da die Fragestellung keine spezifischere Auswahl von Kriterien verlangt. Die Datenerhebung für diese Studie sollte aber innerhalb des deutschsprachigen Raumes erfolgen, um etwa eine Übersetzung aus anderen Sprachen als zusätzlichen Filter zu vermeiden, wobei auch englischsprachige Profildaten – weitestgehend unübersetzt– berücksichtigt werden und die Verwendung anderer Sprachen zumindest Erwähnung finden wird. Auf die Problematik des Fokus auf eine (beziehungsweise zwei) Sprache(n) soll in der Diskussion noch einmal eingegangen werden (Kapitel 5). Eine zufällige Stichprobenauswahl hat gegenüber des häufig getroffenen Bezug auf die Gruppe von „Vorreiter_innen", also besonders engagierten User_innen eines Webdienstes, den Vorteil, dass dem Forschungsbias entgegengetreten wird, der einen Rückschluss von den aktivesten Nutzer_innen auf die gesamte Netzpopulation bedeuten würde (Stegbauer 2001: 38).

Das Festlegen eines Ortes als Suchkriterium hat den Vorteil, dass weitere voreingestellte Parameter der jeweiligen Suchfunktion dadurch vermieden wurden. – So findet beispielsweise die Suchfunktion von MySpace beim „zufälligen" Stöbern nach Community-Mitgliedern standardmäßig nur Benutzer_innen des jeweils „anderen" Geschlechts. Das heißt, per Anmeldung männlich identifizierte Nutzern werden bei dieser Suche nur als „weiblich" angemeldete Nutzerinnen vorgeschlagen (auch wenn in den Profildaten nicht explizit „Hetero" als sexuelle Orientierung und „Dating" als Grund der Mitgliedschaft angegeben wurde).

Verwendet wurden für das Sample von MySpace die ersten zehn Suchergebnisse, mit dem Ortsnamen als Suchbegriff, bei denen es sich um *private Profilseiten* handelte, d.h. Keine Bands, keine Forumsseiten, keine Gruppen. Bei Facebook wurde in der erweiterten „Profile

Search“[30] der Ortsname im Suchfeld „Hometown“ eingegeben. Auch hier wurden die ersten zehn Suchergebnisse verwendet, wobei ein Profil übersprungen wurde, bei dem außer den Pflichtangaben (Name, Geburtsdatum, Berufsstatus) keine weiteren Daten hinterlassen worden sind. Etwas umständlicher gestaltete sich die Auswahl im StudiVZ. Bei einer Suche nach dem Ort wurden nur die 300 neuesten Nutzer_innen angegeben, von denen die älteste Anmeldung nur etwa zwei Wochen zurück lag. Da sich offensichtlich sehr frische Profilseiten von solchen, die schon länger benutzt werden grundsätzlich unterscheiden und eine Beschränkung auf Neuanmeldungen die Daten vermutlich stark verzerren würde sind die Profile aus dem StudiVZ anders ausgewählt worden. Hier wurde ein für dieses Vorhaben eingerichtetes Profil verwendet, bei dem eine Hochschule in dem für diese Arbeit ausgewählten Ort als Studienstätte angegeben wurde, wodurch vorgeschlagene Nutzer_innen „Kennst du schon...“ jeweils aus dem selben Ort (auch von anderen Hochschulen in diesem) angezeigt wurden. Die ersten zehn Nutzer_innen wurden ausgewählt, wobei zwei private „nur für Freunde sichtbar[e]“ Profile übersprungen wurden.

### 4.2.2 Einzelauswertung – Beispiele

Im Folgenden sollen drei Einzelauswertungen, die zur Erschließung und Ordnung des empirischen Material angefertigt wurden, beispielhaft protokollarisch dokumentiert werden. Dabei sind große Teile der schriftlichen Daten entweder zitiert oder zusammengefasst. Ergänzt wurden diese um einige Anmerkungen zu grafischem Material (vor allem Fotos und Videos), die auf den jeweiligen Profilseiten sichtbar waren. Die Reihenfolge der Datensammlung folgt dabei weitestgehend der Chronologie der Profile, wobei diese der Übersicht halber vereinheitlicht wurde. Der Gefahr der Reifizierung der Bedeutsamkeit bestimmter Differenzkategorien folgen dabei nach dem Vornamen (oder entsprechend den MySpace-Benutzer_innen-Namen[31]), Angaben zu Alter und angegebenen Geschlecht, sowie Zahl der „Freunde“, Kommentare/Pinnwandeinträge und Fotos. Letztere Daten sind auch deshalb aufgeführt, weil diese z.T. etwas über die Aktivität von Benutzer_innen innerhalb der Community aussagen. Die Einzelauswertungen der weiteren 27 Profilseiten sind im Anhang dokumentiert.

Nach den weiteren Daten, etwa den „Details“ (dem Kurzsteckbrief bei MySpace) oder den verwendeten „Applications“ bei Facebook, wurden bei jeder Nutzerin und jedem Nutzer als relevant erscheinende Kategorien, Interessen und Interaktionen festgehalten. Dieser Teil der Auswertung (aus allen Profilen) bildet eine wichtige Grundlage für die weitere Auswertung im Abschnitt 4.2.3 und finden sich dementsprechend dort wieder[32].

---

(30) http://www.facebook.com/advanced.php
(31) Bei den Nutzer_innen von MySpace wurde auf eine zusätzliche Annonymisierung verzichtet, da zum einen die Benutzer_innennamen keine Hinweise zu den „echten“ Namen liefern und zum anderen – im Gegensatz zu den communityinternen Profilen bei Facebook und StudiVZ – die Profile generell öffentlich zugänglich sind.
(32) Die aufgeführten „Kategorien, Interessen und Interaktionen“ in den Abschnitten 4.2.2.1 bis 4.2.2.3 dienen in erster Linie der Dokumentation der empirischen Arbeitsschritte. Die Ergebnisse selbst werden ab 4.2.3 dargelegt. Da dort selbstverständlich auch die Zwischenergebnisse aus den Beispielprofilen eingeflossen sind, kommt es dort absatzweise zu (teilweise wortgleichen) Doppellungen.

### *4.2.2.1 MySpace-Profil von „† painful_dead †“ [MS01]*

29 Jahre, männlich, 1618 Freunde, 1231 Kommentare

*Über mich:* [NAME] braucht keinen Sex, das Leben fickt ihn jeden Tag!

Stimmung: schmerzhaft

*Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):*

Details: Status: Single [17.01.2008] / Verlobt [23.01.2008]; Hier wegen: Netzwerke, Freunde; Sexuelle Orientierung (Hetero), Figurtyp (183cm / Sportlich), Volkszugehörigkeit (Weiß), Religion (Atheist), Rauchen/ Trinken (Ja / Ja), Beruf (Büroschlampe - Libertin - Freidenker)

In den Kommentaren: Bandwerbung; Konzerttermine; Danksagungen für das Hinzufügen als MySpace-Freund „danke fürs adden“; persönliche Grüße „na mein lieber wie schauts aus bei euch alles jut? las mal wieder was von dir hören lg“[33] / „knutschi zurück, mein bester ;) [...] fotos sind geil geworden, oder? greetzi“ / „bald sehn wir uns wieder... schapätestens zu oirer hochzeit =)))“; Elektronische Grußkarten, z.B. mit Lackstiefelmotiv und dem Text „Lick my boots and have a Happy New Year“ oder „Happy Fucking Christmas!“

>> Intensiver Nutzer von MySpace (1618 Freunde, 1231 Kommentare, Nutzung der Blog-Funktion)

>> veränderes Layout: schwarz

Bildschirmfoto des Profils von „† painful_dead †“

**Relevante Kategorien, Interessen und Interaktionen:**

*Männlichkeit/Körper/Aussehen:* Der Nutzer posiert auf Fotos: Muskeln zeigend, auf „Sportlichkeit“ hinweisend. Auf einem anderen Bild, das er online gestellt hat, sieht man ihn küssend auf einer Party. In der Rubrik „Helden“ ist u.a. das Foto eines jungen Mannes mit einer Flasche Bier in der Dusche zu sehen.

(33) In zitierten Texten von den Profilen sind alle Rechtschreibfehler beibehalten worden.

*Familie:* „In erster Linie liegen meine intressen bei meiner kleinen Familie mit Hund...“, Anspielung auf eine Hochzeit, „Kinder: irgendwann“, allerdings „Single“[34]

*Schmerz/Gewalt:* Auf dem Profilbild zeigt der User seine Knochen-Tattoos auf dem Rücken (freier Oberkörper zur Camouflage-Armeehose). Neben Sado-Maso-Bücher finden sich auch gewalttätige (z.T. auch kritische) Filme in den „Lieblings...“-Listen. Auch der Benutzer_innennamen bezieht sich auf dieses Sujet.

*Laute Musik/exzessives Feiern:* „Warum eigentlich nur feste feiern, wenn man doch noch fester feiern kann ???..“ ist als Motto angegeben. Auch in der Selbstbeschreibung und auf den Fotos wird darauf hingewiesen, wie wichtig es sei, zu feiern.

>> Mögliche Widersprüche: „Subkultur“ (SM, Musik, Party) versus „traditionelle Werte“ („meine kleine Familie mit Hund“)

### *4.2.2.2 Facebook-Profil von Feras [FB01]: Feras*

[Nachname angegeben], 18 Jahre, männlich, 109 Freunde, 37 wall posts, 29 Fotos, Mitglied in zehn Gruppen

Networks: Germany; Sex: Male; Interested In: Women; Looking For: Friendship, Whatever I can get; Birthday: [angegeben]; Hometown: Riyadh....saudi arabia>>> [Ort], Germany; Education [Highschool]

Bildschirmfoto des Profils von Feras, annonymisiert, nach Erhebungszeitpunkt aufgenommen

(34) Das Profil wurde am 17.01.2008 abgerufen, am 23.01.2008, als die Seite für einen Ausdruck noch einmal aufgerufen wurde war der Beziehungsstatus auf „Verlobt“ geändert.

Groups: xXx[ SAUDIS IN EUROPA .. السعوديين في اوروبا ]xXx; =-= 60 Things Grls Want Guys to Know =-=; [Organisation] [Ort] 2007; Ahmed Alsheqairy Fans; What is the most romantic place ...??; Tripmonkey; كـــــــم سعودي وسعودية في الفيس بوك؟؟; Goethe Institut(e) im [Ort] ([Ort]); Ich dusche gerne nackt; [Ort]; Die Studenten , die in Deutschland studieren

Applications[35]:

Big Profile Photo [Zusätzliches Profilfoto; hier genutzt als Gruppenfoto];

Slideshows [eine Fotogallerie]; Moods: „I'm feeling Happy / Last Updated November, 27th 2007"];

The Brain Game: „I AM LEFT BRAINED ! Left brained people tend to be analytical, logical, rational and objective. Here are some famous left-brainers: Stephen Hawking, Albert Einstein, Richard Feynman";

Mardi Gras [Party-Einladung];

2008 Resolutions - go4it! [Vorsatz fürs neue Jahr]: „Travel the world";

What Do Your Eyes Symbolize?: „I'm Brown: You have brown eyes. Brown is the color of the earth. Your eyes symbolize your comforting and fostering nature. You are stable, grounding, sophisticated, considerate, conventional and orderly. People may consider you to be cozy or warm. People feel safe when they are with you. Some words to describe you: reliability, elegance, security, healing, homely, grounding, foundation, and earthly.";

Texas HoldEm Poker [Online-Pokerspiel];

Likeness [Vergleichsfragebogen]: „Favorite Music Videos", „Just for fun!", „Pet Peeves";

Quizzes; MyGifts [virtuelle Geschenke, hier: Kleeblatt, Erdbeere mit Schokolade, Cupcake, Eisbecher];

Chinese Astrology [chinesisches Horoskop];

Weather [aktuelles Wetter in dem Wohnort];

Favorite Peeps! [Aussagen über andere Freunde]: „I think that... Mohamed J. (+) one of the bist two friends in my life";

Stuff Feras Likes: „Sheesha; Louis Vuitton Malletier; The Legend Of Zelda; Emporio Armani; Starbucks; Red Bull; Bridge Game; PARTY";

Most Active Friends (TM) [„Ring the bell or click your own picture to tell Feras you visited and it will move your picture higher (click twice to hear the bell ring)"];

Surveys, Petitions, Votes, Polls & Quizzes: „How evil are you?: Q1: Have you ever stolen? NO, Q2: Have you ever cheated in a test? YES, Q3: Cheated on a partner? NO, Q4: How often do you swear? NOT ALWAYS, Q5: Do you drive above the speed limit? ALWAYS,Q6: Ever committed vandalism? NO, Q7: Played strip poker? NO, Q8: Have you smoked tobacco? ALWAYS Q9: Tried drugs? YES, Q10: Taken candy from a child? NO, Q11: Crashed your car?YES, Q12: Crashed someone elses car? NO, Q13: Skipped school? YES, Q14: Killed an animal? NO, Q15: Watched pornography? YES, Q16: Make prank phone calls? YES";

Nicknames [Spitznamen, die andere hier eintragen können]: „das kind" by Mohamed J., „al-kind, 3sl", „DAS KIND" by Alhamidi A., „بص حضرتط" by Abdulrahman A;

Funwall [zusätzliche, multimediale Pinnwand];

Top Friends [beste Freundeauswahl];

X Me [Grußfunktion, z.B. virtuelles Umarmen, Bier-überreichen etc.];

---

(35) Um insbesondere die Bandbreite von verschiedenen „Applications" (vgl. dazu auch Abschnitt 4.1.5) zu zeigen, die charakteristisch für Facebook sind. In Unterschied zu den Benutzer_innen FB02 bis FB10 [im Anhang] werden hier alle verwendeten Applications kurz vorgestellt.

Vampires [Vampirspiel];

Magic 8 Ball;

Horoscopes; Compare People [Freundesranglisten in verschiedenen Kategorien, z.B. „best friede", „coolest person", „best singer", „most punctual", „hottest", „smartest"...];

My questions: „Do You Believe In Love At First Sight ?? Glauben Sie an Liebe auf den ersten Blick?? هـل تـؤمـن بالحب من أول نظره؟؟" [mit Antworten von Freund_innen]

Auf der „Wall": Grüße und Verabredungen auf deutsch, englisch und arabisch: „yo, wow, you're english is impressive." / „wie geht es in kassel? ... back to english. i hope it goes well! frohes neues!"

### Relevante Kategorien, Interessen und Interaktionen:

*Mehrsprachigkeit/Transnationalität:* Kommentare in arabisch, deutsch, english, Vernetzung mit „Freunden" in mindestens fünf Ländern, Angabe von zwei Städten als „Hometown". Bezug auf Sprachkurs und Positionierung per Gruppenzugehörigkeit zu „Saudis in Europa".

*Freundschaft/Zusammenhalt:* Zahlreiche Referenzen zu Freund_innen: Applications, in denen Feras Freunde beschreibt oder sich von diesen beschreiben lässt, sich Spitznamen geben lässt oder in den sich die dadurch Vernetzten gegenseitig bestimmte Eigenschaften zuschreiben können, z.B. „Compare People", siehe oben.

*Persönlichkeit/Charaktereigenschaften/Extrovertion:* Teilnahme an öffentlichen Fragebögen und Vergleichstest, wie etwa „Surveys, Petitions, Votes, Polls & Quizzes", in denen beispielsweise das persönliche Ranking der Lieblingsmusikvideos abgeglichen werden kann, aber auch – für alle Besucher_innen der Seite sichtbar – angegeben wird, dass der User schon Drogen ausprobiert und einen Porno gesehen hat, nicht immer flucht, immer zu schnell fährt, aber noch nie seine/n Partner/in betrogen hat.

>> In dem Profil von Feras wird Selbstdarstellung weniger durch vorgegebene Parameter in der standardmäßigen Profildatenabfrage betrieben, sondern durch selbst ausgewählte „Applications" von Drittanbieter_innen (siehe unten). Die Profilseite wird offenbar nicht nur zur Selbstdarstellung (und Fremddarstellung – etwa in dem Freunde Spitznamen auf dem Profil hinterlassen können.) sowie zur Kommunikation mit anderen genutzt, sondern auch zur Unterhaltung und zum Spielen (Poker, Horoskop, Vampirspiel u.ä.).

## *4.2.2.3 StudiVZ-Profil von Francine [SVZ05]*

[Nachname angegeben], 19 Jahre, weiblich, 97 Freunde, 76 Pinnwand-Einträge, drei Fotoalben, auf 56 Fotos verlinkt; Mitglied in 78 Gruppen

>> Profilbild: Halbprofil am Strand

Mitglied seit: 09.09.2007; Letztes Update: 07.01.2008; Hochschule: Uni [Ortsname] (seit 2007); Status: Studentin, Geschlecht: weiblich; Studiengang: Germanistik / Deutsch als Fremdsprache, Geburtstag: [angegeben]; Letzte Schule: [angegeben]; Auf der Suche nach: netten Leuten, Parties, was sich eben ergibt, Beziehungsstatus: vergeben

Bildschirmfoto des Profils von Francine (annonymisiert); nach Erhebungszeitpunkt aufgenommen. Daher sind Abweichungen zu den Beschreibungen im Text möglich.

Interessen: Freunde, Pferde, Parties, mein Auto, mein Motorrad sowie mein Snowboard und noch vieles vieles mehr :-); Musikgeschmack: Hip Hop, RnB, Reggae... aber eigentlich hör ich fast alles; Lieblingszitat: "Gib jedem Tag die Chance der schönste deines Lebens zu werden." (Mark Twain); Über sich selbst: offen, sehr redselig, unternehmungslustig, manchmal zu lieb- manchmal aber auch nicht ;-), nicht gern allein, ziemlich neugierig, aber auch zickig =) ...

Lehrveranstaltungen: [genannt wurden fünf Veranstaltungen der Fächer Literaturwissenschaft und Soziologie]

Gruppen [Auswahl]: "Abspacken" - Manchmal muss es einfach sein!; "Ich bin nett,obwohl ich keinen Sex mit dir will!"; "Ich will knutschen! - ..."; "Wir sind wirklich NUR Freunde" - Männer-Frauen-Freundschaften; ***Ein Mädchen muss seine Ansprüche haben!!***; 3m Luftlinie sind kein Grund auf ICQ zu verzichten; Audi - Eine Lebensphilosophie; Beim Streit gibt es zwei Standpunkte - MEINEN und den Falschen; Blond und stolz drauf!!!; Blondinen tun`s besser; das Glück dieser Erde liegt auf dem Rücken der Pferde!; das leben ist kein ponyhof; die "ich tanze im auto während des fahrens" gruppe; Die bewährte MIV+GSH-Gruppe; Die Paul-ist-toll Gruppe; Erst PORSCHE dann Kinder!; FAAAHR DOCH DA VORNE DU SPAST!! - Wir fluchen im Auto; Fotografie - capturing the moment; Frauen haben immer Recht, aber nie Schuld; Freunde des gepflegten Sarkasmus; Für die Einführung der Hengstleistungsprüfung im Humanbereich; Grüne Augen sind gefährlich...; Hot Audi A3 Girls; Ich bin eine Prinzessin -und du kannst mir gar nichts!; Ich bin frech und das ist auch gut so!; Ich bin Luxus und Luxus kann nicht jeder haben!!!; Ich bin nicht kompliziert, sondern eine Herausforderung; ich bin nicht neugierig... ich bin vielseitig interessiert!; ich bin nicht zickig - ich bin emotional flexibel; Ich bin sensibel, du Arsch!; Ich bin zwar blond, aber ey ich studiere!; Ich hasse Unzuverlässigkeit !!!; Ich nehm keine Drogen... ICH BIN SOO!!; Ich steh auf Männer mit Stil; Ich werde aggressiv, wenn ich Hunger habe!!!; Ich will einen Mann, der weiß was er an mir hat!!!; Ironie setzt Intelligenz beim Empfänger voraus; Ja - ich setze den Dackelblick bewusst ein!!!; Je schwerer die Prüfung, desto sauberer die Wohnung; Kannste dich bitte woanders hinstellen und da scheiße aussehen?; Kleiderschrank voll, aber ich hab trotzdem nichts zum anziehen!; Küssen

verlängert das Leben; Maaaaan,meine Haare,scheiß Wind...ich könnt kotzen!!; Mein Auto ist mein Baby; Meine beste Freundin - Ein Geschenk des Himmels :); Meine Schwester ist cooler als Deine!; Meine Vorlesungszeiten kollidieren mit meinen Schlafzeiten; Mir ist langweilig, ich bin müde, mir ist kalt, ich hab Hunger!; Niveau sieht nur von unten aus wie Arroganz!; Ohne Kaffee geh ich tot...; Ohne meinen Schutzengel??? Ich will gar nicht dran denken!; Schöne Frauen mit Stil und Niveau; Schöne Frauen und schöne Pferde gehören zusammen; Selbst die Dinge die ich lasse, sind geiler als die, die du tust; Tu was für Dein Image... zeig dich mit mir!!!; Uni [Ort] Erstsemester 2007; Wenn ich denjenigen finde der moodle erfunden hat; dann...; Widder (mit dem Kopf durch die Wand); Wir sind hier nicht bei "Wünsch Dir was",sondern bei "so isses"; Wodka - Redbull - Liebhaber; Zum 125.997.567sten Mal: Ich übertreibe nicht!; ♥ Es glitzert... es ist sinnlos... ICH WILL ES !!! ♥; ·..•● Alleine schlafen ist doof ●•..·

**Relevante Kategorien, Interessen und Interaktionen:**

*Hedonismus/Konsumlust* (Zitat: „Gib jedem Tag die Chance der schönste deines Lebens zu werden.“, Shopping- und Produkt-Gruppen)

*Aussehen/Attraktivität/sexuelle Selbstbestimmung* (Gruppen: „Schöne Frauen mit Stil und Niveau“ oder „Blond und stolz drauf!!!“. Die Nutzerin macht deutlich, kein Objekt der Begierde für potentielle Stalker zu sein. Sie betont die eigene Attraktivität und Lust auf „Knutschen“ und versucht gleichzeitig sich vor Anmache zu schützen. Dies machen u.a. Gruppenmitgliedschaften deutlich, wie etwa „Ich bin nett,obwohl ich keinen Sex mit dir will!“ oder „Wir sind wirklich NUR Freunde - Männer-Frauen-Freundschaften“. Als Status hat sie zudem: „vergeben“ angegeben.

*Egozentrik/Selbstbewusstsein* (Gruppen, wie etwa: „Beim Streit gibt es zwei Standpunkte - MEINEN und den Falschen“ oder „Tu was für Dein Image... zeig dich mit mir!!!“)

*Auto-/Motoradfahren* (Gruppen, z.B.: „Erst PORSCHE dann Kinder!“, Interessen: „mein Auto, mein Motorad“)

## 4.2.3 Relevante Kategorien, Interessen und Interaktionen – aus allen 30 Profilen

Die in den Beispielen dokumentierten Profile verdeutlichen, welche (textliche) Datenmenge mit der Auswertung von solchen Online-(Selbst-)Darstellungen verbunden sein kann, insbesondere insofern, als dass in dieser Dokumentation nur knapp auf multimediale Inhalte eingegangen werden konnte. Die textlichen Daten sind dabei, anders als etwa bei transkribierten Interviews, in aller Regel keine ausführlichen Fließtexte oder Narrationen, sondern zum Teil eine Flut von aneinandergereihten Attributen. Im Folgenden sollen die Kategorien, Interessen und Interaktionen, die innerhalb der dreißig ausgewerteten Profile am auffälligsten und relevantesten erschienen, rekonstruiert und ausgewertet werden. Dabei sind – zum Vergleich mit den Zusammenfassungen im Anhang – die „Quellprofile“ angegeben und die jeweils mit den Kürzeln MS (MySpace), FB (Facebook) und SVZ (StudiVZ) versehen und durchnummeriert.

Die verwendeten Begriffe, mit denen Differenzkategorien, Formen von Gemeinschafts-

bildung und relevante Unterhaltungsinteressen von User_innen bezeichnet sind, wurden induktiv gebildet. Beim Ausarbeiten der Ergebnisse wurde dabei in umgekehrter Reihenfolge der Darstellung vorgegangen: Die kurzen Fließtext-Absätze sind aus einer Sammlung von Aussagen und Notizen aus den einzelnen Profilen (siehe Anhang) erstellt worden. Dabei sind die Daten erst auf der Einzelprofilebene gesammelt und anschließend zusammengefügt und sprachlich geglättet worden. Auch „doppelte" Beispiele sind meistens ausgespart. Anschließend wurden den Absätzen Begriffe zugeordnet (*kursiv*), die wiederum – sofern sinnvoll – unter gemeinsamen Oberbegriffen/Überschriften gesammelt wurden (**fett**). Eine Trennung von Aussagen in „Differenzkategorien", „Gemeinschaftsbildung" und „Unterhaltung" ist dabei zwangsläufig analytisch. Die verwendeten Begriffe/Kategorien in den *kursiven Markierungen* weisen zum Teil auf bestehende Überschneidungen hin.

### *4.2.3.1 Differenzkategorien*

#### Transnationalität/Herkunft/Ethnizität

*Transnationalität/Herkunft:* Einge Nutzer_innen kennzeichneten ihre ethnische Herkunft durch Mitgliedschaft in – auf dem Profil sichtbaren – Gruppen innerhalb der jeweiligen Sozialen Netzwerkseite, wie etwa „Saudis in Europa" (FB01) oder „Bayern im Exil" (SVZ06). Dabei schienen besonders Mitglieder von Facebook, das zum Erhebungszeitpunkt noch eine rein englischsprachige Benutzer_innenoberfläche hatte, ihr Profil für die Kontaktpflege zu Menschen außerhalb der Bundesrepublik zu nutzen. Dies gilt dabei für außerhalb Deutschlands Geborene ebenso, wie für „Inländer_innen", die sich etwa mit Mitstudierenden aus Auslandshochschuljahren vernetzen. So sind etwa in dem, in der Einzelauswertung dokumentierten, Facebook-Profil von Feras (FB01) Kontakte zu Menschen in mindestens fünf Staaten – durch deren Mitgliedschaft in lokalen Netzwerken – sichtbar. Verbindungen zu Menschen in verschieden Staaten und Kommunikation in mehreren Sprachen scheint dabei eine größere Rolle zu spielen als *nationale Zugehörigkeit* im legalen Sinn. Diese Kategorie, die auch in der anbieter_innenseitigen Datenabfrage nicht auftaucht (vgl. 4.1.8), wurde nur in einem Profil sichtbar. Ein Nutzer gab in der offenen Kategorie „About Me" an: „my name is Rakan im German,saudi living in Germany to study there .things to do I like to have fun, adventures and to travel a lot!!! (mein Name ist Rakan ich ben deutsche und saudi.ich lebe in Deutschland leben um zu studieren [...])". Gleichzeitig ist er Mitglied der Gruppen „Lebanese" und „SaudiDAD+ForeignMOM=SaudiWhatEver" (FB08).

*„Volkszugehörigkeit"/Ethnizität:* Nur bei MySpace gibt es die Kategorie „Volkszugehörigkeit" als vorgegebene Differenzkategorie (vgl. 4.1.4 und 4.1.8). Vier von zehn Nutzer_innen machten hier eine Angabe und identifizierten sich mit dem Begriff „Weiß" aus der Auswahlliste. An anderer Stelle war ein derartiger Bezug zur „Volkszugehörigkeit" oder Hautfarbe nicht auffindbar.

*Mehrsprachigkeit/Transnationalität:* Obwohl MySpace (während der Datenerhebung) die einzige Community ist, deren Menüführung in verschiedene Sprachen „lokalisiert" war, werden Profilseiten aller drei Communities mehrsprachig verwendet. So hat etwa Hasi (FB03) ihre Profildaten in englisch eingegeben, ist Mitglied in französch- und englischsprachigen

Gruppen und die Kommunikation auf ihrer „Wall“ findet neben den beiden Sprachen auch auf deutsch statt. Auch auf anderen Profilen wird mehrsprachig kommuniziert (vgl. etwa FB01, FB08, SVZ03), zum Teil mit Sprachwechseln innerhalb einzelner Kommentare.

Eher uneindeutige Botschaften vermitteln hingegen Positionierungen durch Mitgliedschaft in Gruppen wie „You know you're German if...“, „German Beer is best!“ oder „The Sahara is Moroccan!“ (FB03).

## Körper

Ein körperlicher Bezug – insbesondere auf Sportlichkeit oder Attraktivität – war wie keine andere Differenzkategorie in einem großen Teil der Profile sichtbar.

*Sportlichkeit/Körper:* Besonders plakativ ist dies in dem Profil eines MySpace-Nutzers (MS03). Hier beziehen sich fast alle Daten, Bilder und Videos auf Sportlichkeit. Im Mittelpunkt des Profils steht die Identifizierung des Users mit dem Skatboardfahren („Parkour“). Dieses Thema findet sich auf Fotos – auch schon auf dem Profilbild – wieder, als Lieblingsfilm ist u.a. „Parkour Werbung und Reportagen“ angegeben, einige Skate-Videos sind eingebettet und zwei offenbar prominente Skater werden als „Helden“ genannt. Auch viele verlinkte „Freunde“ sind, den Profilfotos nach zu schließen, (männlich identifizierte) Skater. Ein anderer Nutzer, der ebenfalls auf ein Skatevideo verweist, hat als körperliche Statur „Bodybuilder“ angegeben. Die Kommentarfunktion wurde u.a. dazu genutzt, sich zum Sport zu verabreden (MS08).

*Sport:* Über eigene sportliche Aktivitäten, wie auch über das Intersse an Profiteams, geben neben Kommentaren auch Gruppenmitgliedschaften Auskunft (z.B. bei SVZ04). Eine Nutzerin macht darüber etwa deutlich, dass sie selbst aktiv ist, aber sich auch als Fan für Sport (Fußball, Handball) begeistert und deutlich macht, dass dies nicht zwangsläufig nur „Männern“ vorbehalten sein muss (SVZ07).

*Aussehen/Attraktivität:* Bei Facebook gibt es eine Reihe von „Applications“, die durch Drittanbieter_innen programmiert wurden, die sich auf die Attraktivität von User_innen beziehen (vgl. dazu auch unten den Abschnitt zu „Sexualität“). Bei „Are YOU Interested?“ können Betrachter_innen einer Seite unterhalb eines Fotos auf „Yes“ oder „No“ klicken und die Nutzerin oder den Nutzer dadurch bewerten. Diese „App“ findet sich etwa auf der Seite von Hanna (FB02), die daneben auch „Score Me“ installiert hat. Hier kann die Nutzerin unter der Frage „How Hot is Hanna?“ auf einer Skala von 1-10 bewertet werden. Die Application „Are You Color Blind?“ hat die Funktion einen „Color Blindness or Color Sense test“ zu machen, um zu erfahren „if you like blondes or brunnettes or both“ (FB02). Derartige Tests sind bei StudiVZ technisch nicht möglich. Hier behelfen sich Nutzer_innen, in dem sie per „Pinnwand-Eintrag“ das Aussehen von anderen bewerten. Auf einer Pinnwand (SVZ01) ist ein Eintrag gleich zwei mal hinterlassen worden: „♥ ♥[...]♥ Sende diesen Eintrag an die 10, deiner Meinung nach, hübschesten Personen in deiner Liste, um ihnen zu sagen, dass sie hübsch sind!!! ♥[...] ♥ ♥“).

*Aussehen/Figur:* Eine kritisch-ironische Auseinandersetzung findet auf der MySpace-Seite von

Älice statt. So gibt es etwa einen Fotovergleich des eigenen Fotos mit denen von Prominenten, der über die Webseite myHeritage.com erstellt worden ist und bei dem hochgeladene Fotos automatisch mit denen von Stars und Sternchen verglichen werden. Unter „Helden" finden sich Fotos von extrem schlanken Fotomodells. Dazu hat die Userin einen Film online gestellt, der sich mit Anorexie auseinandersetzt und schreibt dazu: „Ein Video von ‚Don't die for a Diet', was einige Teile von Pro-Ana preisgibt. Ich finde das Video gut und es macht mir Angst. Ich habe mich dazu enschieden, es auf meine Seite zu tun, um mich von so etwas klar zu distanzieren, auch wenn ich keine grundsetzliche Kontra-Ana bin. Schaut es euch mal an." Als Stimmung hat sie „hungrig" angegeben (MS02).

*Aussehen/Attraktivität/sexuelle Selbstbestimmung:* Die StudiVZ-Nutzerin Francine macht deutlich, kein Objekt der Begierde für potentielle Stalker zu sein. Sie betont die eigene Attraktivität und Lust auf „Knutschen" (etwa durch Verortung in den Gruppen „Schöne Frauen mit Stil und Niveau" oder „Blond und stolz drauf!!!") und versucht gleichzeitig sich vor Anmachen zu schützen. Dies zeigt sie u.a. durch Gruppenmitgliedschaften, wie etwa bei „Ich bin nett,obwohl ich keinen Sex mit dir will!" oder „Wir sind wirklich NUR Freunde - Männer-Frauen-Freundschaften". Als Status hat sie zudem: „vergeben" angegeben (SVZ05).

## Geschlecht

*Geschlechtsidentität:* Ausdrückliche Referenzen auf ihre Geschlechtsidentität der Profilinhaber_innen finden sich in den zweigeschlechtlichen Positionierungen in den „Basisdaten" von allen untersuchten Nutzer_innen. Alle zufällig ausgewählten sind demnach als „männlich" oder „weiblich" identifizierbar. Dies gilt für diejenigen mit MySpace- oder StudiVZ-Account, bei denen diese Angabe Pflicht ist, aber auch für Mitglieder von Facebook, die – in diesem kleinen Sample – alle freiwillig über ihre Geschlechtsidentität eine (binäre) Auskunft geben. Abgesehen davon sowie in Hinsicht auf sexuelles Begehren (siehe unten) wird sich kaum explizit auf die *Geschlechtsidentität* bezogen.

*Männlichkeit/Körper/Aussehen:* Ein MySpace-Nutzer (vgl. Screenshot in der Einzelauswertung) posiert halbnackt auf Fotos: Muskeln und Tattoos zeigend, auf „Sportlichkeit" hinweisend. Auf einem anderen Bild, das er online gestellt hat, sieht man ihn küssend auf einer Party, vielleicht auch, um auf seine Attraktiviät hinzuweisen. In der Rubrik „Helden" ist u.a. das Foto eines jungen Mannes mit einer Flasche Bier in der Dusche zu sehen, das ein eindrucksvolles Beispiel für normative Männlichkeit abgeben kann (MS01; siehe Bild rechts).

*Weiblichkeit:* Auch bei sich weiblich identifizierenden Nutzer_innen finden sich Profilfotos, die recht problemlos sexualisiert interpretierbar sind. So bei einer Nutzerin (FB03), die seitlich fotografiert in kurzem Höschen umständlich gebeugt ihren Po präsentiert. Eine andere Nutzerin reproduziert über ihre Gruppen geschlechtliche Stereotypen (oder positiv interpretiert – spielt damit): „Ein Mädchen muss seine Ansprüche haben!!", Schöne Frauen und schöne Pferde gehören zusammen" oder „Frauen haben immer Recht, aber nie Schuld" (SV05).

Der scheinbare Widerspruch von Geschlecht als sichtbare und unsichtbare Kategorie soll im Fazit dieser Arbeit (5.5) noch einmal skizziert werden.

## Sexualität/Begehren

*(Heterosexuelles) Begehren:* MySpace-Nutzer Bexen hat angegeben, Single zu sein und auch ausdrücklich Interesse an „Dating" bekundet. Neben überwiegend männlichen Skatern, finden sich in der Kontaktliste auch zahlreiche weibliche „Freunde", mit Pinup-Profilfotos. Dies wird wiederum auch in einem Kommentar von einem anderen „Freund" aufgegriffen: „Alder, du hast ja nur Tuusen in deiner Freundesliste drinnen! LOL !!!" (MS03).

*Begehren/Attraktivität:* Facebook-Apps wie „Are YOU SEXY" oder „Are YOU interested?" (siehe oben) dienen nicht nur dazu, eine Aussage zum Aussehen von anderen Nutzer_innen zu machen, sondern erfüllen auch eine Flirtfunktion. Rakan hat auf seiner Facebook-Seite neben „Are YOU interested?" auch die Applications „Flirtable" und „Meet new people" aktiviert, mittels denen per Knopfdruck Interesse bekundet werden kann. Über letztere Application wurden per Auswahl aus dem Pop-Up-Menü etwa die Grüße „Will you be my ‚Facebook friend'? :)" sowie „Hi, I'm interested" unter dem Foto mit offenem Hemd hinterlassen (FB08). Auf der Profilseite finden sich ferner ASCII-Pinups in den Kommentaren und demrHinweis auf die Mitgliedschaft in der Gruppe „Hottest Girl on Facebook Contest" ebenso wie eine Unterstützung der Onlinepetition „STOP Violence against Women & Children".

*Paarungsbereitschaft/Begehren:* In vielfältiger Weise wird auf Profilseiten Lust an sexueller Aktivität vermittelt, etwa durch Anzeige der Stimmung als „Hasi is feeling horny", Auflistung von „stuff I like": „French Kiss" (FB03) oder Gruppenpositionierung „wer mich gruschelt will mich bumsen", „Scheiße bin ich geil, Baby!" oder „Nüchtern zu schüchtern, besoffen zu offen!!" (SVZ10). Allerdings geht es auch etwas dezenter: „Ich will einen Mann, der weiß was er an mir hat!!!"; „Ich steh auf Männer mit Stil" (SVZ03).

*Heteronormativität:* Im StudiVZ wird die sexuelle Orientierung nicht abgefragt. Elf von zwanzig Facebook-Nutzer_innen haben hier eine freiwillige Angabe gemacht, wobei zehn Interesse am jeweils anderen Geschlecht geäußert haben und in dem Gruppenprofil der Turbojugend auf MySpace (MS09) „bi" angegeben wurde.

## Arbeit

*Karriere/Arbeit:* Ein ungewöhnlich berufsbezogenes Profil hat Sebastian im StudiVZ angegeben, das an Profile bei Business-Communities wie Xing oder LinkedIn erinnert. Hier gibt es keine Angaben zu Hobbies oder anderen privaten Interessen, dafür eine relativ ausführliche Beschreibung der eigenen Erwerbstätigkeiten und einen Link zur eigenen Firma. Allein auf der Pinnwand wird dies durch persönliche Kommentare durchbrochen (SVZ08). Auch bei Facebook gibt es Profile, die überwiegend zum (berufsbezogenen) Networking gedacht scheinen. So ist etwa Irene (FB04) auch in einem geschlossenen Firmennetzwerk innerhalb von Facebook Mitglied und hat relativ ausführliche Angaben über Hochschulabschlussjahrgang und bisherigen Arbeitgeber_innen gemacht. Allerdings wird auch hier die sachlich-professionelle Wirkung des Profils – etwa durch Teddybärbildchen auf der Wall – unterbrochen.

*Arbeit:* Eine StudiVZ-Nutzerin beschreibt in ihrem Profil, wie sie ihren Erwerb verdient. In

der Rubrik „Was sie da macht“ schreibt sie: „Deutsch, niederländisch und englisch reden - den ganzen Tag lang. Und so tun als verstünde ich etwas von Computern.“ Und in dem Feld „Bisherige Karriere“ ergänzt sie: „Vorher habe ich in den gleichen Sprachen als Kundenbetreuerin so getan, als verstünde ich was von Münzen. Davor Übersetzungen und Weinhandel.“ (SVZ03)

*Sozialstatus/Arbeit/Aufstiegswunsch:* Ina – ebenfalls im StudiVZ – hat offenbar nach der Ausbildung begonnen, zu studieren. Als Art des Jobs hat sie [aus einer Auswahlliste] „Untertan(in)“ ausgewählt, in der Spalte „Was sie da macht“: „ arbeiten, arbeiten, arbeiten und jeden Tag staunen“ angegeben und zu ihrer „Bisherigen[n] Karriere“ nur „mager“ geschrieben. Auch die Mitgliedschaft in der Gruppe „ex-[Name einer Krankenkasse] member goes to university“ deutet an, dass sie sich durch das Studium einen sozialen Aufstieg oder zumindest eine spannendere Tätigkeit erhofft (SVZ07).

*Arbeit/Bundeswehr:* Auch auf den bunten, chaotisch wirkenden MySpace-Profilen finden sich vereinzelt Hinweise auf die Bedeutung von Arbeit für die einzelnen Nutzer_Innen. So findet sich als Selbstbeschreibung bei einem Nutzer die knappe Aussage: „Ahjo.. ich heiße Daniel, komme aus [Ort] und bin Berufsgammler.. also beim Bund :D Ansonsten gibt es ehrlich gesagt, nicht viel zu sagen. Punkt“ (MS04). Ein anderer Nutzer hat detaillierte Angaben zu Berufsausbildung, Beruf und Studienfach auf seiner Seite hinterlegt (MS03).

### Alter

*Jugendlichkeit/Coolness/Gemeinschaft:* Während es bei fast allen Profilseiten nahe liegt, eine implizite Norm von Jugendlichkeit festzustellen, wird dies in einem Fall sehr ausdrücklich benannt. Ein 16jähriger schreibt hier über sich: „I..m in this myspace world to find people, who believe in the phrase: ‚cool kids can..t die!‘ If you agree with me, you pass the first step to become one of my great friends“ (MS06).

## *4.2.3.2 Gemeinschaftsbildung*

### Zusammengehörigkeit

*Gemeinschaft/Generation:* Das Profil von Jutta, mit 50 Jahren der ältesten Nutzer_in in der Stichprobe, scheint vor allem dazu genutzt zu werden, Kontakt zu ihren „Stars“ zu halten und sich mit anderen Fans auszutauschen oder Grüße zu verschicken oder zu empfangen. Darin unterscheidet es sich kaum von den Profilen anderer, jüngerer User_innen. Unter den „Top Friends“ befinden sich die Profilseiten der musikalischen Idole und auffällig viele etwa gleichaltrige, überwiegend weiblich identifizierte „Freunde“, von denen viele offenbar auch Fans der selben Musiker (David Hasselhoff, Chris Mirell u.a.) sind (MS07).

*Freundschaft/Zusammenhalt:* Die Applications bei Facebook bieten zum Teil die technische Möglichkeit, Teile der grafischen und inhaltlichen Ausgestaltung eines Profils den Besucher_innen zu übertragen. So können zum Beispiel „Freunde“ einen virtuellen Fisch in Katharinas (FB09) virtuelles Aquarium setzen. Feras (FB01) bietet seinen Freund_innen noch

weitere Möglichkeiten, diese können ihm dort Spitznamen geben und diese öffentlich auf seinem Profil hinterlassen. „Compare People“ ist eine Profilergänzung über die er sich darüber hinaus mit anderen Facebook-Mitgliedern vernetzt, indem Ränge vergeben werden. So wird darüber sichtbar, dass er für eine Person an zweiter Stelle bei „best friend“ und dritter bei „coolest“ steht, während er in Sachen Pünktlichkeit in seinem Freundeskreis den 17. Platz einnimmt. Zusätzlich zu seinem Profilbild hat er ein „Big Profile Picture“ in sein Profil eingebunden, auf dem er nicht sich allein, sondern ein großes Gruppenbild präsentiert.

*Gemeinschaft:* Ein weitere Beipiel für Vernetzung und Gemeinschaftsbildung über das Benutzer_innenprofil liefert DonLevi (MS05). Auf seinem Profil gibt es Links zu Gothic-Communities, als Interessen gibt er „Freunde, Freiwillige Feuerwehr“ an und die Kommentaraktivität (z.B. gegenseitige persönliche Grüße) weist darauf hin, dass das Profil sehr stark zur Kommunikation und Vernetzung genutzt wird. Ein Kommentar macht explizit deutlich, wie das Profil innerhalb einer Sub-Community von MySpace dazu beiträgt, das Netzwerk zu verdichten: „Joo, ich fand dein profil recht cool, sodass ich dachte, dass wir vielleicht freunde werden könnten???! viele grüße ole“.

## Abgrenzung

*Abgrenzung/Othering:* Nicht nur über positive Bezüge zu einer bestimmten kollektiven Identität findet in den Online-Netzwerken Vergemeinschaftung statt, sondern auch durch Negierung oder Abgrenzung. So ist Chris im StudiVZ Mitglied in den Gruppen „Griechen sind meine Lieblings-Ausländer :-)“ und „Ich Hasse Dumme Menschen!“ (SVZ03). Ein anderen Nutzer, positioniert sich ebenso über Gruppenmitgliedschaften gegen andere: „Wenn ich du wäre, wäre ich lieber ich“; „Wir sind Oberschlesier und keine Polen“, aber auch in der Gruppe „Kotzen gegen Nazis“ (SVZ10).

*Egozentrik/Selbstbewusstsein:* Ob es Egozentrik oder ein sehr ausgeprägtes Selbstbewusstsein ist, das Francine auf ihrer StudiVZ-Seite per Gruppenmitgliedschaft vermitteln will, ist Interpretationssache. In jedem Fall unterscheidet sie klar zwischen sich und anderen: „Beim Streit gibt es zwei Standpunkte - MEINEN und den Falschen“ und: „Tu was für Dein Image... zeig dich mit mir!!!“ (SVZ05)

## Subkultur

*Fandom/Musik/Subkultur:* Eine als Personenprofil angemeldete Seite („17 Jahre, weiblich“) wird offenbar als Gruppenseite einer lokalen Abteilung des Fanclubs der Band Turbonegro („Turbojugend“) verwendet (MS09). Die Fanzugehörigkeit zieht sich durch das gesamte Profil und wird unter anderem durch Verlinkung anderer Turbojugend-Chapters und Kommentare deutlich. Unter „Interessen/Musik“ ist angegeben: „When darkness reach[es] punk-rock“, unter „Wen ich gerne kennen lernen würde“: „Hot & Filthy Denim Boys + Girl[s]“ (die Mitglieder der Turbojugend kleiden sich traditionell in Jeansjacken („Denim“). Unter den Freunden befindet sich an zweiter Stelle direkt hinter dem der Band Turbonegro auch das Profil von „turbojugend against racism“ (MS09).

*Fandom:* Jutta schreibt auf ihrer MySpaceSeite (MS07): Wen ich gerne kennen lernen würde: „David Hasselhof Chris Mirell, Carsten Gronholz", Fotos, Viedos, Filme: „Mystery-Thriller, Lovestorys und alle Filme mit David!", Fernsehen: „Ich schaue gern ‚Daily-Soaps', Navy CIS, CSI, CSI-NY, Criminal Intent, Law and Order, Dr. House, Krimis und alle Serien mit David!". Ihre Stars finden sich auch auf ihrer Freundesliste wieder (MS07).

*Gothic/Mittelalter/Dunkelheit:* Auf eine dementsprechende subkulturelle Zugehörigkeit weisen eigene Fotos sowie die Profilfotos (und Namen) der „Freunde" auf der Seite des MySpace-Users „† painful_dead †" hin (MS05). Außerdem finden sich hier selbst gedrehte Videos von Gothic-Parties sowie Banner, Kommentare, die den subkulturellen Kreisen rund um Gothic und Mittelalterkult zuzuordnen sind: „Welches Geheimnis verbirgt sich hinter den Klostermauern von Loudun? Waren die Bräute Gottes wirklich besessen? Wer war die schöne Valentine? Wer war der junge Priester Grandier? [...]" (MS05)

*Schmerz/Gewalt:* Der bereits im ausführlichen Beispiel (4.2.2.1) erwähnte MySpace-Nutzer „† painful_dead †" zeigt auf dem Profilbild seine Knochen-Tattoos auf dem Rücken. Vom Benutzernamen angefangen, gibt es immer wieder Anspielungen auf Schmerz und Gewalt. Neben Sado-Maso-Bücher finden sich auch gewalttätige (zum Teil auch gewaltkritische) Filme in den „Lieblings..."-Listen (MS01).

## Familie

*Familie/Generativität:* Die kommunikativen Möglichkeiten von sozialen Netzwerkseiten nutzen einige nicht nur, um mit Freund_innen in Kontakt zu bleiben, sondern auch um familiäre Beziehungen zu pflegen. Bei einem noch sehr „frischen" Facebook-Mitglied trugen drei von sechs „Freunden" den selben Nachnamen wie der Nutzer (FB07). Eine MySpace-Nutzerin hat sogar einen permanenter Gruß in ihrem Profil eingebaut: „hallo, schwesterherz, hier sollst du dich jeden tag gegrüßt fühlen - ich hab dich lieb, dein kleines schwarzes familien-schwein". In den Kommentaren grüßt die Schwester regelmäßig zurück (MS10). Die Bedeutung seiner Familie macht auch der „schmerzhaft[e]" (so seine angegebene „Stimmung") Nutzer (MS01) deutlich. Er schreibt: „In erster Linie liegen meine intressen bei meiner kleinen Familie mit Hund...", in den Kommentaren wird über seine künftige Hochzeit geschrieben. Wie insgesamt sieben von den zehn betrachteten MySpace-Mitglieder hat er zudem angegeben: „Kinder: irgendwann" (MS01).

## Politik

*(Politische) Meiungsäußerung:* Bei StudiVZ und Facebook lässt sich aus einer Auswahlliste die „politische Richtung" auswählen. Davon haben allerdings nur wenige Nutzer_innen aus der Stichprobe Gebrauch gemacht. Einmal wurde „Mitte links" angegeben (SVZ03), einmal „unpolitisch" (SVZ02), einmal „Other" (FB08). Darüber hinaus sind auf den Profilseiten jedoch an anderen Stellen politische Positionierungen zu finden, etwa durch Gruppenmitgliedschaften („I bet I can find 1,000,000 people who dislike George Bush!"; „The Sahara is Moroccan!" – (FB03)) Die relativ verbreitete Application „Causes" wird genutzt, um sich zu

sozialen und politischen Statements zu äußern. Wie an den Causes von Hasi sichtbar wird, bezieht sich dies nicht nur auf Themen wie „against child abuse", sondern etwa auch auf Forderungen wie „Save Water, Drink Beer" (FB03).

*Politik:* Eine Politikstudentin mit MySpace-Account (MS10) gibt als „Helden" – neben der Cartoon-Figur Lisa Simpson – Rosa Luxemburg und Karl Liebknecht an. In der Rubrik „Erkenntnis" zitiert sie Erich Fromm: „Aufgrund der Dominanz der Selbstsucht meinen die Machthaber unserer Gesellschaft, man könne die Menschen nur durch materielle Vorteile, das heißt durch Belohnungen, motivieren, und Apelle an die Solidarität und Opferbereitschaft würden kein Gehör finden (...) man läßt sich die Chance entgehen, sich durch die möglichen Ergebnisse eines Besseren belehren zu lassen."

## Kommunikation/Networking

*Kommunikation:* In vielen Fällen wird die Kommentarfunktion genutzt, um sich (asynchron) zu unterhalten. Auf der Seite eines MySpace-Mitglied (MS08) werden Kommentare beispielsweise zur Verabredungen zum Sport ebenso genutzt oder dazu, sich zum trinken einzuladen: „alter du hir nein wei geil wir mussen mal wieder saufen". Daneben finden sich dort, abgesehen vom üblichen „Spam", Grüße [z.B. zu Weihnachten, Geburtstag oder einfach nur ein für sich stehendes „huhu"], Berichte über Prüfungsergebnisse aus der Hochschule und von Arztbesuchen. Von einer offenbar über MySpace kennen gelernten Nutzerin gibt es das Kompliment: „Hello, I am doing fine. I love the pic, You both are very cute!!". Manche Profil werden scheinbar fast ausschließlich dazu genutzt, um über über die Pinnwand (und möglicherweise die private Nachrichtenfunktion) zu kommunizieren (SVZ01).

*Kontakt/Vernetzung:* Teilweise werden über Kommentarfunktionen offenbar bisher unbekannte Personen kontaktiert, oft werden diese aber auch dazu genutzt, um mit bestehenden sozialen Netzwerken in Verbindung zu bleiben. So vernetzten sich etwa (ehemaligen) Mitschüler_innen oder Kolleg_innen aus der Ausbildung über Gruppen oder tauschen sich über die Pinnwand aus (SVZ02; SVZ03 u.a.).

*Kommunikation/Networking:* Wie einige andere nutzt etwa Steffen (FB10) seinen Facebook-Account dazu, um Kontakt mit Freund_innen im Ausland zu halten. Während hier verhältnismäßig wenige Spielereien in das Profil eingebettet sind, ist hier eine rege Kommentarbewegung auf der „Wall" sowie zusätzlich der „Fun Wall" und der „Super Wall" zu finden. Auch die Gruppenauswahl deutet darauf hin. Ferner hat er besuchte Hochschulen (u.a. im Ausland) angegeben, worüber eine indirekte Vernetzung mit dortigen (Ex-)Studierenden möglich ist (FB10). Im StudiVZ ist zusätzlich vorgesehen, neben der Hochschule (Pflichtangabe) optional auch Angaben zu Studiengang und besuchten Lehrveranstaltungen zu machen, worüber beispielsweise andere Vorlesungsteilnehmende auffindbar sind (SVZ06).

*Networking:* Bei Facebook gibt es zusätzlich zu den offenen ortsbezogenen Netzwerken auch geschlossene Firmen- oder (Hoch-)Schulnetzwerke, für die eine Freischaltung notwendig ist. Einige Nutzer_innen machen davon Gebrauch, um sich so zum Beispiel mit Kolleg_innen austauschen zu können. Auch Angaben zu Hochschulabschlussjahrgang und bisherigen

Arbeitgeber_innen finden sich auf einigen Profilseiten (FB04).

### *4.2.3.3 Unterhaltung*

Zweifelsohne ist Selbstdarstellung nicht der einzige Zweck für die Nutzung von sozialen Netzwerkseiten. Und nicht alle Teile der Selbstdarstellung weisen unbedingt direkt auf („klassische") soziale Differenzkategorien. In diesem Abschnitt sind Interessen und Interaktionen auf den Profilseiten aufgeführt, die sich eher unter der Überschrift „Unterhaltung" zusammenfassen lassen, jedoch relevant für die Fragestellung dieser Arbeit scheinen.

#### Musik/Feiern

*Musik/Party/Konzerte:* MySpace wurde sehr rasch von Bands als Präsentationsfläche entdeckt. Viele Fans zog es daher ebenso dorthin, um mit den Musiker_innen in Kontakt treten zu können und sich auf dem Laufenden zu halten. Auch in der Stichprobe fanden sich hier viele Musikbegeisterte. Bei vielen sind Bandvideos gepostet, bei Konzerten oder Parties aufgenommene Fotos abgebildet und Bands als „Freunde" oder über die Rubrik „Lieblingsbands" verlinkt (MS05). Auch in den anderen Communities wird die Lust auf Musik, Parties und Konzerte ausgedrückt, etwa durch das Erwähnen entsprechender „Activities" und „Favourite Music" oder wie Hasi, die ihr Profil mit Zitaten des Rappers 2Pac füllt (FB03). Ein anderes Beispiel ist Agnes, die per Gruppenmitgliedschaft verlauten lässt, welche Studi-Parties sie mag (SVZ01).

*Laute Musik/exzessives Feiern:* „Warum eigentlich nur feste feiern, wenn man doch noch fester feiern kann ???.." ist als Motto auf einem Profil angegeben (MS01). Auch in der Selbstbeschreibung und auf den Fotos wird darauf hingewiesen, wie wichtig es sei, exzessiv zu feiern.

*Musizieren:* Ein anderer Nutzer hat eine Link zur eigenen Band-MySpace-Seite angegeben. In den Kommentaren gibt es Lob für deren letztes Konzert. Gleichzeitig wird sich auch als Fan auf viele andere Bands bezogen. Unter „Allgemein" wird aufgeführt: „listening to music, going to Concerts, [...], making music" und in der offenen Rubrik „Über mich" zusammengefasst: „What can I say about me. Well...I..m one of the million musicians out there, but the difference between them and me is, that I can really play my instrument(s)" (MS06). Diese Aussage ließe sich ohne weiteres auch in der Rubrik „Egozentrik" (innerhalb von 4.2.3.2) einordnen.

#### Konsum

*Feiern/Party/Alkohol/Drogen:* Der 19jährige Schüler Felix („Ich bin auch im Schuelervz! :o)") hat als Profilbild ein Partyfoto, auf dem (vermutlich) er kopfüber mit aufgerissenem Mund und zahlreichen Alkoholflaschen im Hintergrund zu sehen ist. Passend dazu ist er Mitglied der Gruppe: „Wie können die zwei Bier gestern 50 Euro gekostet haben?" (SVZ04). Thomas (SVZ10) behauptet in seinen Gruppen: „...ich trinke Jägermeister,weil mein Dealer im Knast sitzt" und „Ich glühe härter vor als Du Party machst". Auf dem örtlichen Turbojugend-

MySpace-Profil ist als Status „zugeknallt“ angegeben und unter den „Freunden“ ist „Beer“ ganz oben mit dabei (MS09).

*Sozialisierender Alkohol- und Drogenkonsum:* Eine Facebook-Application mit dem Namen „What Drug Are You?“ verrät das Ergebnis eines „Persönlichkeitstest“, der Persönlichkeitsmerkmalen bestimmte Drogen zuordnet. In Steffens Fall Haschisch: „I'm ‚Pot'! You're a hippie trapped in world that thinks hippies are dirty, mainly because they are. You like life slow, and play Ultimate Frisbee. You enjoyed taking this quiz, because it reminded you that maybe the world is one giant facebook, and we're all just profiles, you know?“ In einem Kommentar auf der „Wall“ bezieht sich eine Nutzerin offenbar auf einen Wall-Beitrag von Steffen: „haha, stevie g you would leave a message telling us all not to do drugs or drink! :) i hope you are taking the same advice yourself my friend :p have a very merry christmas over there in germany and i hope that i get to see you sometime in the new year!!! take care!!“

*Konsumgüter/Statussymbol:* Auch andere Konsumgüter kommen nicht zu kurz. So verortet sich etwa Felix in den Gruppen: „Diesel Jeans“ und „BMW-Drivers-Club“.

*Auto-/Motoradfahren:* Noch stärker auf Autos fixiert scheint Francine, die unter Interessen „mein Auto, mein Motorad“ nennt und für sich – zumindest nach ihrer Gruppenmitgliedschaft – hinsichtlich ihrer Lebensplanung dazu entschieden hat: „Erst PORSCHE dann Kinder!“ (SVZ05). Neben „Mein Auto ist mein Baby“ und anderen Gruppen, die motorisierten Fahrzeuge huldigen, sind unter den 78 Gruppen auch Shopping-Lust-Bekenntnisgruppen, wie etwa „♥ Es glitzert... es ist sinnlos... ICH WILL ES !!! ♥“, vorhanden.

## Spielen

*Spielen/Hobbies:* Sven stellt sich auf seinem Profilfoto Arm-in-Arm mit einem Dartfreund, beide in Vereinshemden, vor einer Zielscheibe dar und hat das Spiel auch bei seinen „Interessen“ angegeben (SVZ09). Durch die Applications ist es bei Facebook möglich (Computer-)Spiele online direkt über die Profilseiten zu spielen. Dort finden sich beispielsweise Puzzle, kleine Arkade-Spiele oder auch Pokerrunden (FB05).

## Reisen

*Reisen:* Hanna scheint wie viele andere Nutzer_innen ihre Seite zur Präsentation ihrer Reiselust zu gebrauchen. In der App „Cities I visited“, die auf einer kleinen Weltkarte besuchte Städte anzeigt, hat sie 72 Orte in zehn Ländern angegeben. Zusätzlich installiert hat sie die „Traveler IQ Challenge“ (ein Wissensquiz über Reiseziele) und „What City Should You Live In?“ (ein „Psychotest“, der Teilnehmer_innen nach deren Antworten eine Stadt vorschlägt, hier: „I'm going to be living in Paris Admit it - you're a hopeless romantic who wants to live in a cultured city with a strong nightlife. [...]“)(FB02). Rakan beschreibt sich als reiselustiger Mensch: „ich mag Abenteuer zu haben und viel zu reisen!!!“. Auch er hat Applications mit Auflistungen von bisherigen und gewünschten Reisezielen in sein Profil eingebaut und positioniert sich als „Fan“ einer Fluglinie (FB08).

## Darstellung, Sonstiges

*Persönlichkeit/Charaktereigenschaften/Extraversion:* Einige der zahlreichen „Persönlichkeitstest" in Facebook-Apps zeigen nicht nur das Endergebnis, sondern auch die einzelnen Antworten. So hat Feras beispielsweise an dem öffentlichen Vergleichstest „Surveys, Petitions, Votes, Polls & Quizzes" teilgenommen, in denen das persönliche Ranking der Lieblingsmusikvideos abgeglichen werden kann, aber auch – für alle Besucher_innen der Seite sichtbar – angegeben wird, dass er schon Drogen ausprobiert hat, einen Porno gesehen hat, nicht immer flucht, immer zu schnell fährt und noch nie seine/n Partner/in betrogen hat (FB01).

# 5 Interpretation & Diskussion

Nachdem im vierten Kapitel die induktiv herausgearbeiteten empirischen Ergebnisse systematisch dargestellt worden sind und dabei der konkrete Auswertungsprozess geschildert wurde, sollen die Ergebnisse an dieser Stelle – auf die drei Analyseebenen (Struktur-, Identitäts- und Repräsentationseben; vgl. 3.2) bezogen – interpretiert werden. Vor einer abschließenden Beantwortung der Fragestellung wird im Abschnitt 5.4 noch ein Blick auf die Erfahrungen mit der Forschungsmethode geworfen.

## *5.1 Strukturebene*

Aus dem empirischen Material lässt sich, wie in 3.2 verdeutlicht, nicht unmittelbar auf gesamtgesellschaftliche Strukturen schließen. Gabriele Winker und Nina Degele verweisen darauf, dass sich solche Strukturen nur über statistisches Datenmaterial, Gesetze oder ähnliches umfassend untersuchen lassen (vgl. Degele/Winker 2007a: 13). Eine Online-Community als Institution würde auf den ersten Blick vielleicht eine Betrachtung auf der Mesoebene nahe legen. Verstehen wir allerdings die Online-Communities als virtuelle Gesellschaften, lassen sich die durch sie bereitgestellte Infrastruktur und deren Vorgaben durchaus als Makro- beziehungsweise Strukturebene betrachten. Die Betreiber_innen der sozialen Netzwerkseiten stellen Regeln auf, die für bis zu 100 Millionen Nutzer_innen (im Fall von MySpace) gelten. Die „technischen" Vorgaben legen innerhalb eines virtuellen Sozialraumes fest, ob sich jemand innerhalb eines zweigeschlechtlichen System positionieren muss oder ob sich eine Person per Pflichtangabe über ihren Bildungsstand und Studienort identifizieren muss.

Die methodologischen Hinweise zur Intersektionalität als Mehrebenenanalyse legen eine Festlegung der Kategorien „Klasse, Geschlecht, Rasse und Körper" für die Untersuchung der Strukturebene nahe (vgl. ebenda: 6). Abweichend dazu wurden in dieser Arbeit alle durch die Webdienste vorgegebenen Kategorien (vgl. 4.1.1ff.) induktiv herausgearbeitet, da diese eine Grundlage für die Interaktion auf der Identitätsebene darstellten, welche – der Untertitel der Arbeit („Identitätskonstruktionen in Online-Communities") legt es nahe – hier einen bedeutenden Platz einnimmt. Diese Kategorien wurden in 4.1.8 systematisch dargestellt. Auffällig ist jedoch, dass drei der von Degele und Winker hervorgehobenen Kategorien (Klasse, Geschlecht und Körper) sich in den *Pflichtangaben* der Communities wieder finden lassen. Und auch Ethnizität[36] hat über den Aspekt der sprachlichen Zugangsvoraussetzungen eine bedeutende Rolle innerhalb der strukturellen Bedingungen, wie die Interpretation der Ergebnisse zeigen soll.

(36) Ich ziehe diesen Terminus, dem Begriff „Rasse" vor.

### 5.1.1 Geschlecht: Zwangszweigeschlechtlichkeit und Heteronormativität

Von der theoretischen Basis dieser Arbeit ausgehend (vgl. insbesondere 2.2) ist die Aufrechterhaltung eines binären Geschlechtermodells stark in Zweifel zu ziehen. Beispielhaft wurde im Abschnitt 4.1.1 gezeigt, dass in anderen Communities eine Positionierung auch außerhalb der Kategorien „Mann" und „Frau" beziehungsweise „männlich" und „weiblich" möglich ist. Facebook, StudiVZ und MySpace jedoch tragen zur Zementierung eines binären Weltbildes bei, indem sie hier keinen Zwischenraum bieten. Immerhin ermöglicht es Facebook, die Angabe über die Zuordnung zur Geschlechtsidentität wegzulassen. Das Geschlecht eine Pflichtangabe in den meisten Online-Communities[37] ist, zeigt, welch zentrale Bedeutung diese Kategorie in ihrer binären Ausprägung innerhalb „unserer" westlich-kapitalistisch geprägten Gesellschaft hat. Eine Identifizierung ohne geschlechtliche Positionierung wird als unvollständig betrachtet. Und eine geschlechtliche Positionierung jenseits der Geschlechtergrenzen, die zwischen „männlich" und „weiblich" bestehen, wird strukturell unmöglich gemacht[38].

Betrachten wir die Kategorie Geschlecht in ihrem umfassenderen Verständnis von gender, sex und desire, wird deutlich, dass Zweigeschlechtlichkeit auch innerhalb einer heteronormativen Matrix zu verorten ist. Denn hinter den als technisch erscheinenden Programmierungen der Datenbanken von MySpace und Co stecken auch ein diskursives Programm und soziale Codes. So erfüllt die Angabe der Geschlechtsidentität (die englischsprachige Eingabemaske von MySpace fragt nach „gender", nicht nach „sex") auch den Zweck, dass die Suche nach anderen Community-Mitgliedern auf solche des jeweils anderen Geschlechts voreingestellt ist. Damit wird die Verwendung des Webdienstes als Partnerbörse innerhalb einer heteronormativen Matrix angenommen, auch wenn Benutzer_innen keine Angabe über eine „Hetero"-Identität in den optionalen Profildaten vorgenommen haben und nicht „Dating" als Motiv für die Mitgliedschaft angaben. Zwar kann auch „Bi" oder „Schwul" oder „Nicht sicher" im Feld „Sexuelle Orientierung" ausgewählt werden, „Hetero" bleibt aber die Norm, selbst wenn etwa danah boyd MySpace als attraktiven Ort für „geeks, freaks, or queers" betrachtet (2007, o. S.). Dass auch bei der Auswahl einer weiblichen Geschlechtsidentität die Option „Lesbisch" fehlt, kann als Indiz für die Hegemonie des androzentristischen Weltbildes gedeutet werden.

### 5.1.2 Klasse: Bildungsstatus und Zugangsvoraussetzungen

In einem Essay stellte danay boyd die These auf, dass die Entscheidung, bei welcher sozialen Netzwerkseite sich Menschen anmelden, hauptächlich mit der jeweiligen „socio-economic class" zusammenhängt (boyd 2007: o. S.). So war Facebook anfänglich nur Universitätsmitgliedern zugänglich; bei Gründung 2004 gar ein rein Harvard-internes Projekt. Und anders

(37) auch außerhalb dieses Samples – vgl. 4.1.1
(38) Die Norm der Zweigeschlechtlichkeit lässt sich auch auf der Repräsentationsebene wieder finden. Degele und Winker (2007a) verweisen dezidiert darauf, dass die bei der Analyse symbolischer Repräsentationen zu berücksichtigenden Normen handlungsorientierend und strukturbildend wirken. Die Ebenen lassen sich somit als ineinander verzahnt verstehen.

als beim StudiVZ, wo ein Studierendenstatus formell auch eine Voraussetzung ist, wurde dies bei Facebook auch kontrolliert. Eine erfolgreiche Anmeldung war bis September 2006 nur mit einer auf „.edu“ endenden E-Mail-Adresse möglich. Am Beispiel des mittleren Westens der USA beschreibt boyd, wie ein medial transportiertes und durch Mund-zu-Mund-Propaganda bestätigtes Image von MySpace und Facebook von Teenagern aufgenommen wurde:

> „In much of the midwest, teens heard about Facebook and MySpace at the same time. They were told that MySpace was bad while Facebook was key for college students seeking to make friends at college. I go into schools where the school is split between the Facebook users and the MySpace users. [...] Most teens who exclusively use Facebook are familiar with and have an opinion about MySpace. These teens are very aware of MySpace and they often have a negative opinion about it. They see it as gaudy, immature, and ‚so middle school.‘ They prefer the ‚clean‘ look of Facebook, noting that it is more mature and that MySpace is ‚so lame.‘ What hegemonic teens call gaudy can also be labeled as ‚glitzy‘ or ‚bling‘ or ‚fly‘ (or what my generation would call ‚phat‘) by subaltern teens.“ (boyd 2007: o. S.)

Die Aufteilung in „subaltern teens“ und „hegemonic teens“, die sich vornehmlich auf den Lebensstil von Heranwachsenden beziehe, spiegele sich auch in den Schulabschlüssen und den Lebensverläufen nach der Highschool wieder. Auch nach der Öffnung für alle sei Facebook universitär geprägt und MySpace „the cool working class thing“, welches bewusst als „rejection of the hegemonic values“ gewählt werden würde. Zumindest zum Teil lassen sich die in dieser Arbeit analysierten Profile als Bestätigung dieser These interpretieren. Allerdings sind beide Communities in der BRD weniger populär als in den USA und bisher auch im Vergleich zu StudiVZ und SchülerVZ weniger dominant. Dies mag mit sozialen Prozessen, die sich auf der Mikro- beziehungsweise Identitätsebene und der Repräsentationsebene abspielen zusammenhängen, zum Teil ist dies aber bereits in Vorgaben auf der Makroebene angelegt. Während bei Facebook schon als Pflichtangabe bei der Anmeldung gefragt wird, ob eine Nutzer_in „in college/graduate school; at a company; in highshool“ oder „none of above“ ist, müssen Mitglieder bei MySpace schon etwas suchen, um diese Angaben machen zu können. Im StudiVZ, welches – wie in 4.1.1 beschrieben – voraussetzt, das neue User_innen bei der Anmeldung eine konkrete Hochschule angeben, legen nahe Mitgliedszahlen, dass mehr als die Hälfte der Nutzer_innen keine Studierenden sind (vgl. 3.1.2).

Ein weiteres, nicht unwichtiges Kriterium, das allerdings im Rahmen dieser Untersuchung kaum hinlänglich thematisiert werden kann, ist der materielle Zugang zu einem (regelmäßigen) Internetanschluss mit entsprechender Bandbreite, der eine Nutzung irgendeiner Online-Community überhaupt erst ermöglicht. Eine Mitgliedschaft in diesen Netzwerken ist dadurch ohnehin ökonomisch privilegierteren Teilen der Welt vorbehalten. Weder für eine Obdachlose in Hamburg, noch für einen Landarbeiter in Bangladesch liegt die Registrierung bei einer sozialen Netzwerkseite besonders nah.

### 5.1.3 Körper: Volljährige Jugendlichkeit

Auch an der Kategorie Alter kommen potentielle Nutzer_innen schon bei der Anmeldung nicht vorbei. Gibt jemand ein zu spätes Geburtsjahr ein wird darauf hingewiesen, dass das Mindestalter für eine Mitgliedschaft noch nicht erreicht ist, ist jemand „zu alt“, kann das korrekte Geburtsjahr aufgrund der durch die Programmierer_innen voreingestellten Option-

en unter Umständen gar nicht angegeben werden. Die genauen vertraglichen Mindestalter und „technischen" Höchstalter variieren. So ist bei Facebook eine Anmeldung ab 13 Jahren möglich, eine volle Nutzung erst ab 18 verfügbar und bei 1920 als frühestes eintragbares Geburtsjahr Schluss. Wenngleich wahrscheinlich die Zahl potentieller Interessenten über 88 Jahre sehr gering sein mag, verdeutlichen doch diese Festlegungen, dass die Norm in den Communities tendenziell eine (volljährige) Jugendlichkeit zu sein scheint. Noch etwas deutlicher wird das, wie in 4.1.1 geschildert bei Diensten, die beispielsweise 1955 als ältesten Mitgliedsjahrgang vorsehen.

Während auch eine 102jährige Nutzerin sich (mit „falschen" Daten) theoretisch bei MySpace oder im StudiVZ anmelden kann, machen körperliche Abweichungen von einer gesunden Norm etwa für Menschen mit eingeschränkter oder nicht vorhandener Sehfähigkeit die Nutzung von bestimmten Communities unmöglich oder zumindest sehr unkomfortabel. So wird etwa kritisiert, das die grafische Unübersichtlichkeit und nicht-barrierefreie Codes dazu führen, dass etwa das Webangebot von MySpace für blinde Menschen kaum benutzbar ist (vgl. u.a. uiDesign 2008).

## 5.1.4 Ethnizität: Sprache

In den Vorgaben der Profildatensätze spielt Ethnizität kaum eine, und nationalstaatliche Zugehörigkeit gar keine Rolle. Es gibt in den strukturellen Vorgaben weder Passkontrollen noch Diskriminierungen nach Abstammung oder Hautfarben. Allein bei MySpace (und außerhalb des Stichprobe auch bei Orkut) wird überhaupt die „Volkszugehörigkeit", wie es dort heißt, abgefragt (vgl. 4.1.4). Zum Teil ist auch eine Angabe des Herkunftsortes in den optionalen Fragekatalogen enthalten, Angaben zur Staatsbürgerschaft oder Nationalität werden durch die Anbieter_innen nicht verlangt.

Obwohl Ethnizität die einzige Kategorie auf der Strukturebene (im Sinne der Methode Intersektionalität als Mehrebenenanalyse – siehe oben) ist, die nicht in den Pflichtangaben enthalten ist, spielt sie an anderer Stelle hinsichtlich der Struktur der Netzwerkseiten doch eine wichtige Rolle. Nämlich bezogen auf die Sprache. Während MySpace fast zwanzig verschiedene Sprachen anbietet, ist Facebook (bisher) auf englisch beschränkt und StudiVZ auf deutsch. Facebook kündigte an, im Laufe des Jahres 2008 weitere Sprachen anzubieten[39], die Betreiber_innen des StudiVZ gingen einen anderen Weg und boten übersetzte Versionen ihrer Webseite in Frankreich, Spanien und Polen als eigenständige Communities[40] an. Eine Vernetzung von Mitgliedern zwischen diesen Länder-Communities ist nicht möglich. Dabei ist das Inlandsprinzip nicht auf Passinhaber_innen beschränkt, aber für Nutzer_innen von StudiVZ ohne Deutschkenntnisse ist es kaum möglich die Community zu betreten, da die Menüführung ausschließlich in deutsch gehalten ist. Dies erinnert ein wenig an Diskurse, die es Einwanderer_innen nahe legen, sich doch gefälligst zu integrieren und die Sprache ihres „Gastlandes" zu lernen.

(39) Nach dem Erhebungszeitraum, ab März 2008, begann Facebook mit der Einführung von Lokalisationen in deutsch, französisch und spanisch.
(40) StudiQG.fr; estudiLN.net und studentiX.pl

## *5.2 Identitätsebene*

Anders als im vorangestellten Abschnitt zur Makro- beziehungsweise Strukturebene soll die Interpretation der Identitätsebene (Mikroebene) nicht entlang von Differenzkategorien, sondern anhand von sozialen Prozessen erfolgen, die sich aus den empirischen Ergebnissen rekonstruieren lassen.

### 5.2.1 Identifizierung mit vorgegebenen (Geschlechts-)Kategorien

Alle zehn bei Facebook zufällig ausgewählten Nutzer_innen haben eine (freiwillige) Angabe über ihre Geschlechtsidentität gemacht. Dies mag, trotz der kleinen Stichprobe, als Hinweis auf normative Zweigeschlechtlichkeit gelten. Die gesellschaftlich hegemonial akzeptierten Positionierungen „weiblich" und „männlich" wurden in der interaktiven Verortungs- und Identifizierungsarbeit der Nutzer_innen aus dem Pool der vorgegebenen Kategorien (vgl. 4.1.8) angenommen und dadurch weiter reproduziert. Jedoch ist zu erwägen, inwiefern dies mehr oder weniger über den Umgang mit der Kategorie Geschlecht aussagt, als etwa geschlechtsrollenkonforme Kleidung oder Hobbies. – Auch wenn nicht objektiv festgelegt werden kann, was als konform oder nichtkonform gewertet werden kann. Gleichzeitig lassen sich die Selbstdarstellungsprofilen von (einzelnen) Community-Mitgliedern auch so interpretieren, dass mit Modellen von tradierten binären Geschlechter*rollen* auch gebrochen wird. So scheint es für die sich weiblich identifizierende Auto- und Motorad-begeisterte StudiVZ-Nutzerin (SVZ05) kein Widerspruch zu sein, sich gleichzeitig in Gruppen wie „Erst PORSCHE dann Kinder!" und „Schöne Frauen mit Stil und Niveau" zu bewegen und damit etwa das Auto als „typisch männlichen" Artefakt in Frage zu stellen[41]. Genauso lässt sich beobachten, wie männlich identifizierte User Kategorien wie körperliche Attraktivität für sich in Anspruch nehmen (FB08). Ob dies allerdings dazu führt, dass sie dadurch ihre (verallgemeinerte) Handlungsfähigkeit erweitern können (Holzkamp) oder sich damit lediglich gegen „weniger attraktive" Menschen abgrenzen und dadurch gesellschaftliche Normen performativ reproduzieren, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden.

Auch das Aufgreifen andere struktureller Differenzkategorien in der interaktiven Erstellung der Selbstdarstellungsprofile kann in ähnlicher Weise nachgewiesen werden (beziehungsweise dementsprechend interpretiert werden). Die Kategorie „Geschlecht" ist jedoch die einzige Kategorie, die durchweg auf allen Profilen zu finden war – obgleich diese außerhalb von (zum Teil Pflicht-)Angaben über die Geschlechtsidentität *textlich* kaum angesprochen wurde (vgl. dazu auch die entsprechende Passage im nächsten Abschnitt 5.3). Für andere Kategorien soll auf diesen Prozess hier nicht weiter eingegangen werden, da dies weitestgehend die im Abschnitt „Differenzkategorien" (4.2.3.1) herausgearbeiteten Ergebnisse wiederholen würde.

(41) Wobei bereits das – hier betriebene – Festlegen von Autos als typische männliche Artefakte als Reproduzieren einer ebenfalls binären Logik und bestehender Stereotype betrachtet werden könnte.

## 5.2.2 Selbst- versus Fremddarstellung

Bei der Auswertung der Profile zeigte sich, dass oftmals Selbst- und Fremddarstellung – bis hin zur Ununterscheidbarkeit – ineinander überlaufen. Schon während der Anmeldung bei einer Online-Community sind Nutzer_innen dazu gezwungen, sich der vorgegebenen Abfragemaske und den darin enthaltenen Kategorien und Angabemöglichkeiten zu unterwerfen. Die Nutzer_innen können sich „aussuchen", was sie angeben, die Möglichkeiten dazu werden allerdings strukturell eingeschränkt, so dass etwa die Weigerung sich der binären Anrufung als „männlich" oder „weiblich" zu unterziehen oder ein Nachname mit weniger als drei Buchstaben, eine Fehlermeldung provoziert (vgl. 4.1.2). Auch bei Aspekten der Selbstdarstellung, die der technisch kontrollierbaren „Authentifizierung" entzogen sind, gibt es es noch Versuche der Regulierung, wie diese auszusehen haben. So dürfen etwa Fotos nicht gewalttätig oder anstößig sein und das StudiVZ verlangt ausdrücklich, dass seine Mitglieder auf ihren Profilbildern erkennbar sein müssen (vgl. 4.1.4).

Auch andere Nutzer_innen wirken auf die Präsentation eines Community-Mitglieds ein. Zum einen sind einige von diesen als „Freunde" über ihre Profilfotos auf der Profilseite eines Mitglieds abgebildet, zum anderen können sie auf deren/dessen Profilseiten Kommentare, Pinnwandeinträge beziehungsweise wall posts hinterlassen und dadurch die Inhalte eines Profils und dessen Wirkung mit gestalten. Ein „vorzeigbares", professionelles Profil ohne private Details kann dadurch über Kommentare wieder einen persönlichen Bezug bekommen. Auf einer solchen Seite eines StudiVZ-Nutzers wird zum Beispiel der Wunsch zu einer Verabredung auf einen Cocktail geäußert sowie ein Kompliment für das Profilfoto gemacht: „na wenn das ma kein schnuckeliges bild ist" (SVZ08). Die Kommentare wiederum können von den jeweiligen „Profilinhaber_innen" auch gelöscht werden, so dass diese – zumindest im Nachhinein – wieder Einfluss haben oder gar als verantwortlich für deren Inhalt gesehen werden könnten, wenn sie etwa sexistische Bilder auf ihrer Pinnwand zulassen (FB08, MS01, MS03). Auch gezielte gegenseitige Aufforderungen, Kommentare zu schreiben sind nicht ungewöhnlich. So schreibt etwa jemand auf der Wall einer Facebook-Userin: „Hey, post a photo, video ... or draw me a picture =)" (FB03).

Wie Darstellung und Identitätskonstruktion in Interaktion *zwischen* „Me and the Others" entsteht, verdeutlichen einige Facebook-Applications sehr anschaulich. „Characteristics" erlaubt es Besucher_innen beispielsweise einem Benutzer oder einer Benutzerin, die diese „App" auf ihrer Seite eingebunden hat, per Mausklick Attribute zuschreiben zu können. Dazu gibt es eine Liste von 30 (positiven!) Eigenschaften, von „intelligent" über „sexy" bis hin zu „democratic", die in verschiedenen Größen erscheinen, je nach dem wie oft diese ausgewählt wurden. Bei einem Facebook-Nutzer, der „Characteristics" installiert hat, erreichen die Charaktereigenschaften „mysterious", „smart", „sympathetic" die höchste Schriftgröße (FB10). Die Application „Define Me" hat einen ähnlichen Zweck: Hier sind Besucher_innen dazu aufgefordert den Benutzer anonym zu beschreiben. Andere Applications erlauben es zum Beispiel Spitznamen zu hinterlassen („Nickname") oder Sympathiepunkte zu vergeben („Compare"). Bemerkenswert an den Applications ist weiterhin, dass diese von Drittanbieter_innen zur Benutzung auf Facebook bereitgestellt werden und in der

Regel über Empfehlungen durch „Freunde“ Verbreitung finden.

Letztendlich bieten diese überlappenden Formen von Selbst- und Fremddarstellungen einen empirisch greifbaren Ansatzpunkt für die theoretisch-philosophische Behauptung Trinh T. Minh-has, das die grammatisch erste Person im Singular sich auf keine einheitliche Struktur zurückführen lässt, sondern dass „Ich“ nicht „ich“ sei und „Ich/ich“ immer auch „dich und mich beide“ einschließt (Trinh 1989: 1; vgl. 2.2.2), also die Grenzen von Identitäten nicht eindeutig sind und nicht an den Grenzen von Körpern enden.

## 5.2.3 Doing Difference durch Inklusion und Exklusion

Identitätskonstruktionen scheinen sowohl über Inklusions-, als auch über Exklusionsprozesse funktionieren zu können. In der Auswertung der Profile (vgl. 4.2.3.2) wurde deutlich, dass Zusammengehörigkeit produziert wurde, indem Nutzer_innen sich untereinander vernetzen, gezielt Gemeinsamkeiten suchen, um zu einander zu finden und über Gruppenmitgliedschaften oder gezieltes Verlinken ein narratives „Wir“ erzeugen. Dieses „Wir“ wird dabei in der Regel durch einen aktiv hergestellten Bezug auf Differenzkategorien oder Interessen (vgl.. 4.2.3.1; 4.3.2.3) konstruiert, die dadurch zu gemeinsamen, kollektiven Identitäten werden. Dabei können diese Bezüge teilweise selbst gewählt werden (im einfachsten Fall etwa dadurch, dass eine Differenzkategorie wie „Volkszugehörigkeit: Weiß“ aus den vorgegebenen Profildaten benutzt wird), zum Teil benötigen sie jedoch Bestätigung durch die jeweilige „Ingroup“. So müssen beispielsweise Universitätsnetzwerksmitgliedschaften bei Facebook ebenso bestätigt werden wie einige Gruppenmitgliedschaften bei StudiVZ (durch die jeweiligen Moderator_innen) oder Freundschaften (durch die jeweiligen User_innen).

Eine andere Form von Identitätskonstruktion – durch Exklusion – lässt sich aus Beispielen rekonstruieren, in denen Eigenes durch unmittelbare Abgrenzung zu Anderen erzeugt wird. Die häufigste Ausprägung dieses „Othering“ findet sich in den Titeln von StudiVZ-Gruppen und reicht von „Ich hasse Dumme Menschen“ (SVZ03) über „Wenn ich du wäre, wäre ich lieber ich“ bis hin zu „Wir sind Oberschlesier und keine Polen“ (SVZ10) (vgl. 4.2.3.2). Innerhalb der Selbstdarstellungsprofile scheint jedoch Identität häufiger durch Inklusion und einen positiven Bezug statt zu finden. Dabei ist, wie in 4.2.3 gezeigt, die Bandbreite verschiedener Zuordnungen zu kollektiven Identitäten oder Interessensgruppen sehr breit. Innerhalb dieses Kriteriums lassen sich sowohl Angaben zu strukturell bedeutsamen Identitätskategorien (hier: [Trans]Nationalität/Herkunft/Ethnizität, Körper, Geschlecht, Sexualität/Begehren, Arbeit, Alter; vgl. 4.2.3.1) finden, als auch über gemeinsame Interessen konstituierte Gruppen oder Subkulturen.

## 5.2.4 Postmoderne Identifizierung

Die soeben angesprochenen Prozesse von identitärer Grenzziehung decken sich mit der Hypothese von Nina Degele und Gabriele Winker, dass Individuen versuchen, „mit verstärkten Rückgriffen auf traditionelle und/oder neuartige Differenzierungslinien durch Abgrenzung von Anderen Unsicherheiten zu vermindern und eigene Sicherheit zu erhöhen“

(Degele/Winker 2007a: 5). Als ein besonders prägnantes, wie absurd scheinendes Beispiel für solche neuartigen Differenzierungslinien lassen sich einige Gruppenzugehörigkeiten (sowohl bei Facebook als auch im StudiVZ[42]) interpretieren, in denen offenbar Zugehörigkeit und Positionierung ohne jegliche tiefgreifende Aussage hergestellt wird. Gruppen wie „Ich dusche gern nackt" (FB01), „Warum liegt hier eigentlich Stroh?" (FB04), „Faulpelzelite" (SVZ09) oder „Du willst Schmetterlinge im Bauch? Steck dir Raupen in den Arsch" (SVZ10) sagen bestenfalls etwas über den Humor einer Nutzer_in aus, eignen sich jedoch kaum zum Einordnen einer Person in eine identitäre Schublade. Auch recht banale Differenzierungslinien sind dabei einer Hierarchisierung unterzogen, wie etwa die Positionierung zu einem bestimmten Sportverein, oder aber die Identifizierung mit seinem Sternzeichen: „Jungfrau-best people, best sign!" (SVZ01)", „This is the Best Picture Ever...." (FB10).

## 5.2.5 Neoliberalisierung von Freundschaften

Die Gruppenzugehörigkeiten scheinen nicht der einzige Ort der Selbstdarstellung zu sein, an dem Hierarchisierung und Wettbewerb eingezogen sind. Bei einigen Komponenten der sozialen Netzwerkseiten wird ein wettbewerbsförmiger Charakter besonders deutlich sichtbar. Ins Auge fiel die Facebook-Application „Compare Friends", bei der Nutzer_innen aufgefordert sind, ein Freundes-Ranking nach verschiedenen Eigenschaften vorzunehmen (vgl. 4.2.3.2). Der Freundeskreis wird zur Jury und zu Wettbewerber_innen. Innerhalb des Beziehungsnetzwerkes, das durch die Webseite visualisiert, erhalten, gepflegt und erweitert werden kann, entstehen Ranglisten.

Bei MySpace ist die Reihenfolge der „Freunde" festlegbar. Bestehende Kontakte können von oben nach unten und in umgekehrte Richtung hin- und her geschoben werden. Dies ist besonders deshalb relevant, weil nur die „besten", also zuoberst angeordnete Freunde, als „Top 8"[43] auf der Profilseite angezeigt werden. In qualitativen Untersuchungen stellte danah boyd (2006a) fest, dass für viele Nutzer_innen die Beschäftigung, wer in den MySpace Top 8 dargestellt werden soll, eine große Rolle spielt. Das Entfernen oder nicht Berücksichtigen unter den besten Freunden könne bei bestehenden Freundschaften zu Konflikten beitragen. Allerdings betont boyd auch, dass dieses Phänomen nicht unbedingt ein internetspezifisches ist. Es ließen sich durchaus Analogien etwa dazu ziehen, welche Freund_innen eine Geburtstagseinladung bekommen und welche nicht oder wer in der Kurzwahlliste eines Telefons gespeichert wird (ebenda: 11f.).

Auch in Spielen, wie Poker oder den zahlreichen Vampir- oder Werwolfspielen innnerhalb von Facebook-Applications, geht es um Wettbewerb, wenn auch vielleicht nicht mit der selben Relevanz. Susanna Paaspnen hält fest, dass auch im „Cyberspace" soziale oder ökonomische Machtverhältnisse nicht verschwinden würden, obwohl der Diskurs von Freiheit und Möglichkeiten versuche, diese unsichtbar zu machen (Paasonen 2002: 28). An

(42) Bei MySpace werden Gruppen offenbar eher im Sinne ihrer „eigentlichen" Funktion als Foren zur Diskussion verwendet. Hier bietet sich weniger stark an, Selbstdarstellung oder Identifikation durch eine Gruppenmitgliedschaft zu signalisieren, da diese nicht öffentlich in den Profilen sichtbar sind.
(43) Ursprünglich waren nur acht Freund_innen auf der Selbstdarstellungsseite sichtbar, noch immer ist dies auch die Standardeinstellung, die jedoch mittlerweile variiert werden kann.

manchen Stellen sind diese Verhältnisse eben doch sichtbar und offenbar insbesondere auch dann, wenn es im wörtlichen Sinne um Sichtbarkeit – um Aussehen und Attraktivität (siehe auch 5.3) – geht. Die Ergebnisse in 4.2.3.1 zeigten, wie wichtig diese Kategorie vielen zu sein schien. Normen von Schönheit in wettbewerbsförmiger Ausprägung werden an Kommentaren wie dem auf einer StudiVZ-Seite hinterlassenen (SVZ05) deutlich, der dazu auffordert kettenbriefartig den Eintrag an „die 10, deiner Meinung nach hübschesten Personen in deiner Liste" weiterzuleiten. „Coolness" scheint dabei eine weitere Norm zu sein: „Selbst die Dinge die ich lasse, sind geiler als die, die du tust" ist der Titel einer StudiVZ-Gruppe (SVZ05).

### 5.2.6 Warum sind Personen in Online-Communities präsent?

Diese Frage steht zwar nicht zwangsläufig in direkter Verbindung zu der Identitätsarbeit von auf sozialen Netzwerkseiten aktiven Subjekten, doch berührt sie den Bereich von Identität an einer Reihe von Stellen. Erste Hinweise auf Antworten finden sich schon im Abschnitt 4.2.3. Diese sollen hier gebündelt zusammengefasst werden. So dient einigen der Account schlichtweg zur Unterhaltung, anderen primär um sich selbst darzustellen, zu flirten und ggf. neue Partner_innen oder Freund_innen zu finden, anderen wiederum dazu, bestehende soziale Netzwerke aufrecht zu erhalten oder gar Arbeit zu finden. Dabei erfüllen offensichtlich die verschiedenen Communities (zumindest subjektiv) unterschiedliche Zwecke. So schreibt ein MySpace-Mitglied in einem Kommentar auf einem Profil aus der verwendeten Stichprobe (MS10): „nö, studivz hab ich nicht, bin noch bei facebook und das ist auch gut so, ansonsten hätte ich den kontakt nach portugal nicht wieder gefunden und somit kein jobangebot bekommen." Zum Weiterlesen sei an dieser Stelle noch einmal auf den Aufsatz von danah boyd und Jeffrey Heer verwiesen, die Profile als kommunikatives Werkzeug innerhalb von vernetzten Identitäts-Perfomances betrachten (boyd/Heer 2006). Um die Motivation zur Benutzung von Online-Communities zu erfassen, scheint es allerdings fraglich, ob eine Analyse von Profilen dazu ausreichend ist. Vielmehr erscheint es hier sinnvoll, bei zukünftigen Forschungen dazu auch andere Instrumente, wie etwa Interviews mit Anwender_innen, zu nutzen (vgl. u.a. Hargittai 2007).

## *5.3 Repräsentationsebene*

### 5.3.1 Authentizität

Grafische Darstellungen haben in den Profilen der User_innen offenbar einen hohen Stellenwert. Das StudiVZ ist zum Erhebungszeitpunkt die einzige Community, bei der diese auf Grund technischer Einschränkungen allein auf Fotos (oder andere „jpeg"-Grafiken) sind. Bis auf eine Ausnahme haben alle Nutzer_innen der Stichprobe Gebrauch von der Möglichkeit gemacht, sich durch ein Profilfoto bildlich darzustellen. Auch wenn kaum überprüfbar ist, ob die abgebildete Person „tatsächlich" mit der Profilinhaber_in „identisch" ist, kann doch festgehalten werden, dass zumindest in allen Profilen ein wahrscheinlich „echtes" Foto gewählt wurde, da es beispielsweise keinen Protest durch vermeintlich „echte" Freund_innen

aus dem „echten“ Leben in den Kommentaren gab. Auch benutzte keiner der hier Betrachteten Prominentenfotos, Avatare oder anderweitig „verfremdete“ oder offensichtlich anonymisierte Abbildungen als Profilbild. Ein Nutzer, der sich in seinem Profilfoto von hinten zeigt (MS01) hat wiederum mehrere zusätzliche Bilder auf seiner Seite, auf denen (mutmaßlich) sein Gesicht deutlich zu erkennen ist. Interessant ist auch die Auswahl und Art der Profilbilder. Das Spektrum reicht hier vom Bewerbungsfoto über Party- und Urlaubsbilder bis hin zu Aufnahmen, für die in sexualisiert deutbaren Haltungen posiert wird (z.B. FB03; FB08). Auch bei MySpace, wo im Gegensatz zu Facebook und StudiVZ keine Authentizität über den vollen Namen hergestellt wird, greift die Norm der Authentizität über die Verwendung von Fotos.

Die symbolische Repräsentation durch die Wahl von „authentischen“ Fotos könnte auch hinsichtlich der Zuordnung innerhalb von binären Geschlechtsidentitäten (vgl. 5.1) gelesen werden. Auf den verwendeten Bildern lassen sich die Nutzer_innen der gesichteten Profile – durch die subjektive (und diskursiv beeinflusste) Brille des Autors – eindeutig als Männer oder Frauen identifizieren, während andere Zuordnungen, etwa nach der Herkunft, oft nur in Zusammenhang mit dem Namen oder anderen Daten treffbar sind. Nina Degele und Gabriele Winker setzen sich mit naturalisierter Zweigeschlechtlichkeit auseinander und konstatieren, „dass nichts mehr verunsichert, als nicht zu wissen, ob es sich bei dem Gegenüber um einen Mann oder eine Frau handelt“ (Degele/Winker 2007a: 10). Dies lässt sich zum Teil auch durch die strukturellen Vorgaben bezeugen, durch die Nutzer_innen, die kein Foto eingestellt haben, symbolisch auf ihrem Profil dargestellt werden. So sind Mitglieder des StudiVZ nach der Anmeldung durch grafische Platzhalter vertreten, in denen geschlechtliche Stereotype stark überspitzt dargestellt werden (vgl. die Abbildungen in 4.1.7).

Insgesamt ist es durch die verwendete Methode eine generelle Überprüfbarkeit von Angaben nicht möglich. Doch scheinen sich viele Profildaten zu einem in sich stimmigen authentisch und einheitlich *erscheinenden* Gesamtbild von einer Person zusammen zu setzen. Auch lassen sich offensichtliche Brüche von einer authentischen Norm nachweisen, etwa wenn Schüler_innen, die sich als solche Beschreiben, sich im StudiVZ als Studierende anmelden. Auch die hohe Zahl von sich politisch als „kronloyal“ identifizierenden Nutzer_innen im StudiVZ (Fritsch 2006) oder die Menge an 242 oder 92 cm großen Mitgliedern von MySpace weist darauf hin.

## 5.3.2 Lookism und Bodismus

In 4.2.3.1 wurde verdeutlicht, welch hohen Stellenwert die Kategorien „Körper“ und „Attraktivität“ in den Selbstdarstellungen der User_innen hat. Diese Kategorien sind dabei oft mit anderen verschränkt. So entsteht eine Norm von Sportlichkeit in einer Verbindung von Körper mit uneingeschränkter gesundheitlicher Befähigung und normative Attraktivität („Lookism“[44]), die an geschlechtsspezifische Stereotypen gebunden ist (vgl. auch 5.2). Die Auswahl der verwendeten (Profil-)Fotos lässt darauf schließen, dass Aussehen eine große Rol-

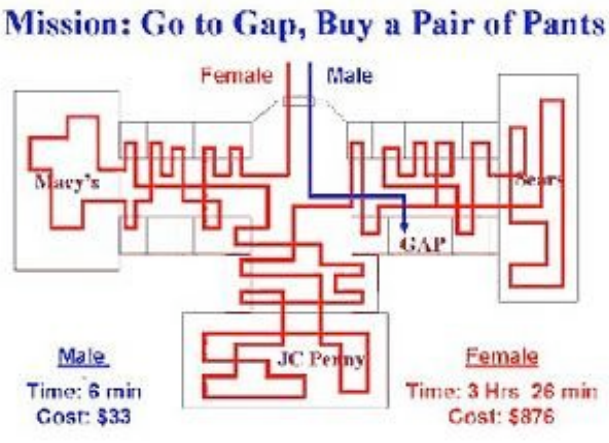
(44) http://www.lookism.info – abgerufen am 12.12.2007

le für die Konstruktion von Identitäten und die symbolische Repräsentation im Netz spielt. Die Feststellung, dass jeweils sehr „vorteilhafte“ Bilder gewählt wurden, mag zwar eine Subjektive sein und lässt sich, wie im vorangestellten Abschnitt beschrieben, kaum „beweisen“. Doch auch Lob zu den Fotos in Kommentaren (z.B. SVZ01; SVZ08) ist auffindbar. Noch auffälliger sind in diesem Kontext Facebook-Applications, die den Zweck erfüllen, die Attraktivität von Profilinhaber_innen zu bewerten und anzugeben, ob Begehren zu einer Person vorhanden ist oder auf einer Skala anzugeben „How Hot is [XY]“ (vgl. 4.2.3.1; FB02).

Der Körperbau scheint einen besonderen Platz innerhalb des Lookisms einzunehmen. So haben sechs von zehn MySpace-Mitgliedern aus dem Sample eine Angabe zu ihrem Figurtyp gemacht. Es wundert dabei kaum, dass einmal „Bodybuilder“, zweimal „Sportlich“, zweimal „Durchschnitt“ und einmal „Schlank“ ausgewählt wurde, niemand aber „ein wenig mehr“ oder „Mehr zum Liebhaben“ angab. Auch in anderen Stellen von Profilen gab es keine Identifizierung mit gesellschaftlich abweichenden Körpernormen. Darauf, dass Schlankheit längst kein rein weiblich konnotiertes Schönheitsideal ist, weisen Identifizierungen wie die Gruppenmitgliedschaft in „lieber 9 kilo zu wenig als zu viel - club untergewichtiger jungs“ hin (SVZ10). „Behinderungen“ wurden in den Profilen gar nicht verhandelt. Auch in den strukturell vorgegebenen Kategorien sind dazu keine Angaben vorgesehen.

## 5.3.3 Reproduktion von Geschlechtsstereotypen

Am Beispiel von zwei Bilddateien von zwei verschiedenen Facebook-Profilen soll beispielhaft interpretiert werden, wie Geschlechtsstereotype symbolisch reproduziert werden. Gewählt wurden diese Beispiele, da an ihnen deutlich wird, dass eine binäre geschlechtliche Typisierung auch in (optischer) Abwesenheit von „Männern“ und „Frauen“ funktioniert.




Zwei Autos (Bild links, FB08) werden als Hochzeitspaar gekleidet und mit dazu passenden (westlichen) kulturellen Symbolen ausgestattet: rote Lippen, große Wimpern über den Scheinwerfern, ein Diadem und Schleier auf dem Dach des als Braut ausgestatteten weißen Kleinwagens. Der schwarze PKW symbolisiert mit Zylinder und Fliege den Bräutigam. Dieses Bild lässt sich nicht nur als ein stereotypes Bild von Geschlechtlichkeit oder ein heteronormatives Setting betrachten. Anhand dieses Bildes kann auch aufgezeigt werden, wie Geschlecht performativ hergestellt (vgl. auch 2.2.1) wird und das dazu keine „echten“ oder

„natürlichen“ Referenzen notwendig sind. Auch ohne, dass prädiskursive „Frauen“ oder „Männer“ vorhanden sind, können „Weiblichkeit“ und „Männlichkeit“ inszeniert und hergestellt werden.

Das das binäre Geschlechterverhältnis mit einer hierarchischen Logik verbunden ist, vermittelt das zweite Beispiel (Bild rechts, FB02). Die Aufgabenstellung, bei GAP eine Hose zu kaufen, wird hier grafisch dargestellt. Im Ergebnis, so suggeriert die Darstellung, schaffe es der männliche Konsument, sich innerhalb von sechs Minuten für 33 Dollar ein entsprechendes Kleidungsstück zu kaufen, während die Konsumentin 3 Stunden und 26 Minuten in der Shopping-Mall verbrächte, 876 Dollar ausgäbe und dabei nicht die GAP-Filliale betrete. – In anderer Form reproduziert eine StudiVZ das gleiche Stereotyp, in dem sie sich der Gruppe „♥ Es glitzert... es ist sinnlos... ICH WILL ES !!! ♥“ zuordnet (SVZ05).

Interessant sind die beiden Bildbeispiele auch unter dem Aspekt, dass sie nicht von den Profilinhaber_innen, sondern von „Freunden“ eingestellt worden sind. Die Zuordbarkeit von Aussagen ist damit zwar unklar und die „Verantwortung“ für die Inhalte könnten auch auf die „Wall“-Beschreiber_innen geschoben werden. Gleichzeitig demonstriert dies aber auch, wie „Me and the Others“ verwoben sind (vgl. 5.2). Die Profile sagen nicht nur etwas über ein oder zwei Personen aus. Die auf ihnen befindlichen Texte und Grafiken lassen sich als kulturelle Symbole mit überindividuellen Bedeutungen verstehen. Alle Beteiligten sind an der Reproduktion eines Diskurses beteiligt, doch niemand kommt in Verlegenheit, dessen Urheber_in zu sein. Die „Verantwortung“ für die Weiterverbreitung von Geschlechtsstereotypen bleibt unklar, auch wenn die Distribution an vielen Stellen gestört werden könnte; hier etwa durch unterlassenes Verbreiten auf der Pinnwand, Löschung von derselben oder einen kritischen Kommentar.

## *5.4 Methodenreflexion*

Intersektionalität als Mehrebenenanalyse verfolgt den hohen Anspruch, komplexe gesellschaftliche Konstrukte zu untersuchen und deren Vielschichtigkeit und Komplexität gerecht zu werden. Die Berücksichtigung von Identitäts-, Repräsentations- und Strukturebene soll dabei den paradigmatischen Zwist zwischen Mikro- und Makrosoziologie aufheben und zudem Erkenntnisse aus poststrukturalistischen Theorien produktiv einbeziehen. Gleichzeitig verweist das Anliegen, eine Vielzahl von sozial relevanten Differenzkategorien zu untersuchen, auf eine soziale „Wirklichkeit“, in der hierarchische Herrschafts- und Machtverhältnisse sich überkreuzen und nicht einfach addiert werden können und bei dem nicht eine Differenz als die entscheidende betrachtet wird. Die Umsetzung dieser Ansprüche konnte hier zumindest ansatzweise gelingen und hat dabei anregende Anstöße für die Realisierung dieser Arbeit und daraus resultierende Einsichten gegeben.

Die Reihenfolge der Analyseschritte wurde gegenüber der Empfehlung, mit der Identitätsebene zu beginnen, verändert. Die Selbstdarstellungen auf den sozialen Netzwerkseiten werden unmittelbar durch die strukturellen Vorgaben eingeschränkt und beeinflusst. Daher setzte die empirische Untersuchung zuerst bei der Struktur der Communities an, um eine Ausgangsbasis für die Untersuchungen auf der Identitäts- und Repräsentations-

ebene zu schaffen. Dabei wurde die induktive Sammlung relevanter (Identitäts-)Kategorien auf die Strukturebene vorverlegt (vgl. die Ergebnissammlung in 4.1.8), da die individuelle Identifizierung der Nutzer_innen überwiegend auf dem Rückgriff auf diese Vorgaben beruht.

Die „praxeologischen" Ansätzen von Intersektionalität als Mehrebenenanalyse (Degele/ Winker 2007a; 2007b) trugen dazu bei, der Forschung eine logische Struktur zu geben, das praktische empirische Vorgehen zu planen und zu ordnen. Der Beschäftigung mit dieser Methodologie während Planung, Durchführung und Auswertung des empirischen Teils dieser Arbeit entsprangen dabei viele nützlichen Ideen. Die methodologischen Überlegungen boten einen praktikablen Rahmen, wenngleich sich nicht bei jedem Arbeitsschritt die Vorschläge unmittelbar in konkrete Handlungsanweisungen für das eigene Setting übertragen ließen.

In der konkreten Anwendung erwies sich die Zuordbarkeit von empirischem Material zu den drei Analyseebenen nicht immer als einfach: Die analytische Trennung war in der empirischen Praxis nicht in jedem Fall ganz einhaltbar. Zwar wurde versucht, schon beim Zusammentragen der relevanten Daten eine Trennung entlang der drei Ebenen vorzunehmen, dies war jedoch nur bedingt möglich. So fanden sich etwa bei der Untersuchung der Community-Strukturen zahlreiche kulturelle Symbole, die der Repräsentationsebene zuordbar sind. Gleichzeitig stellte sich der Eindruck ein, dass das, was sich in der „technischen" Struktur der Programmierung wieder fand, durch Identitätskonstruktionen und Anschauungen aus der Erfahrungswelt der Programmierer_innen gespeist war. – Für das Zusammentragen und -denken dieser Ebenen und ihrer Verflochtenheit drängt sich daher eine diskurstheoretisch inspirierte Perspektive auf, die teilweise in die Auswertung, Interpretation und Diskussion schon eingeflossen ist, auf jeden Fall bei künftigen Studien bedacht werden sollte.

Eine Stärke von Intersektionalität als Mehrebenenanalyse kann es sein, die Wechselwirkungen von Kategorien und Ebenen zueinander und untereinander zu untersuchen (vgl. Degele/ Winker 2007a: 14). Im Falle dieser Studie gelang dabei der Zugang zu den Wechselwirkungen der Ebenen untereinander sowie das Verhältnis von Ebenen und Kategorien wesentlich anschaulicher, als die Analyse der Verschränkungen der einzelnen Kategorien untereinander.

In dieser Arbeit war der Umgang von User_innen von Online-Communities mit verschiedenen Kategorien, und der Beitrag dessen zur Konstruktion von Identitäten, weitestgehend erfassbar und darstellbar. Allerdings lassen sich dadurch nur bedingt valide Rückschlüsse auf die persönliche Relevanz sozialer Kategorien für Einzelne (wie für die Gesamtheit der Community-Population) schließen. Die durch die verwendete Methode generierten Ergebnisse dieser Studie bieten diesbezüglich aber in jedem Fall unmittelbare Anknüpfungspunkte für weitere Forschung (siehe auch 5.5).

## *5.5 Abschließende Worte*

Soziale Netzwerkseiten stellen keine abgekoppelte Parallelwelt dar. Die in Selbstdarstellungsprofilen repräsentierten Identitäten mögen von denen ihrer Ersteller_innen abweichen, komplett neue oder andere Identitäten finden sich hier jedoch kaum. – Herrschaftsverhältnisse und Differenzkategorien, die außerhalb des Internet wirkmächtig sind, scheinen auch

in Online-Communities relevant zu sein. Für spielerisch orientierte Formen von Webdiensten (z.B. World of Warcraft), bestimmte anonyme Chaträume oder virtuelle 3-D-Welten (wie etwa Second Life) mag dies nicht oder nur eingeschränkt gelten, doch in Gemeinschaften wie StudiVZ, MySpace und Facebook lässt sich festhalten, dass Authentizität eine entscheidende Norm für die Selbstdarstellungen darstellt. Identität wird entlang von bestehenden – also diskursiv wirkmächtigen – Differenzkategorien konstruiert; online wie offline. Dabei wird auf strukturelle oder institutionelle Vorgaben zurückgegriffen, die eng mit gesellschaftlich bedeutsamen Differenzachsen verbunden sind (vgl. 4.1.8[45], 4.2.3.1, 5.1). Wobei deutlich wurde, dass diese Differenzierungen mit Hierarchisierungen einhergehen: So wird Heterosexualität als Norm sexueller Orientierungen gefestigt (sichtbar durch die Präsentation „gegengeschlechtlicher" Nutzer_innen bei der MySpace-Mitgliedersuche), ein schlanker und sportlicher Körper stellt sich als einzig thematisierbare Aussehensform dar (vgl. 5.3) und Alte wie Minderjährige werden von der Nutzung sozialer Netzwerkseiten ausgeschlossen (5.1). Positionierungen, die aufgrund ihrer Abweichung von hegemonialen Normen eine Stigmatisierung (vgl. 2.1.2) nach sich ziehen könnten, scheinen in der Regel vermieden zu werden. Textlich sichtbar sind (fast ausschließlich) weiß, hetero, hochschulgebildet, schlank oder sportlich identifizierte Nutzer_innen.

Es gibt kaum eine soziale Differenzkategorie, zu der auf den Profilseiten *keine* Angabe gemacht werden kann, wobei es Unterschiede zwischen den einzelnen Communities gibt (vgl. u.a. 4.1.4). Völlig tabuisiert bleibt die Kategorie Gesundheit/Körperliche Befähigung. Bei der Fülle von Differenzachsen fällt auf, dass „Geschlecht" die einzig durchgängig angegebene Kategorien ist. Nutzer_innen nehmen durchweg die binären geschlechtlichen Identifizierungsangebote an, ohne sich aber insgesamt besonders intensiv mit der Geschlechtsidentität auseinander zu setzen. Zumindest explizit wird sich recht selten auf die Kategorie Geschlecht bezogen. Die diskursiv hegemoniale „Wahrheit" von Zweigeschlechtlichkeit scheint als selbstverständlich empfunden zu werden und möglicherweise auch als notwendig. Butler weist darauf hin, dass eine kognitive geschlechtliche Identifizierbarkeit eines Gegenübers gegenwärtig eine Voraussetzung für dessen persönliche Identifizierung sei (vgl. 2.2.1). Die bei MySpace und StudiVZ verpflichtende und bei Facebook freiwillig vollzogene Angabe des Geschlechts erfüllt demnach ihren Zweck der Herstellung von Geschlechter-Intelligibilität (Butler 1991: 37f.; vgl. 2.2.1).

Das empirische Rekonstruieren von Identitätskonstruktionen hat verdeutlicht, dass Technik und soziale Differenzierung (hier) eng miteinander verknüpft sind. Vorgaben, die als „technisch" erscheinen, berufen sich auf Diskurse, Normen und Stereotype zu sozialen Kategorien und tragen gleichzeitig zu deren fortbestehender Narration und Weiterverbreitung bei. So lässt sich die Verwendung von Single-Choice-Abfragen zu Geschlecht („männlich" oder „weiblich") in den Eingabemasken für Datenbanken mit Diskursen zur vermeintlich naturgegebenen Zweigeschlechtlichkeit in Verbindung bringen. Während Programmierer_innen möglicherweise ihrer Arbeit ein binäres Geschlechterbild zugrunde legen, kann umgekehrt die Sichtbarkeit binärer Kategorien im Netz ein solches, dichotomes Weltbild noch

(45) An dieser Stelle wurde aufgezeigt, dass die in den untersuchten Online-Communities vorgegebenen Kategorien weitestgehend mit den von Degele und Winker (2007a) empirischen rekonstruierten Differenzkategorien übereinstimmen.

verstärken.[46]

Warum sich Nutzer_innen so darstellen, wie sie sich darstellen, kann diese Studie im Detail nicht beantworten. Auch darauf, was die Profile für die Nutzer_innen bedeuten, welches Verhältnis sie zu diesen haben und wie gezielt sie Angaben zu bestimmten Kategorien gemacht haben bleibt ungeklärt. An diese Fragen könnten sich zukünftige Forschungen – etwa mit qualitativen Befragungen – anschließen. Interviews könnten genauere Erkenntnisse darüber generieren, welche Bedeutungen einzelne Differenzachsen für Mitgliedern von Online-Communities haben, wie diese gekreuzt und verknüpft sind sowie welche Ziele mit den Angaben verfolgt werden. Mögliche Subversionen sind bei der Beschränkung auf die Analyse von Daten aus den Communities nur bedingt herauszuarbeiten.

Interessant könnten sein, den scheinbaren Widerspruch von simultaner An- und Abwesenheit von Differenzen stärker zu vertiefen. Insbesondere bei den Kategorien Gender und Ethnizität entstand der Eindruck, dass diese auf den Profilen gleichzeitig sichtbar wie versteckt beziehungsweise unerwähnt blieben. Wenngleich alle User_innen sich als „männlich" oder „weiblich" identifizierten und nach herrschenden Deutungsmustern ebenso auf ihren Fotos erkennbar waren, schien Geschlecht selten besonders betont oder thematisiert zu werden. Eine stärkere Wirkmächtigkeit als im Sinne einer bewussten Identifikationskategorie entfaltet das Geschlecht in den Profilen offensichtlich hinsichtlich von Begehrensstrukturen und -prozessen. „Mann" und „Frau" stellen sich hier als Referenzpunkte für eine überwiegend heteronormativ geprägte Begehrensökonomie dar: Die eigene Seite in der Community wird – zumindest zu einem großen Teil – auch als potentielles Dating-Profil verstanden, bei dem sich für die Mitglieder die Frage zu stellen scheint, wie ein/e mögliche/r Partner_in wohl die Darstellung auffassen könnte. Interaktiv wird hier der „Marktwert" innerhalb des Netzwerkes ausgehandelt. Bewertungen durch andere („Are YOU SEXY?"; Are You Interested?" u.a.; vgl. 4.2.3.1) tragen zu einer Neoliberalisierung von Beziehungen bei (vgl. 5.2).

Hinsichtlich der Kategorie Ethnizität fällt auf, dass diese nur von Nutzer_innen mit Migrationserfahrung auf die eigene Identität bezogen thematisiert wird. Entgegen eines hegemonialen Diskurses definieren diese sich jedoch nicht als benachteiligt oder defizitär, sondern betonen im Gegenteil ihre Mehrsprachigkeit, transnationale Netzwerke und interkulturelle Erfahrungen (vgl. 4.2.3.1). Deutlich wird an dieser Stelle jedoch der Kreuzungspunkt mit der Differenzlinie „Klasse", da es sich hier offensichtlich um ökonomisch Privilegierte mit Hochschulzugang handelt. Identifizierungen werden dabei nicht starr und binär vorgenommen, sondern oftmals als hybride und mehrschichtig (vgl. ebenda). Stuart Halls Begriff der Hybridität (vgl. Hall 2004b) kommt dabei besonders schön in der Gruppe zum Ausdruck, zu der sich ein Facebook-Nutzer zugehörig zeigt: „SaudiDAD+ForeignMOM=SaudiWhatEver" (FB08). Auf der „anderen" Seite fordern die nicht textualisierte Zugehörigkeit zur Mehrheitskultur und die unkommentierte Positionierung vieler MySpace-Mitglieder als „weiß" geradezu dazu auf, dies in kommenden Arbeiten durch die Brille von Critical Whiteness Studies (vgl. Schramm 2005) zu betrachten.

(46) Zur „Ko-Konstruktion" von Technik und Gender, auf die im Rahmen dieser Arbeit leider nicht ausführlicher eingegangen worden konnte vgl. Bath (2003) sowie Faulkner (2001).

Die These Stegbauers (2001:42; vgl. 2.3.2), die virtuelle Vernetzung würde zu Herausbildung und Stärkung von „Spezialkulturen“ führen, kann durch diese Studie bestätigt werden. Bei vielen Nutzer_innen scheint eine subkulturelle oder interessengebundene Gruppenzugehörigkeit konstitutiv für die Konstruktion der eigenen Identität über die Selbstdarstellung in Online-Communities zu sein. Während oft kaum bis keine (tiefe) Auseinandersetzung mit Geschlecht oder Nationalität stattfindet, identifizieren sich User_innen etwa als Gothics, Skater oder David-Hasselhoff-Fans. Daraus eine Verdrängung von tradierten Zugehörigkeiten und Identitäten zu schließen, wäre aber verfrüht. Die Freiwillige Feuerwehr (MS05) trägt noch immer ebenso zur Vergemeinschaftung bei, wie der Sportclub (SVZ04), die Familie (MS01), der Beruf (FB04), politische Orientierung (FB03) gemeinsames Spielen (FB05) oder gemeinschaftlicher Drogenkonsum (FB10). Und auch Freundschaft, Wohnort oder Generation scheint für die Zusammengehörigkeit eine große Rolle zu spielen (vgl. 4.2.3.2). An selber Stelle wurde deutlich, dass nicht nur Inklusion, sondern auch Exklusion einen Beitrag zur Konstruktion von Identitäten leistet. Auch wenn Gruppennamen wie „Griechen sind meine Lieblings-Ausländer :-)“ vorgeben, nicht ganz ernst gemeint zu sein, weisen sie doch auf die „zentrale Spaltung“ (Degele/Winker 2007a: 9) in „Wir“ und „die Anderen“ hin. – In der individualisierten Form der Profilseite, verschiebt sich diese zum Teil zur Spaltung zwischen „Ich“ und den „Anderen“. Immer wieder wird dabei auch Bezug auf kollektive Identitäten („Wir sind Oberschlesier und keine Polen“; SVZ10) genommen. Und an einigen Stellen lässt sich beobachten, wie kollektive und individuelle Identitäten ineinander überlaufen, wenn etwa individuelle Identitäten kollektiviert werden (beispielsweise durch Gruppen – hier im StudiVZ – wie: „[Geburtsdatum] -- das Schaerfste der Schoepfung ;o)“ oder „The [Nachname] connection“).

Das „Ich“ oder „Wir“ wird immer in Abgrenzung zu den „Anderen“ hergestellt, aber einige andere sind immer auch Teil einer eigenen kollektiven Identität, so dass „Me and the Others“ verschwimmen, durch gleichzeitige Vereinnahmungen und Abgrenzungen. Die Identität ist kein abgeschlossener, einheitlicher und kohärenter Zustand, sondern ein Prozess, der aus „unendlichen Schichten“ (vgl. 2.2.2) besteht, die während ihrer Konstruktion zerfließen. „Me and the Others“ benötigen sich zur gegenseitigen Erschaffung und sind somit auch immer Teil von einander. Vielleicht sind unsere materiellen, körperlichen Hüllen vordiskursiv existent, Bedeutungen müssen ihren Identitäten jedoch erst eingeschrieben werden.

# 6 Literaturverzeichnis

**Angerer, Marie-Luise (1996):** A Delirious Resurrection − Körper. Technologien. Geschlecht, in: Frankfurter Frauenschule / SFBF e.V. [Hrsg.], Materialität, Körper, Geschlecht, Frankfurt am Main, S. 31-68

**Bath, Corinna (2003):** Einschreibungen von Geschlecht. Lassen sich Informationstechnologien feministisch gestalten?, in: dies./Weber, Jutta [Hrsg.]: Turbulente Körper, soziale Maschinen. Feministische Studien zur Technowissenschaftskultur, Opladen

**Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (1995):** Individualisierung in modernen Gesellschaften − Perspektiven und Kontroversen einer subjektorientierten Soziologie, in: dies. [Hrsg.]: Riskante Freiheiten, Frankfurt am Main, S. 10-39

**Becker, Barbara/Hüls, Christian (2004):** Zwischen Allmacht und Ohnmacht. Spielräume des „Ich" im Cyberspace, in: Thiedeke, Udo [Hrsg.], Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken, Wiesbaden, S. 170-192

**Bechmann, Oliver (2006):** Virale Vermarktung von Online-Plattformen. Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Saarbrücken

**Becker, Barbara/Paetau, Michael [Hrsg.] (1997):** Die Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung, Frankfurt am Main

**boyd, danah (2006a):** Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community Into Being on Social Network Sites, in: First Monday 11:12, December [http://www.danah.org/papers/FriendsFriendsterTop8.pdf − abgerufen am 27.11.2007]

**boyd, danah (2006b):** Identity Production in a Networked Culture. Why Youth Heart MySpace, Vortragsmanuskript, gehalten bei der American Association for the Advancement of Science (19. Februar 2006), St. Louis, MO [http://www.danah.org/papers/AAAS2006.html − abgerufen am 10.12.2007]

**boyd, danah (2007):** Viewing American class divisions through Facebook and MySpace. Apophenia Blog Essay. June 24 . [http://www.danah.org/papers/essays/ClassDivisions.html − abgerufen am 27.11.2007]

**boyd, danah (2008):** Why Youth ♥ Social Network Sites. The Role of Networked Publics in Teenage Social Life, in: Buckingham, David: Youth, Identity, and Digital Media. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning, The MIT Press, Cambridge, S. 119–142

**boyd, danah/Ellison, Nicole (2007):** Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11. [http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html − abgerufen am 27.11.2007]

**boyd, danah/Heer, Jefrey (2006):** Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster, in: Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-39), Persistent Conversation Track, Kauai, [http://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf − abgerufen am 27.11.2007]

**Bublitz, Hannelore (2002):** Judith Butler zur Einführung, Hamburg

**Butler, Judith (1991):** Das Unbehagen der Geschlechter, Frankfurt am Main

**Butler, Judith (1995):** Gender is burning. Fragen der Aneignung und Subversion, in: dies.: Körper von Gewicht. Die diskursiven Grenzen des Geschlecht, Berlin, S. 163-188

**Carstensen, Tanja (2008):** Gender Trouble im Web 2.0. Sexismus, Homophobie, Antifeminismus und Heteronormativität im neuen alten Internet, 10.01.2008 [http://www.feministisches-institut.de/web2_0.html − abgerufen am 14.01.2008]

**Castro Varela, María do Mar und Gutiérrez Rodríguez, Encarnación (2000):** Queer Politics im Exil und in der Migration, in: question [Hrsg.]: Queering Demokratie: Sexuelle Politiken, Berlin, S. 100-112

**Christensen, Neil Blair (2003):** Inuit in Cyberspace. Embedding Offline Identities Online, Kopenhagen

**Combahee River Collective (1983) [1977]:** The Combahee River Collective Statement, in: Smith, Barbara Home Girls, A Black Feminist Anthology, New York, S. 272-282 [hier: http://circuitous.org/scraps/combahee.html − abgerufen am 16.01.2008]

**Daneback, Kristian (2006):** Love and sexuality on the internet, Göteborg

de Lauretis, Teresa (1993): Der Feminismus und seine Differenzen, in: Feministische Studien, 11. Jg., Nr. 2, Kritik der Kategorie ‚Geschlecht', Weinheim, S. 96-102

**Degele, Nina (2002):** Einführung in die Techniksoziologie, München

**Degele, Nina/Winker, Gabriele (2007a):** Intersektionalität als Mehrebenenanalyse, eingereicht bei der Zeitschrift für Soziologie, unveröffentlichtes Manuskript

**Degele, Nina/Winker, Gabriele (2007b):** Praxeologisch differenzieren. Ein Beitrag zur intersektionalen Gesellschaftsanalyse, unveröffentlichtes Manuskript

**Deleuze, Gilles/Guattari, Félix (1976):** Kafka. Für eine kleine Literatur, Frankfurt am Main

**Döring, Nicola (2000):** Geschlechterkonstruktionen und Netzkommunikation, in: Thimm, Caja [Hrsg.]: Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet, Obladen/Wiesbaden, S. 182-207

**Döring, Nicola (2003):** Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen, Göttingen

**Dorer, Johanna (2002):** Internet and the Construction of Gender: Female Professionals and the Process of Doing Gender, in: Consalvo, Mia/Paasonen, Susanna [Hrsg.]: Women & Everyday Uses of the Internet. Agency & Identity, New York, S. 62-89

**Ellison, Nicole et al. (2007):** A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network, unveröffentlichtes Manuskript, eingereicht bei CHI 2007 [http://www.msu.edu/%7Esteinfie/CHI_manuscript.pdf – abgerufen am 23.01.2008]

**Erikson, Erik H. (1973):** Identität und Lebenszyklus, Frankfurt am Main

**Faulkner, Wendy (2001):** The Technology Question in Feminism. A View from Feminist Technology Studies, in: Women's Studies International Forum, Vol. 24, No. 1, S. 79-95

**Fenstermaker, Sarah/West, Candace (2001):** ‚Doing Difference' revisited. Probleme, Aussichten und der Dialog in der Geschlechterforschung, in: Heintz, Bettina [Hrsg.]: Geschlechtersoziologie. Sonderheft 41/2001 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, S. 236-249

**Fritsch, Hagen (2006):** StudiVZ - Inoffizielle Statistiken vom Dezember 2006 [http://studivz.irgendwo.org/ - abgerufen am 18.01.2008]

**Foucault, Michel (1992):** Was ist Kritik?, Berlin

**Foucault, Michel (1998):** Die Ordnung der Diskurse, Inauguralvorlesung am Collège de France, 2. Dezember 1970, Frankfurt am Main, S. 9-25

**Funken, Christiane (2004a):** Selbstvergewisserung im virtuellen Raum. Zur Konstruktion von Identitäten im Internet, in: Heike Kahlert/Claudia Kajatin [Hrsg.]: Arbeit und Vernetzung im Informationszeitalter. Wie neue Technologien die Geschlechterverhältnisse verändern, Frankfurt am Main, S. 299-314

**Funken, Christiane (2004b):** Female, Male, Neuter, Either: Gibt es ein Geschlecht im Cyberspace?, in: Thiedeke, Udo [Hrsg.], Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken, Wiesbaden, S. 193-211

**Giddens, Anthony (1996):** Leben in einer posttraditionellen Gesellschaft, in: Ulrich Beck/Ders./Scott Lash, Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse, Frankfurt am Main, S. 113-194

**Goffman, Erving (1967):** Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität, Frankfurt am Main

**Hall, Stuart (2004a):** Wer braucht ‚Identität', in: ders.: Ideologie, Identität, Repräsentation, Ausgewählte Schriften 4, Hamburg, S. 167-187

**Hall, Stuart (2004b):** Die Frage des Multikulturalismus, in: ders.: Ideologie, Identität, Repräsentation, Ausgewählte Schriften 4, Hamburg, S. 188-227

**Haraway, Donna (1995a):** Ecce Homo. Bin ich nicht eine Frau und un/an/geeignet anders: Das Humane in einer posthumanistischen Landschaft, in: dies.: Monströse Versprechen. Coyote-Geschichten zu Feminismus und Technowissenschaft, Hamburg, S. 118-135

**Haraway, Donna (1995b):** Ein Manifest für Cyborgs. Feminismus im Streit mit den Technowissenschaften, in: dies.: Die Neuerfindung der Natur, Frankfurt am Main, S. 33-72

**Haraway, Donna (1995c):** Im Streit um die Natur der Primaten. Auftritt der Töchter im Feld des Jägers 1960-1980, in: dies.: Die Neuerfindung der Natur, Frankfurt am Main, S. 123-159

**Hardt, Dick (2005):** Identity 2.0 – Vortrag auf der OSCON 2005 [Videodokumentation http://identity20.com/media/OSCON2005 – abgerufen am 26.04.2008]

**Hargittai, Eszter (2007):** Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 14. [http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/hargittai.html – abgerufen am 27.11.2007]

**Heinrichs, Gesa (2000):** Selbstverlust im Cyberspace? Virtuelle Erfahrungsräume als Herausforderung für Identitäts- und Bildungstheorie in der Postmoderne, in: Sönke Abeldt et. al.: „... was es bedeutet, verletzbarer Mensch zu sein". Erziehungswissenschaft im Gespräch mit Theologie, Philosophie und Gesellschaftstheorie, Mainz, S. 483-494

**Jagose, Annamarie (2001):** Queer Theory: Eine Einführung, Berlin

**Jungwirth, Ingrid (2007):** Zum Identitätsdiskurs in den Sozialwissenschaften. Eine postkolonial und queer informierte Kritik an George H. Mead, Erik H. Erikson und Erving Goffman, Bielefeld

**Kammerl, Rudolf (2005):** Internetbasierte Kommunikation und Identitätskonstruktion. Selbstdarstellungen und Regelorientierungen 14- bis 16-jähriger Jugendlicher, Hamburg

**Lenhart, Amanda/Madden, Mary (2007):** Teens, Privacy & Online Social Networks. How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace, in PEW Internet & American Life Project, Washington D.C. [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Privacy_SNS_Report_Final.pdf – abgerufen am 23.01.2008]

**Liu, Hugo (2007):** Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 13 [http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/liu.html – abgerufen am 23.01.2008]

**Lüders, Jenny (2007):** Ambivalente Selbstpraktiken, Eine Foucault'sche Perspektive auf Bildungsprozesse in Weblogs, Bielefeld

**mädchenblog (2006):** der unterstrich (_), Blogessay vom 22. Juni 2006 [http://maedchenblog.blogsport.de/2006/06/22/der-unterstrich/ – abgerufen am 17.11.2007]

**Manning, Philip (1992):** Erving Goffman and Modern Sociology, Cambridge

**Marotzki, Winfried (2000):** Transformationen der Identität. Einige anthropologische und ethische Dimensionen angesichts neuer technologischer Herausforderungen, in: Sönke Abeldt et. al.: „... was es bedeutet, verletzbarer Mensch zu sein". Erziehungswissenschaft im Gespräch mit Theologie, Philosophie und Gesellschaftstheorie, Mainz, S. 472-482

**Meuser, Michael (2004):** Nichts als alter Wein in neuen Schläuchen? Männlichkeitskonstruktionen im Informationszeitalter, in: Heike Kahlert/Claudia Kajatin [Hrsg.]: Arbeit und Vernetzung im Informationszeitalter. Wie neue Technologien die Geschlechterverhältnisse verändern, Frankfurt am Main, S. 73-93

**Nardi, Bonnie A. et al. (2004):** Why We Blog, in: Communications of the ACM, Vol. 47, No. 12, Dezember 2004, New York, S. 41-46

**Paasonen, Susanna (2002):** Gender, Identity, and (the Limits of) Play on the Internet, in: Consalvo, Mia/Paasonen, Susanna [Hrsg.], Women & Everyday Uses of the Internet. Agency & Identity, New York, S. 21-43

**Platon (1960):** Das Gastmahl, Hamburg

**Preece, Jenny (2001):** Online Communities. Designing Usability, Supporting Sociability, Chichester

**Rheingold, Howard (1994):** Der Alltag in meiner virtuellen Gemeinschaft, in: Faßler, Manfred/Halbach, Wulf R. [Hrsg.], Cyberspace. Gemeinschaften, Virtuelle Kolonien, Öffentlichkeiten, München, S. 95-122

**Roesler, Silke (2007):** Identity Switch im Cyberspace. Eine Form von Selbstinszenierung, Frankfurt am Main

**Sampson, Edward E. (1985):** The Decentralization of Identity. Toward a Revised Concept of Personal and Social Order, in: American Psychologist, Vol. 40, No. 11, Los Angeles, S. 1203-1211

**Schmieder, Jürgen (2007):** Soziale Netzwerke – Kampf der Ideologien, in Süddeutsche Zeitung vom 18.09.2007, München [zitiert nach: http://www.sueddeutsche.de/computer/artikel/224/119081/ – abgerufen am 24.01.2008]

**Schramm, Katharina (2005):** Weißsein als Forschungsgegenstand. Methodenreflexion und ‚neue Felder' in der Ethnologie, in: Maureen Maisha Eggers et. al. [Hrsg.]: Mythen, Masken und Subjekte. Kritische Weißseinsforschung in Deutschland, Münster

**Schröter, Susanne (1997):** Geschlecht – Konstrukt – Identität. Kritische Annäherungen an einen feministischen Diskurs, in: Schein, Gerlinde/Strasse, Sabine [Hrsg.]: Intersexions. Feministische Anthropologie zu Geschlecht, Kultur und Sexualität, Wien, S. 111-145

**Smith, Justin (2007):** Facebook users add 65 million apps in first month - average of 2.5 per person, in: Inside Facebook [Weblog], Juni, [http://www.insidefacebook.com/2007/06/27/facebook-users-add-65-million-apps-in-first-month-average-of-25-per-registered-user/ – abgerufen am 10.01.2008]

**Stegbauer, Christian (2001):** Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen, Wiesbaden

**Thelwall, Michael (2008):** Social networks, gender and friending: An analysis of MySpace member profiles. Social networks, gender and friending. An analysis of MySpace member profiles, Journal of the American Society for Information Science and Technology – unveröffentlichtes Manuskript [http://www.scit.wlv.ac.uk/%7Ecm1993/papers/MySpace_preprint.doc%20 – abgerufen am 23.01.2008]

**Thimm, Caja [Hrsg.] (2000):** Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet, Obladen/Wiesbaden

**Trinh T. Minh-ha (1986):** Introduction; Difference – A Special Third World Women Issue, in: Mueller, Roswitha et al. [Hrsg.]: Discourse 8, Milwaukee, S. 3-37

**Trinh T. Minh-ha (1989):** Unendliche Schichten/ Dritte Welt?, unveröffentliche Übersetzung von Birgit Bauer (basierend auf einem Auszug aus Min-ha, Trinh T. 1986)

**Turkle, Sherry (1998):** Leben im Netz. Identitaet in Zeiten des Internet, Reinbek bei Hamburg

**Turkle, Sherry (1986):** Die Wunschmaschine. Der Computer als zweites Ich, Reinbek bei Hamburg

**User Interface Designg GmbH [uiDesign] (2008):** Internationale Web 2.0 Studie über MySpace. [http:/

/www.uidesign.de/index.php?article_id=365&clang=0 – abgerufen am 21.02.2008]

**Westermayer, Till (2007):** Wechsel nicht möglich. Der Fall Flickr: Soziale Netzwerke als Ware, in: Telepolis (20.06.2007) [http://www.heise.de/bin/tp/issue/r4/dl-artikel2.cgi?artikelnr=25536&zeilenlaenge=72&mode=html – abgerufen am 28.07.2007]

**Willand, Ilka (2002):** Chatroom statt Marktplatz. Identität und Kommunikation zwischen Öffentlichkeit und Privatheit, München

**Zurawski, Nils (2000):** Sprache, Repräsentation und Ethnizität im Cyberspace, in: Thimm, Caja [Hrsg.]: Soziales im Netz. Sprache, Beziehungen und Kommunikationskulturen im Internet, Obladen/Wiesbaden, S. 208-219

# Anhang

# *A.1 Ehrenwörtliche Erklärung*

Ich versichere hiermit ehrenwörtlich, dass ich meine vorliegende Abschlussarbeit selbstständig verfasst habe und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel – insbesondere keine im Quellenverzeichnis nicht benannten Internet-Quellen – benutzt habe.

Die Arbeit wurde vorher nicht in einem anderen Prüfungsverfahren eingereicht und die ingereichte schriftliche Verfassung entspricht der auf dem elektronischen Speichermedium.

Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quellen kenntlich gemacht.

Hamburg, den 01. Mai 2008

*(Henning Wötzel-Herber)*

**Erläuterungen zum Titelbild**

Das Titelblatt zeigt frei lizensierte Bilder, die Nutzer_innen der Foto-Community Flickr mit dem „tag“ – also Etikett – „Me“ versehen haben. Die Titelgrafik wurde online über den „Mosaic Maker“ (http://bighugelabs.com/flickr/mosaic.php) am 08.08.2007 generiert. Die Bilder sind die letzten 25, zu diesem Zeitpunkt bereitgestellten Bilder mit dem tag „Me“.

# *A.2 Zusammenfassungen der Selbstdarstellungsprofile*

Im Folgenden sind alle, im Laufe der empirischen Untersuchung entstandenen Zusammenfassungen der Selbstdarstellungsprofile dokumentiert. Sie dienen zur Dokumentation und zum „Nachschlagen“ von in dieser Arbeit Zitaten.

## A.2.1 MySpace-Profile

**MS01: † painful_dead † – Zusammenfassung**

29 Jahre, männlich, 1618 Freunde, 1231 Kommentare

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Sexuelle Orientierung (Hetero), Figurtyp (183cm / Sportlich), Volkszugehörigkeit (Weiß), Religion (Atheist), Rauchen/Trinken (Ja / Ja), Beruf (Büroschlampe - Libertin - Freidenker)

Intensiver Nutzer von MySpace (1618 Freunde, 1231 Kommentare, Nutzung der Blog-Funktion)

In den Kommentaren: Bandwerbung; Konzerttermine; Danksagungen für das Hinzufügen als MySpace-Freund „danke fürs adden“; persönliche Grüße „na mein lieber wie schauts aus bei euch alles jut? las mal wieder was von dir hören lg“ / „knutschi zurück, mein bester ;) [...] fotos sind geil geworden, oder? greetzi“ / „bald sehn wir uns wieder... schapätestens zu oirer hochzeit =)))“; Elektronische Grußkarten, z.B. mit Lackstiefelmotiv und dem Text „Lick my boots and have a Happy New Year“ oder „Happy Fucking Christmas!“

>> veränderes Layout: schwarz

>> Mögliche Widersprüche: „Subkultur“ (SM, Musik, Party) versus „traditionelle Werte“ („meine kleine Familie mit Hund“)

**MS02: Älice – Zusammenfassung**

19 Jahre, weiblich, 136 Freunde, 338 Kommentare

*Aussehen/Figur* (Hier findet eine kritisch, ironische Auseinandersetzung statt: So gibt es etwa einen Fotovergleich des eigenen Fotos mit denen von Prominenten, dass über die Webseite myHeritage.com erstellt worden ist und bei dem hochgeladene Fotos automatisch mit denen von Stars und Sternchen verglichen werden. Unter „Helden“ finden sich Fotos von extrem schlanken Fotomodells. Dazu hat die userin einen Film online gestellt, der sich mit Anorexie auseinandersetzt und schreibt dazu: „Ein Video von ‚Don't die for a Diet‘, was einige Teile von Pro-Ana preisgibt. Ich finde das Video gut und es macht mir Angst. Ich habe mich dazu enschieden, es auf meine Seite zu tun, um mich von so etwas klar zu distanzieren, auch wenn ich keine grundsetzliche Kontra-Ana bin. Schaut es euch mal an.“ Als Stimmung hat sie „hungrig“ angegeben.)

Details, Allgemein: „lesen, Musik, herumlaufen, fotografieren, nachdenken, beobachten, tanzen, schreiben, Konzerte, Spaß haben“; Angaben über Lieblingsmusik (Rock, Elektro, Indiepop), Filme, Fernsehen: „nie“, Bücher [unter anderem Kafka, Sartre]

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Status: In einer Beziehung, Rauchen/Trinken: Ja / Ja, Kinder: Irgendwann

Motto: „Ich weiß nicht, ob ich mich nostalgisch fühle, oder nur auf die Toilette muss.“

>> veränderes Layout: rosa, grün

>> Schönheit und Schlankheit versus „Schlankheitswahn“

**MS03: Bexen – Zusammenfassung**

25 Jahre, männlich, 449 Freunde, 53 Kommentare

*Sportlichkeit/Körper* (Skatboardfahren steht ihm Mittelpunkt des Profils. Dieses Thema findet sich auf Fotos – auch schon auf dem Profilbild – wieder, als Lieblingsfilm ist u.a. „Parkour Werbung und Reportagen“ angegeben, einige Skate-Videos sind eingebettet und zwei offenbar prominente Skater werden als „Helden“ genannt.)

*Arbeit* (Es findet sich hier detaillierte Angaben von Berufsausbildung, Beruf und Studienfach.)

*(Heterosexuelles) Begehren* (Der Nutzer hat angegeben, Single zu sein und auch ausdrücklich Interesse an „Dating“ bekundet. Neben überwiegend männlichen Skatern, finden sich in der Kontaktliste auch zahlreiche weibliche „Freunde“, mit Pinup-Profilfotos. Dies wird wiederum auch in einem Kommentar von einem anderen „Freund“ aufgegriffen: „Alder, du hast ja nur Tuusen in deiner Freundesliste drinnen! LOL !!!“)

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Status (Single), Hier wegen (Netzwerke, Dating, Ernsthafte Beziehungen, Freunde), Orientierung (Hetero), Figurtyp (172cm / Sportlich), Volkszugehörigkeit (Weiß), Religion (Christ - Andere), Sternzeichen: Krebs, Kinder (Irgendwann), Bildung (Student), Beruf (Industrieelektroniker)

>> veränderes Layout: schwarz

**MS04: Daniel** – Zusammenfassung**

21 Jahre, männlich, 88 Freunde, 75 Kommentare

*Bundeswehr/Beruf* („Ahjo.. ich heiße Daniel, komme aus [Ort] und bin Berufsgammler.. also beim Bund :D Ansonsten gibt es ehrlich gesagt, nicht viel zu sagen. Punkt“)

Angaben zu Lieblinksfilmen, -serien (Komödien, Zeichentrick), -Musik (Rock)

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Status (In einer Beziehung), Hier wegen (Freunde), Orientierung (Hetero), Figurtyp (190cm / Durchschnitt), Volkszugehörigkeit Weiß, Religion (Katholik), Sternzeichen (Waage), Rauchen/Trinken (Nein / Ja), Kinder (Irgendwann), Bildung (Hochschule), Beruf (Soldat / Soldier)

>> veränderes Layout: schwarz, grau

**MS05: DonLevi – Zusammenfassung**

18 Jahre, männlich, 201 Freunde, 125 Kommentare

*Gothic/Mittelalter/Dunkelheit* (Auf eine dementsprechende subkulturelle Zugehörigkeit weisen eigene Fotos sowie die Profilfotos (und Namen) der „Freunde“ hin. Außerdem selbstgedrehte Videos, Banner, Kommentare: „Welches Geheimnis verbirgt sich hinter den Klostermauern von Loudun? Waren die Bräute Gottes wirklich besessen? Wer war die schöne Valentine? Wer war der junge Priester Grandier? [...]“)

*Musik/Party/Konzerte* (Bandvideos sind gepostet, Fotos bei Konzerten oder Parties aufgenommen, Bands sind als Freunde oder über die Rubrik „Lieblingsbands“ verlinkt. Unter Interessen schreibt der Nutzer: „Musik, [...], Party, Dudelsack spielen“)

*Gemeinschaft* (Es gibt Links zu Gothic-Communities. Interessen: „Freunde, Freiwillige Feuerwehr“. Die Kommentaraktivität (z.B. gegenseitige persönliche Grüße) weist darauf hin, dass das Profil vor sehr stark zur Kommunikation und Vernetzung genutzt wird. Ein Kommentar macht explizit deutlich, wie das Profil

innerhalb einer Sub-Community von MySpace dazu beiträgt, das Netzwerk zu verdichten: )

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Status (Single), Orientierung (Hetero), Figurtyp (170cm / Durchschnitt), Sternzeichen (Wassermann), Kinder (Irgendwann), Beruf (Schüler)

>> verändertes Layout: schwarz

**MS06: Dr.Matt Destruction**

16 Jahre, männlich, 139 Freunde, 230 Kommentare

*Musik* (Es gibt einen Link zur eigenen Band-MySpace-Seite, viele Bands werden erwähnt. In den Kommentaren gibt es Lob für das letzte Konzert. Unter „Allgemein“ wird aufgeführt: „listening to music, going to Concerts, [...], making music“, Und in der offenen Rubrik „Über mich“ zusammengefasst: „What can I say about me. Well...I..m one of the million musicians out there, but the difference between them and me is, that I can really play my instrument(s)“.)

*Jugendlichkeit/Coolness/Gemeinschaft* (Allgemein: „meeting friends“, Über mich: „I..m in this myspace world to find people, who believe in the phrase: ‚cool kids can..t die!‘ If you agree with me, you pass the first step to become one of my great friends.“, Kommentaraktivität)

Interessen: Angaben zu Filmen, Fernsehen, Bücher, Gruppen, Helden, Wen ich gerne kennen lernen würde (Actually everbody, who can identify himself with this phrase: "cool kids can..t die")

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Status (In einer Beziehung), Hier wegen (Freunde), Orientierung (Hetero), Sternzeichen:
Stier, Kinder (Irgendwann), Bildung (Gymnasium), Beruf (Pupil)

**MS07: Jutta – Zusammenfassung**

50 Jahre, weiblich, 225 Freunde, 364 Kommentare

*Fandom* (Wen ich gerne kennen lernen würde: „David Hasselhof Chris Mirell, Carsten Gronholz“, Fotos, Viedos, Filme: „Mystery-Thriller, Lovestorys und alle Filme mit David!“, Fernsehen: „Ich schaue gern ‚Daily-Soaps‘, Navy CIS, CSI, CSI-NY, Criminal Intent, Law and Order, Dr. House, Krimis und alle Serien mit David!“, Freundesliste)

*Musik* („Alles was sich toll anhört! Egal ob Schlager, Pop, Rock oder Jazz! Z.B. "Chris Mirell, John David Gale, David Hasselhoff und Carsten Gronholz!“)

*Gemeinschaft/Generation* (Das Profil scheint dazu genutzt zu werden, Kontakt zu den „Stars“ zu halten und sich mit anderen Fans auszutauschen oder Grüße zu verschicken, bzw. zu empfangen. Unter den Top Friends“ befinden sich die Profilseiten der unter musikalischen Idole und auffällig viele etwa gleichaltrige, überwiegend weiblich identifizierte „Freunde“, von denen viele offenbar auch Fans der selben Musiker sind.)

Über mich: „Meine Hobbys sind Musik, das sammeln alter Ansichtskarten, Flohmärkte, und mein PC!“

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Status (Single), Hier wegen (Freunde), Orientierung (Hetero), Wohnort (Nähe [Ort]), Figurtyp (162cm / Schlank), Volkszugehörigkeit (Weiß), Religion (Protestant), Sternzeichen (Skorpion), Kinder (Ich liebe Kinder, möchte aber keine eigenen)

>> verändertes Layout: taubenblau

**MS08: Rise – Zusammenfassung**

23 Jahre, männlich, 305 Freunde, 230 Kommentare

*Sport/Fitness/Körper* (Bei der körperlichen Statur ist „Bodybuilder“ angegeben, es gibt ein Skate-Video. Die Kommentare wurden u.a. zu Sport-Verabredungen genutzt.)

*Verabredungen/Kommunikation* (Kommentare)

Status (Single), Hier wegen (Freunde), Orientierung (Hetero), Figurtyp (173cm / Bodybuilder), Sternzeichen (Jungfrau), Rauchen/Trinken (Nein / Nein), Kinder (Irgendwann), Bildung (Hochschule), Beruf (Student)

Kommentare wurden ebenso zur Verabredung zum Sport genutzt, wie dazu, sich zum trinken einzuladen [„alter du hir nein wei geil wir mussen mal wieder saufen“]. Daneben finden sich dort, abgesehen vom üblichen „Spam“, Grüße [z.B. zu Weihnachten, Geburtstag oder einfach nur ein für sich stehendes „huhu“], Berichte über Prüfungsergebnisse aus der Hochschule und von Arztbesuchen. Von einer offenbar über MySpace kennen gelernten Nutzerin gibt es das Kompliment: „Hello, I am doing fine. I love the pic, You both are very cute!!“ In den Kommentaren wurde der Nutzer z.T. mit Vornamen angesprochen, der ansonsten nicht auf der Seite angegeben ist.

>> verändertes Layout: grau

### MS09: Turbojugend [Ortsname] – Zusammenfassung

17 Jahre, Weiblich, 455 Freunde, 187 Kommentare

Offenbar das Gruppenprofil des örtlichen „Chapter“ des Turbonegro-Fanclubs Turbojugend. In der Rubrik „Über mich“ heißt es: „Some funky, charmin, hot & destructive *gang*, that spreads more darkness & vandalises your fuckin town!“ Unter „Allgemein“ Portraitfotos von einzelnen „Lovely Handsome Sailors“, die auch in den Kommentaren schreiben, z.B.: „ich liiieeebee unsere fuckin sexy jugend immer mehr.. sie nimmt langsam form an, also nicht das es mit [L.] und mir anders war...aber der diamant wird langsam geschliffen :D:D“

*Fandom/Musik/Subkultur* (Fanzugehörigkeit durch Verlinkung anderer Turbojugend-Chapters, Kommentare, Interessen/Musik: „When darkness reach[es] punkrock“, Wen ich gerne kennen lernen würde: „Hot & Filthy Denim Boys + Girl[s]“. Unter den Freunden befindet sich an zweiter Stelle direkt hinter dem der Band Turbonegro auch das Profil von „turbojugend against racism“.)

*Alkohol* (Status: „zugeknallt“, unter Freunden: „Beer“, Kommentare)

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Status (Offen für alles), Orientierung (Bi), Religion (Scientologe), Sternzeichen (Jungfrau), Kinder (No Answer), Beruf (Assrockets)

>> Verändertes Layout: in den Farben der Turbojugend: schwarz und weiß

### MS10: Uschi – Zusammenfassung

21 Jahre, weiblich, 132 Freunde, 239 Kommentare

*Politik* (Studienfach, Helden: Lisa Simpson [mit Bild], Rosa Luxemburg und Karl Liebknecht; Zitat unter „Erkenntnis“: „Aufgrund der Dominanz der Selbstsucht meinen die Machthaber unserer Gesellschaft, man könne die Menschen nur durch materielle Vorteile, das heißt durch Belohnungen, motivieren, und Apelle an die Solidarität und Opferbereitschaft würden kein Gehör finden (...) man läßt sich die Chance entgehen, sich durch die möglichen Ergebnisse eines Besseren belehren zu lassen. (Erich Fromm)“)

*Familie* (Kommentare, Freunde, Permanenter Gruß im Profil: „hallo, schwesterherz, hier sollst du dich jeden tag gegrüßt fühlen - ich hab dich lieb, dein kleines schwarzes familien-schwein“)

Motto: „Wenn früher alles besser war, dann geht's uns heute besser als morgen“

Weitere, freiwillig angegebene Identitätskategorien („Details“):

Hier wegen (Netzwerke, Freunde), Wohnort ([Stadteil]), Figurtyp (164cm), Sternzeichen (Wassermann), Rauchen/Trinken (Ja / Ja), Kinder (Irgendwann), Bildung (Student), Beruf (Thekenuschi)

>> Verändertes Layout, taubenblau-grün

„Off-Topic“: In einem Kommentar [MS10]: „nö, studivz hab ich nicht, bin noch bei facebook und das ist auch gut so, ansonsten hätte ich den kontakt nach portugal nicht wieder gefunden und somit kein jobangebot bekommen.“

## A.2.2 Facebook-Profile

**FB01: Feras [Nachname angegeben] – Zusammenfassung**

18 Jahre, männlich, 109 Freunde, 37 wall posts, 29 Fotos, Mitglied in zehn Gruppen

*Mehrsprachigkeit/Transnationalität* (Kommentare in arabisch, deutsch, english, Vernetzung mit „Freunden“ in mindestens fünf Ländern, Angabe von zwei Städten als „Hometown“. Bezug auf Sprachkurs und Positionierung per Gruppenzugehörigkeit zu „Saudis in Europa“.)

*Freundschaft/Zusammenhalt* (Zahlreiche Referenzen zu Freund_innen: Applications in denen Feras Freunde beschreibt oder sich von diesen beschreiben lässt, sich Spitznamen geben lässt oder in den sich die dadurch vernetzten gegenseitig bestimmte Eigenschaften zuschreiben können, z.B. „Compare People“, s.u.)

*Persönlichkeit/Charaktereigenschaften/Extrovertion* (Teilnahme an öffentlichen Fragenögen und Vergleichstest, wie etwa „Surveys, Petitions, Votes, Polls & Quizzes“, in denen etwa das persönliche Ranking der Lieblingsmusikvideos abgeglichen werden kann, aber auch – für alle Besucher_innen der Seite sichtbar – angegeben wird, dass der User schon Drogen ausprobiert hat, einen Porno gesehen hat, nicht immer flucht, immer zu schnell fährt, aber noch nie seine/n Partner/in betrogen hat.)

In dem Profil von Feras wird Selbstdarstellung weniger durch vorgegebene Parameter in der standardmäßigen Profildatenabfrage betrieben, sondern durch selbst ausgewählte „Applications“ von Drittanbieter_innen (siehe unten). Die Profilseite wird offenbar nicht nur zur Selbstdarstellung (und Fremddarstellung – etwa in dem Freunde Spitznamen auf dem Profil hinterlassen können.) sowie zur Kommunikation mit anderen genutzt, sondern auch zur Unterhaltung und zum Spielen (Poker, Horoskop, Vampirspiel u.ä.).

Networks: Germany; Sex: Male; Interested In: Women; Looking For: Friendship, Whatever I can get; Birthday: [angegeben]; Hometown: Riyadh....saudi arabia>>> kassel, Germany; Education [Highschool]

Groups: xXx[ SAUDIS IN EUROPA .. السعوديين في اوروبا ]xXx; =-= 60 Things Grls Want Guys to Know =-=; ISU Kassel 2007; Ahmed Alsheqairy Fans; What is the most romantic place ...??; Tripmonkey; كم سعودي وسعودية في الفيس بوك؟؟; Goethe Institut(e) im Göttingen (Goettingen); Ich dusche gerne nackt; Göttingen; Die Studenten , die in Deutschland studieren

Applications:

Big Profile Photo [Zusätzliches Profilfoto; hier genutzt als Gruppenfoto];

Slideshows [eine Fotogallerie]; Moods: „I‘m feeling Happy / Last Updated November, 27th 2007“];

The Brain Game: „I AM LEFT BRAINED ! Left brained people tend to be analytical, logical, rational and objective. Here are some famous left-brainers: Stephen Hawking, Albert Einstein, Richard Feynman“;

Mardi Gras [Party-Einladung];

2008 Resolutions - go4it! [Vorsatz fürs neue Jahr]: „Travel the world“;

What Do Your Eyes Symbolize?: „I'm Brown: You have brown eyes. Brown is the color of the earth. Your eyes symbolize your comforting and fostering nature. You are stable, grounding, sophisticated, considerate, conventional and orderly. People may consider you to be cozy or warm. People feel safe when they are with you.

Some words to describe you: reliability, elegance, security, healing, homely, grounding, foundation, and earthly.“;

Texas HoldEm Poker [Online-Pokerspiel];

Likeness [Vergleichsfragebogen]: „Favorite Music Videos“, „Just for fun!“, „Pet Peeves“;

Quizzes; MyGifts [virtuelle Geschenke, hier: Kleeblatt, Erdbeere mit Schokolade, Cupcake, Eisbecher];

Chinese Astrology [chinesisches Horoskop];

Weather [aktuelles Wetter in Kassel];

Favorite Peeps! [Aussagen über andere Freunde]: „I think that... Mohamed J. (+) one of the bist two friends in my life“;

Stuff Feras Likes: „Sheesha; Louis Vuitton Malletier; The Legend Of Zelda; Emporio Armani; Starbucks; Red Bull; Bridge Game; PARTY“;

Most Active Friends (TM) [„Ring the bell or click your own picture to tell Feras you visited and it will move your picture higher (click twice to hear the bell ring)“];

Surveys, Petitions, Votes, Polls & Quizzes: „How evil are you?: Q1: Have you ever stolen? NO, Q2: Have you ever cheated in a test? YES, Q3: Cheated on a partner? NO, Q4: How often do you swear? NOT ALWAYS, Q5: Do you drive above the speed limit? ALWAYS,Q6: Ever committed vandalism? NO, Q7: Played strip poker? NO, Q8: Have you smoked tobacco? ALWAYS Q9: Tried drugs? YES, Q10: Taken candy from a child? NO, Q11: Crashed your car?YES, Q12: Crashed someone elses car? NO, Q13: Skipped school? YES, Q14: Killed an animal? NO, Q15: Watched pornography? YES, Q16: Make prank phone calls? YES“;

Nicknames [Spitznamen, die andere hier eintragen können]: „das kind“ by Mohamed J., „al-kind, 3sl“, „DAS KIND“ by Alhamidi A., „بص حضرتط“ by Abdulrahman A;

Funwall [zusätzliche, multimediale Pinnwand];

Top Friends [beste Freundeauswahl];

X Me [Grußfunktion, z.B. virtuelles Umarmen, Bier-überreichen etc.];

Vampires [Vampirspiel];

Magic 8 Ball;

Horoscopes; Compare People [Freundesranglisten in verschiedenen Kategorien, z.B. „best friede“, „coolest person“, „best singer“, „most punctual“, „hottest“, „smartest“...];

My questions: „Do You Believe In Love At First Sight ?? Glauben Sie an Liebe auf den ersten Blick?? هـــل تـــؤمـــن بالحب من أول نظره؟؟“ [mit Antworten von Freund_innen]

Auf der „Wall“: Grüße und Verabredungen auf deutsch, englisch und arabisch: „yo, wow, you're english is impressive.“ / „wie geht es in [Ort]? ... back to english. i hope it goes well! frohes neues!“

### FB02: Hanna [Nachname angegeben] – Zusammenfassung

25 Jahre, weiblich, zehn Freunde, vier wall posts, 14 Fotos, Mitglied in fünf Gruppen

*Aussehen/Attraktivität* (Apps: „Are YOU Interested?“ [Betrachter_innen der Seite können auf „Yes“ oder „No“ klicken, die Userin erhält die Ergebnisse]; „Score Me“: „How Hot is Hanna?“ [eine Skala von 1-10 ist hier klickbar.]; „Which Spice Girl Are You?“; „Are You Color Blind?“: [„Take a Color Blindness or Color Sense test to see if you like blondes or brunnettes or both“])

*Reisen* (Apps: „Cities I visited“ [72 in zehn Ländern]; „Traveler IQ Challenge“ [Wissensquiz über Reiseziele]; „What City Should You Live In?“ [Psychotest, der Teilnehmer_innen nach deren Antworten eine Stadt vorschlägt, hier: „I'm going to be living in Paris Admit it - you're a hopeless romantic who wants to live in a

cultured city with a strong nightlife. [...]“])

Networks: Germany; Sex: Female; Birthday [angegeben]; Hometown: [Ort], Germany

Email [angegeben]; ICQ [angegeben]; Windows Live [angegeben]; Current Town: [Ort], Germany

Favorite Music: Beatsteaks, Muse, Incubus, The Strokes, Kaiser Chiefs, Oasis, The Doors, Bush, Blur, The Killers, Kasabian, The Verve...; Favorite TV Shows: Heroes, Six Feed Under, Prison Break, Boston Leagal, Nip Tuck, Dr. House...; Favorite Books: Der Sandmann (E.T.A. Hoffmann), Siddhartha (H. Hesse) ...; Favorite Quotes: Am Ende wird alles gut. - Wenn's beschissen ist, ist es noch nicht zu ende.

Groups: Fans of One Night Only; You know you've been in university too long when...; Coffee: You Can Sleep When You're Dead!; I am an [Nachname] baby!; StudiVZ - The German Facebook

**FB03: Hasi [Nachname angegeben] – Zusammenfassung**

19 Jahre, weiblich, 38 Freunde, 42 wall posts, 47 Fotos, Mitglied in 18 Gruppen

*Transnationalität/Mehrsprachigkeit* (Groups: „You know you're German if...“; „German Beer is best!“; „The Sahara is Moroccan!“, Verwendung von französisch, deutsch, englisch; Kontakte zu Mitgliedern in mindestens sechs Ländern)

*Begehren/Attraktivität* (Apps: „Are YOU SEXY“; „HotLists“: stuff Hasi likes: French Kiss; „Are you a bitch?“-App: „I'm Classy Bitch. I see a little spark of nastiness in you, but on the whole you're a good egg.“; Hasi's Visual Personality; Hasi's Mood: „Hasi is feeling horny“)

*Politische Positionierung/Engagement* (Mitgliedschaft in Gruppen, wie etwa „I bet I can find 1,000,000 people who dislike George Bush!“ oder „The Sahara is Moroccan!“ Die relativ verbreitete Application „Causes“ wird genutzt, um sich zu sozialen und politischen Statements zu äußern. Wie an den Causes von Hasi sichtbar wird, bezieht sich dies nicht nur auf Themen wie „against child abuse“, sondern etwa auch auf Forderungen wie „Save Water, Drink Beer“)

*Tanzen/Musik/Fandom* (Activities, Favourit Music, 2Pac-Zitate)

Networks: Germany; Sex: Female; Interested In: Men; Relationship Status: In a Relationship; Looking For: Whatever I can get; Birthday: [angegeben]; Hometown: Baunatal alias Kassel, Germany

Activities: dancing; Interests: i love to dance, to chill, to hang out with friends, to drink, to go out as much as possible and a party without hasi is a bad party; ); Favorite Music: hip hop, r'nb and CRUNK; Favorite TV Shows: desperate housewifes, king of queens; Favorite Movies: step up, dirty dancing 1+2, forrest gump, walt disney movies, stomp the yard; Favorite Books: gespraeche mit gott(donald walsch); Favorite Quotes: I know it seems hard sometimes but remember one thing. Through every dark night, theres a bright day after that. So no matter how hard it get, stick your chest out, keep ya head up.... and handle it.” (2Pac) / Only God can judge me (2Pac) / "And since we all came from a WOMAN got our name from a WOMAN and our game from a WOMAN. I wonder why we take from our WOMEN why we rape our WOMEN do we hate our WOMEN. I think its' time to kill for our WOMEN time to heal our WOMEN be real to our WOMEN." (CESAR CHAVEZ/2Pac^^)

Groups [Auszug]: Fatal mistakes men make during sex; Tous les matins je me dis: "ce soir je me couche tôt"; Dj-Dahmi-RecordZ; I'm a 1988 baby!; fuck off... I don't want to be a pirate/vampire/werewolf/zombie; I bet I can find 1,000,000 people who dislike George Bush!; Bring back Pinky and the Brain!; Si ce groupe atteind 50 000 de personnes avant le19 septembre...; Tanger Expo 2012 Support Group; Ambitionz Az A Ridah: The 2pac Story; In 2pac We Trust; The Sahara is Moroccan !; You know you're German if...; Bruce Darnell Appreciation Society; German Beer is best!; Addicted to Desperate Housewives; All i wanna do is dance; Bachelors and Bachelorettes

Auf der wall: Zahlreiche Grüße (z.B.:„was n süßer eintrag...thx..dicken kuss dafür vermiss dich kleine pest ja auch hier, aber am wochenende kannst du ja wieder für 5 den tisch decken ;) / big kiss / freu mich schon“).

Zweimalig wurde die gleichlautende Forderung gepostet: „Hey, post a photo, video ... or draw me a picture =)".

**FB04: Irene – Zusammenfassung**

[ohne Altersangabe], weiblich, 37 Freunde, 2 wall posts

*Networking* (Mitgliedschaft in Firmennetzwerk; Angaben von Hochschulabschlussjahrgang und bisherigen Arbeitgeber_innen)

Networks: Germany / [ein Firmennetzwerk]; Sex: Female; Birthday: [ohne Geburtsjahr]; Hometown: [Ort], Germany

Activities: Painting, Playing Piano, Reading, Sports, Designing; Interests: Everything which I'm doing :); Favorite Quotes: "Failure is not an option" (Apollo 13)

Colleges: TU [Ort] '85; Employer: [weltweit agierender Hygieneartikelhersteller]

Groups: [Arbeitgeber] Women

Auf der Wall/Super Wall: Grüße, Videos, virtuelle Teddybären, Karikaturen

**FB05: Katharina [Nachname angegeben] – Zusammenfassung**

24 Jahre, weiblich, elf Freunde, drei wall posts, 19 Fotos, Mitglied in zwei Gruppen

*Spielen* (Poker, Puzzle, Arkade-Spiele)

Networks: Germany; Sex: Female; Relationship Status: Married to [Vorname, Name] (Mexico); Birthday: [angegeben]; Hometown: [Ort], Germany

Groups: C.L.I.C students from Firenze; Am I the only person on facebook who likes the Donots?

**FB06: Mo [Nachname angegeben] – Zusammenfassung**

34 Jahre, männlich, neun Freunde, zwei wall posts, zwei Fotos

Dieses Profil wurde offenbar kaum genutzt. Zwei Begrüßungen durch Freunde auf der Wall: „DA Mo is in da HOUSE..... Just checking in to see how you doing... Guess i am the first . Welcome!!" / „Velkommennn in derrr Face Book Yaaaa !!!" Außer dem Geburtstag und dem Geschlecht wurden keine weiteren Profildaten eingegene. Allerdings sind zwei Fotos online gestellt worden.

**FB07: Mustafa [Nachname angegeben] – Zusammenfassung**

34 Jahre, Männlich, sechs Freunde

*Familie(?)* (drei von sechs Freunden tragen den selben Nachnamen wie der Nutzer.)

Groups: bütün akrabalarım

Dieser Account ist [laut Mini-Feed] offenbar erst knapp über eine Woche alt.

**FB08: Rakan [Nachname angegeben] – Zusammenfassung**

[ohne Altersangabe; aber Mitglied in einer Gruppe namens: „people who are born in 1987 to 1993"], männlich, 54 Freunde, 41 wall posts, ein Foto, Mitglied in 61 Gruppen, Freude in mindestens sechs Staaten

*Transnationalität* (Es findet eine Beschäftigung mit [nationalstaatlicher] Herkunft an verschiedenen Stellen des Profils statt. In der offenen Kategorie „About Me" wurde angegeben: „my name is Rakan im German,saudi living in Germany to study there .things to do I like to have fun, adventures and to travel a lot!!! (mein Name ist

Rakan ich ben deutsche und saudi.ich lebe in Deutschland leben um zu studieren“, gleichzeitig ist er Mitglied der Gruppe „Lebanese“ und „SaudiDAD+ForeignMOM=SaudiWhatEver“. Kommentare in arabisch, englisch und deutsch)

*Begehren/Flirt/Dating* (diverse „Flirt“-Applications, z.B. „Flirtable“, „Meet new peolple“ und „Are YOU interested?“; Foto mit offenem Hemd sowie offenbar Antworten von kontaktierten Nutzerinnen: „hi. nice to meet you! but.... who are you??“. Mitglied in der Gruppe „Hottest Girl on Facebook Contest“. Auf der Profilseite finden sich ASCII-Pinups in den Kommentaren ebenso wie Unterstützung der Onlinepetition „STOP Violence against Women & Children“.)

*Reisen* (Beschreibung über sich, Applications mit Auflistung von bisherigen und gewünschten Reisezielen und Positionierung als „Fan“ einer Fluglinie. Teilnahme an mehreren Reisequiz)

Networks: Germany; Sex: Male; Interested In: Women; Relationship Status: Single; Looking For: Whatever I can get; Birthday: [ohne Jahresangabe]; Hometown: [Ort], Germany; Political Views: Other; Religious Views: born as muslim - sunni

Activities: cambs; Interests: Im interested to try new kind of sports.hmm in my free time i like to eat Japanese food like (I SUSHI) =) (ich bin interessiert neue Art des Sports zu ausbrobin.); Favorite Music: Music Good charlotte, Linkin park, Gorillaz, Lostprophets, Blink 182, Evanescence, Green Day, Juli, Simple Plan, The Rasmus, Yellowcard.and many more...; Favorite TV Shows: I like wacthing MTV and ShowTime (Ich mag MTV und ShowTime wacthing); Favorite Movies: ask me and il tell u!!! (fragen Sie mich und dann wissen Sie!!!); Favorite Books: ask me and il tell u!!! lol; About Me: my name is Rakan im German,saudi living in Germany to study there .things to do I like to have fun, adventures and to travel a lot!!! (mein Name ist Rakan ich ben deutsche und saudi.ich lebe in Deutschland leben um zu studieren. ich mag Abenteuer zu haben und viel zu reisen!!!)

Grad Schools: [angegeben]

Groups [Auswahl]: Rock, Rap, Techno, R&B, Metal, Pop, watever... MUSIC MAKES ME LOSE CONTROL; do you love facebook?????; Feed a Child with just a Click!; akon; ( MeLoDy TuNeS ); Fuck school, I want summer♥; HAPPY TREE FRIENDS; FREE HUGS; people who are born in 1987 to 1993; اشـــتـــرووووووا لـــه جـــــــــوااااااااال; Let's set and break a Guiness Record!!!! Approved by guinnessworldrecords.c; I bet I can find 1,000,000 people who dislike George Bush!; I Want a Tattoo from JUN MATSUI; (((GUN'S))); Lebanese; I took a loada photos last night and don't even no who half the people are; [Name] Kolleg [Ort]; Arsenal fans; SoNgErS {&} C@R; 1000; to do a group larger more than the group (the largest facebook group ever); Wat type of music do u like?; SaudiDAD+ForeignMOM=SaudiWhatEver; hate everything; Hottest Girl on Facebook Contest; I LUV Bo2latyyyy (Sondos)!!!!! :D:D; bofeyyat; eee & lo0o0o0ol

**FB09: Roberto [Initial des Nachnamens angegeben] – Zusammenfassung**

17 Jahre, männlich, ein Freund, ein wall post

Networks: Germany; Sex: Male; Birthday: [angegeben]; Hometown: [Ort], Germany

Activities: Basketball, Soccer, Baseball and love to dance; Interests: Shopen, hanging with friends and love to dance; Favorite Music: Reggeaton, Hip Hop, Crunk, R n´B, Dirrty South and little bit house; Favorite Movies: Crank, Fear and Lothing in Las Vegas, Stomp the Yard, Scarface, Der Blutige Pfad Gottes, How High

Das Profil ist bisher kaum bearbeitet worden. Trotzdem vermittelt sich schon ein Bild über den Nutzer. Er posiert in „Rapper“-Pose mit Kapuzen-Pulli, Goldkette, Baseball-Cap und Fingern zum Victory-Zeichen geformt für das Profilfoto, auch die angegebenen Musikrichtungen legen diese subkulturelle Selbstverortung nahe. Aus dem „Mini-Feed“, dass über die letzten Aktivitäten von Nutzer_innen bei Facebook Auskunft gibt geht hervor, welche Daten 18 Minuten nach dem anmelden getätigt wurden: „Roberto edited Hometown, Work Info, Interests, Activities, Music and Movies in his profile, and changed his profile picture“. Als „Job Position“ gab Roberto „Big Boss“ an.

**FB10: Steffen [Nachname angegeben] – Zusammenfassung**

24 Jahre, männlich, 62 Freunde, 102 wall posts, 132 Fotos, Mitglied in 16 Gruppen

*Kommunikation/Networking* (Der Facebook-Account wird offenbar überwiegend genutzt, um Kontakt mit Freund_innen im Ausland zu halten. Während verhältnismäßig wenige Spielereien in das Profil eingebettet sind, ist hier eine rege Kommentarbewegung auf der „Wall" und zusätzlich der „Fun Wall" und der „Super Wall" zu finden. Auch die Gruppenauswahl deutet darauf hin. Ferner sind besuchte Hochschulen angegeben.)

*Fremddarstellung* (Steffen lässt sich durch andere darstellen. In seinem Profil hat er die „Characteristics"-Application eingebunden, über die Besucher_innen der Seite ihm per Mausklick Attribute zuschreiben können. Dazu gibt es eine Liste von 30 (positive!) Eigenschaften, von „intelligent" über „sexy" bis hin zu „democratic", die in verschiedenen Größen erscheinen, je nach dem wie oft diese ausgewählt worden. Die höchste Schriftgröße erreichen bei Steffen die Charaktereigenschaften „mysterious", „smart", „sympathetic". Auch die Application „Define Me" ist auf dem Profil installiert. Hier sind Besucher_innen dazu aufgefordert den Benutzer anonym zu beschreiben. Diese App hat allerdings auf dieser Profilseite noch niemand benutzt.)

*Sozialisierender Alkohol- und Drogenkonsum* (Eine Application mit dem Namen „What Drug Are You?" verrät das Ergebnis eines „Persönlichkeitstest", der Persönlichkeitsmerkmalen bestimmten Drogen zuordnet. In Steffens Fall Haschisch: „I'm ‚Pot'! You're a hippie trapped in world that thinks hippies are dirty, mainly because they are. You like life slow, and play Ultimate Frisbee. You enjoyed taking this quiz, because it reminded you that maybe the world is one giant facebook, and we're all just profiles, you know?" In einem Kommentar auf der „Wall" bezieht sich eine Nutzerin offenbar auf einen Pinnwandeintrag von Steffen: „haha, stevie g you would leave a message telling us all not to do drugs or drink! :) i hope you are taking the same advice yourself my friend :p have a very merry christmas over there in germany and i hope that i get to see you sometime in the new year!!! take care!!")

Network: Germany; Sex: Male; Interested In: Women; Relationship Status: Single; Birthday: [angegeben]; Hometown: [Ort], Germany

Activities: Dreaming to hit the jackpot in the lottery; Interests: Romantic walks to the butcher; Favorite Music: Real Aggressive Gangster Rap Shit direct from the street; Favorite TV Shows: Hart to Hart, Simon & Simon, The A-Team; Favorite Movies: Guest House Paradiso, The Addams Family; Favorite Quotes: "They do what they wanna do / say what they wanna say / live how they wanna live / play how they wanna play / dance how they wanna dance / kick and they slap a friend / the Addams family" (MC Hammer 1991); About Me: I am annoying friendly

Colleges: [angegeben] '09, social science; [eine weitere Universität in Finnland] '07

Groups: Alcohol Improves my Foreign Language!; Fabrik; THEY ARE TRYING TO SHUT DOWN FACEBOOK - PETITION TO KEEP IT! INVITE ALL!; Korren i Flogsta hus 1 våning 2; Uppsala Universitet; You know you've been in Sweden too long when...; You know you're German if...; I love Döner kebabs; The reisen; Discretion is the Better Part of Valor; Documenta; No, This is the Best Picture Ever....; [Bundesland]; Uncle Fester Foundation appreciation.....; I'm from [Ort], Germany; Peder Hard makes us hard...working students

>> Widersprüche: „I am annoying friendly" versus Lieblingsmusik „Real Aggressive Gangster Rap Shit direct from the street"

## A.2.3 StudiVZ-Profile

**SVZ01: Agnes [Nachname angegeben]**

[ohne Altersangabe], weiblich, 74 Freunde, 45 Pinnwand-Einträge, ein Fotoalbum, auf acht Fotos verlinkt,

Mitglied in elf Gruppen

*Kontakt* (Das Profil wird scheinbar hauptsächlich zur Kommunikation über die Pinnwand genutzt, siehe unten.)

*Feiern/Parties* (Mitgliegdschaft in Gruppen, die auf bestimmte Parties hinweisen.)

Mitglied seit: 29.09.2006, Letztes Update: 21.10.2007, Hochschule: KHS Kassel, Geschlecht: weiblich Status: Studentin, Geschlecht: weiblich, Art des Jobs: Big Boss, Firma: Schule

Gruppen [u.a.]: arte.fact, Carson McCumin, ein herzliches lächeln im gesicht, Jungfrau- best people, best sign!, Museum für Sepulkralkultur [Ort], No Women- No Cry, stereo mission - exclusive vinyl entertainment, Studipartys im einsB, ■ KISS KISS BOOM BANG!! Die freaky Party in Hamburg ■

Auf der Pinnwand: Grüße, ASCII-Weihnachtsmann, Lob für ein Foto, Witze, Kettenkommentaraufforderungen: „♥ ♥[...]♥ Sende diesen Eintrag an die 10, deiner Meinung nach, hübschesten Personen in deiner Liste, um ihnen zu sagen, dass sie hübsch sind!!! ♥[...] ♥ ♥“

**SVZ02: Carolin [Nachname angegeben]**

20 Jahre, weiblich, 74 Freunde, 21 Pinwand-Einträge, Mitglied, ein Fotoalbum, auf 34 Fotos verlinkt, in zehn Gruppen

*Kontakt/Vernetzung* (Vernetzung mit ehemaligen Mitschüler_innen und Kolleginnen aus der Ausbildung. Grußaustausch über die Pinnwand.)

Mitglied seit: 06.09.2007, Letztes Update: 08.09.2007, Hochschule: Uni [Ort], Geschlecht: weiblich, Letzte Schule: [angegeben], Land: Deutschland, Auf der Suche nach: netten Leuten, Beziehungsstatus: vergeben, Politische Richtung: unpolitisch, Interessen: Freunde treffen, feiern, Inliner und Fahrrad fahren,Musikgeschmack: Rock, Pop und Charts, Lieblingszitat: Träume nicht dein Leben sondern lebe deinen Traum, Art des Jobs: vorbildliche(r) Angestellte(r), Firma: [eine Krankenkasse], Position / Job-Titel:
Sofa;) [Sozialversicherungsfachangesstellte]

Gruppen: Die Esprit-Kaufrausch-Geschädigten, GZSZ, Horst Schlämmers Schätzelein, Ich komme vom Dorf und das ist gut so!, Kneipe Pfeifferlings in Ippinghausen-Wir sind dabei, Mein Jakob ist Jakob, Viva Fachabi, Wolfhager Viehmarkt - "Alle Jahre wieder", Wärmflaschen - Oder: Der Wasserkocher ist mein bester Freund

Auf der Pinnwand: Anleitung zum Ändern der Datenschutz-Optionen, Grüße zu Weihnachten und Neujahr, ASCII-Grafiken, Grüße u.a. von einer (ehemaligen) Mitschülerin: „hey cool, dass du auch da bist, bald ist die ganze alte klasse hier ;)“

**SVZ03: Chris [Nachname angegeben]**

22 Jahre, weiblich, 22 Freunde, 22 Pinnwand-Einträge, sechs Fotoalben, auf 40 Fotos verlinkt, Mitglied in sechs Gruppen

*Kontakt/Networking/Transnationalität(?)* (Gruppenmitgliedschaft in Allumni-Gruppe der Schule und Berufsgruppe. Grüße auf der Pinnwand unter anderem auch auf niederländisch.)

*Abgrenzung/Othering* (Mitglied in den Gruppen „Griechen sind meine Lieblings-Ausländer :-)“ und „Ich Hasse Dumme Menschen!“)

Mitglied seit: 05.10.2007, Letztes Update: 26.11.2007, Hochschule: AKK Kassel, Status: Studentin, Geschlecht: weiblich, Geburtstag: [angegeben], Letzte Schule: [angegeben], Land: Deutschland, Auf der Suche nach: was sich eben ergibt, Beziehungsstatus: vergeben, Politische Richtung: Mitte links, Art des Jobs:
vorbildliche(r) Angestellte(r), Firma: [angegeben], Position / Job-Titel: IT-Kundenbetreuerin, Was sie da macht: Deutsch, niederländisch und englisch reden - den ganzen Tag lang. Und so tun als verstünde ich etwas von Computern., Bisherige Karriere: Vorher habe ich in den gleichen Sprachen als Kundenbetreuerin so getan, als verstünde ich was von Münzen. Davor Übersetzungen und Weinhandel.

Gruppen: BODAI- unser Leben als wir 15 waren..., breit'au, Ehemalige der [Name]-Schule in [Ort], [...] Fremdsprachensekretäre, Griechen sind meine Lieblings-Ausländer :-), Ich Hasse Dumme Menschen!

Auf der Pinnwand, Grüße (vor allem zu Weihnachten/Neujahr) auf deutsch und niederländisch, ein Link: http://www.sexgott-or-not.com/?test=347148

**SVZ04: Felix [Nur Nachnamesinitial angegeben]**

19 Jahre, männlich, 45 Freunde, 13 Pinnwand-Einträge, ein Fotoalbum, auf 44 Fotos verlinkt, Mitglied in 24 Gruppen

*Kommunikation* (Verabredungen per Pinnwand, Grüße.)

*Feiern/Party/Alkohol* (Als Profilbild dient ein Partyfoto mit aufgerissenem Mund und zahlreichen Alkoholflaschen im Hintergrund. Gruppe: „Wie können die zwei Bier gestern 50 Euro gekostet haben?“)

*Sport* (Gruppenmitgliedschaften, Kommentare, siehe unten.)

*Konsumgüter/Statussymbol* (Gruppen: „Diesel Jeans“, „BMW-Drivers-Club“.)

Mitglied seit: 08.07.2007, Letztes Update: 31.12.2007, Hochschule: Uni [Ort], Status: Student, Geschlecht: männlich, Geburtstag: [angegeben], Heimatstadt: [Ort], Letzte Schule: [angebene], Beziehungsstatus: solo, Interessen: Mountainbiken....Musik (selbst [in ner Big Band am Saxophon],aber auch andere Sachen ausprobieren und viel hören)....Snowboard vielleicht noch Ski,bin ich nur länger nicht mehr gefahren....Feiern und noch mehr so Kram, Clubs, Vereine: Big Band....demnächst Lacrosse!?, Musikgeschmack: Hip Hop, Funk, Jazz und nen bissle Rock also fast alles....haben tue ich zumindestens viel^^, Lieblingsbücher: Herr der Ringe, Der Medicus, Sachen von Dan Brown und mehr..., Lieblingsfilme: u a."Very bad things", Herr der Ringe natürlich^^..aber vieles, Über sich selbst: Hm, ich weis bissle mager die site...aber bin auch eigentlich nur im schuelervz, deswegen;) ansonsten fragen, Bisherige Karriere: Schüler und Sohn;)

Gruppen: "Wir lästern nicht, wir analysieren nur", BMW-Drivers-Club, Curse, Die wahre Hummelgruppe, Diesel Jeans, Gerüchteküche der JGS, Ich bin auch im Schuelervz! :o), Ich hasse langsam-latscher und im-weg-rumsteher!, Ich leide so lange an Motivationsmangel bis der Zeitmangel kommt, Ischgl Du mein Traum, Kassel Raccoons - Lacrosse, Lautsprecher-Selbstbau. Meine Gruppen sind im schuelerVZ, Mountainbike Kassel, Mountainbiken und [Ort] gehört zusammen !, Prokrastination - Ich habe es perfektioniert!, Ski und Snowboard Fans, Warum liegt hier eigentlich Stroh?, Wer später bremst fährt länger schnell, Wie können die zwei Bier gestern 50 Euro gekostet haben?, Willst mit Stil die Strasse rocken, nimm die Hose aus den Socken, zank you for trevveling wiz deutsche bahn. good bye!

**SVZ05: Francine [Nachname angegeben]**

19 Jahre, weiblich, 97 Freunde, 76 Pinnwand-Einträge, drei Fotoalben, auf 56 Fotos verlinkt; Mitglied in 78 Gruppen

>> Profilbild: Halbprofil am Strand

*Hedonismus/Konsumlust* (Zitat: „Gib jedem Tag die Chance der schönste deines Lebens zu werden.“, Shopping- und Produkt-Gruppen)

*Aussehen/Attraktivität/sexuelle Selbstbestimmung* (Gruppen: „Schöne Frauen mit Stil und Niveau“ oder „Blond und stolz drauf!!!“. Die Nutzerin macht deutlich, kein Objekt der Begierde für potentielle Stalker zu sein. Sie betont die eigene Attraktivität und Lust auf „Knutschen“ und versucht gleichzeitig sich von Anmachen zu schützen. Dies machen u.a. Gruppenmitgliedschaften deutlich, wie etwa „Ich bin nett,obwohl ich keinen Sex mit dir will!“ oder „Wir sind wirklich NUR Freunde - Männer-Frauen-Freundschaften“. Als Status hat sie zudem: „vergeben“ angegeben.

*Egozentrik/Selbstbewusstsein* (Gruppen, wie etwa: „Beim Streit gibt es zwei Standpunkte - MEINEN und den

Falschen“ oder „Tu was für Dein Image... zeig dich mit mir!!!“)

*Auto-/Motoradfahren* (Gruppen, z.B.: „Erst PORSCHE dann Kinder!“, Interessen: „mein Auto, mein Motorad“)

Mitglied seit: 09.09.2007; Letztes Update: 07.01.2008; Hochschule: Uni [Ortsname] (seit 2007); Status: Studentin, Geschlecht: weiblich; Studiengang: Germanistik / Deutsch als Fremdsprache, Geburtstag: [angegeben]; Letzte Schule: [angegeben]; Auf der Suche nach: netten Leuten, Parties, was sich eben ergibt, Beziehungsstatus: vergeben

Interessen: Freunde, Pferde, Parties, mein Auto, mein Motorrad sowie mein Snowboard und noch vieles vieles mehr :-); Musikgeschmack: Hip Hop, RnB, Reggae... aber eigentlich hör ich fast alles; Lieblingszitat: "Gib jedem Tag die Chance der schönste deines Lebens zu werden." (Mark Twain); Über sich selbst: offen, sehr redselig, unternehmungslustig, manchmal zu lieb- manchmal aber auch nicht ;-), nicht gern allein, ziemlich neugierig, aber auch zickig =) ...

Lehrveranstaltungen: [fünf angegebene aus Literaturwissenschaft und Soziologie]

Gruppen [Auswahl]: "Abspacken" - Manchmal muss es einfach sein!; "Ich bin nett,obwohl ich keinen Sex mit dir will!"; "Ich will knutschen! - ..."; "Wir sind wirklich NUR Freunde" - Männer-Frauen-Freundschaften; ***Ein Mädchen muss seine Ansprüche haben!!***; 3m Luftlinie sind kein Grund auf ICQ zu verzichten; Audi - Eine Lebensphilosophie; ; Blond und stolz drauf!!!; Blondinen tun`s besser; das Glück dieser Erde liegt auf dem Rücken der Pferde!; das leben ist kein ponyhof; die "ich tanze im auto während des fahrens" gruppe; Die bewährte MIV+GSH-Gruppe; Die Paul-ist-toll Gruppe; Erst PORSCHE dann Kinder!; FAAAHR DOCH DA VORNE DU SPAST!! - Wir fluchen im Auto; Fotografie - capturing the moment; Frauen haben immer Recht, aber nie Schuld; Freunde des gepflegten Sarkasmus; Für die Einführung der Hengstleistungsprüfung im Humanbereich; Grüne Augen sind gefährlich...; Hot Audi A3 Girls; ; Ich bin frech und das ist auch gut so!; Ich bin Luxus und Luxus kann nicht jeder haben!!!; Ich bin nicht kompliziert, sondern eine Herausforderung; ich bin nicht neugierig... ich bin vielseitig interessiert!; ich bin nicht zickig - ich bin emotional flexibel; ; Ich bin zwar blond, aber ey ich studiere!; Ich hasse Unzuverlässigkeit !!!; Ich nehm keine Drogen... ICH BIN SOO!!; Ich steh auf Männer mit Stil; Ich werde aggressiv, wenn ich Hunger habe!!!; Ich will einen Mann, der weiß was er an mir hat!!!; Ironie setzt Intelligenz beim Empfänger voraus; Ja - ich setze den Dackelblick bewusst ein!!!; Je schwerer die Prüfung, desto sauberer die Wohnung; Kannste dich bitte woanders hinstellen und da scheiße aussehen?; Kleiderschrank voll, aber ich hab trotzdem nichts zum anziehen!; Küssen verlängert das Leben; ; Mein Auto ist mein Baby; ; Meine Schwester ist cooler als Deine!; Meine Vorlesungszeiten kollidieren mit meinen Schlafzeiten; Mir ist langweilig, ich bin müde, mir ist kalt, ich hab Hunger!; ; Ohne Kaffee geh ich tot...; Ohne meinen Schutzengel??? Ich will gar nicht dran denken!; ; Schöne Frauen und schöne Pferde gehören zusammen; Selbst die Dinge die ich lasse, sind geiler als die, die du tust; ; Uni [Ort] Erstsemester 2007; Wenn ich denjenigen finde der moodle erfunden hat; dann...; Widder (mit dem Kopf durch die Wand); Wir sind hier nicht bei "Wünsch Dir was",sondern bei "so isses"; Wodka - Redbull - Liebhaber; Zum 125.997.567sten Mal: Ich übertreibe nicht!; ♥ Es glitzert... es ist sinnlos... ICH WILL ES !!! ♥; ·‥•● Alleine schlafen ist doof ●•‥·

**SVZ06: Immanuel [Nachname angegeben]**

19 Jahre, männlich, 77 Freunde, 21 Pinnwand-Einträge, auf elf Fotos verlinkt, Mitglied in neun Gruppen

*Networking* (Kontakt zu Mitstudierenden: Angabe von Studiengang, Seminarbelegungen.)

*Musik/Party* (Gruppen, Interessen)

*Regionale Herkunft* (Gruppe: „Bayern im Exil“)

Mitglied seit: 13.10.2007; Letztes Update: 16.10.2007; Allgemeines; Hochschule: Uni [Ort]; Status: Student; Geschlecht: männlich; Studiengang: Wirtschaftsingenieurwesen; Geburtstag:[angegeben]; Heimatland: Deutschland; Heimatstadt: [angegeben]

Auf der Suche nach: netten Leuten, Parties, was sich eben ergibt; Beziehungsstatus: vergeben; Interessen: Fußball Basketball Computerspielen andere out door Aktivitäten; Clubs, Vereine: TSV [Ort]; Musikgeschmack: kommt auf die Situation an von R&B über Electronic zu Klassik so ziemlich alles;

Lieblingsbücher: Shogun James Clavell; Lieblingsfilme: Wer früher stirbt ist länger tod

Lehrveranstaltungen [sieben Vorlesungen/Seminare angegeben]

Gruppen: Bayern im Exil; CHG 07 - SCHACH UND MATT; Chuck Norris Facts; Die Hegelsburger; SCHIEL! SCHIEL! SCHIEL! SCHIEL!; wer früher stirbt, ist länger tot [the movie]; [Studienfach; Ort]; Über 70 Millionen Menschen in Deutschland können kein Bayrisch!

Auf der Pinnwand: Grüße (u.a. Weihnachten und Neujahr; Austausch über Schneehöhen und Skiurlaub, Parties)

**SZV07: Ina**

24 Jahre, weiblich, 19 Freunde, 13 Pinnwand-Einträge, Mitglied in acht Gruppen

*Sozialstatus/Arbeit/Aufstiegswunsch* (Ina hat offenbar nach der Ausbildung begonnen, zu studieren. Als Art des Jobs hat sie [aus einer Auswahlliste] „Untertan(in)“ ausgewählt, in der Rubrik „was sie da macht“: „ arbeiten, arbeiten, arbeiten und jeden Tag staunen“ angegeben und zu ihrer „Bisherigen[n] Karriere“ nur „mager“ geschrieben. Sie ist Mitglied der Gruppe „ex- [Name einer Krankenkasse] member goes to university“.)

*Sport* (Aktiv und als Fan (Fußball, Handball) – laut Gruppen und angegebenen Interessen sowie Hinweisen aus Kommentaren.)

Mitglied seit: 20.11.2007; Letztes Update: 20.12.2007; Hochschule: VWA [Ort] (seit 2007); Status: Studentin; Geschlecht; weiblich; Studiengang: Gesundheitsökonomie; Geburtstag [angegeben]; Heimatstadt: [angegeben]

Auf der Suche nach: netten Leuten, was sich eben ergibt; Interessen: Sport, Reisen; Clubs, Vereine: TBV und die Bayern aus München; Art des Jobs: Untertan(in); Firma: [Krankenkasse]; Position / Job-Titel: Sofa; Was sie da macht: arbeiten, arbeiten, arbeiten und jeden Tag staunen; Bisherige Karriere: mager

Gruppen: """""""Rache an Uschi - Projekt Bananenbrot"""""""; [Geburtsdatum] -- das Schaerfste der Schoepfung ;o); 1 Million Fans; ex- [Name einer Krankenkasse] member goes to university; Ina der coolste name!!!; Sozialversicherungsfachangestellte (sofa); TBV Lemgo geht klar!!! (Handball); Wir gehen STARK auf die 30ig zu

Auf der Pinnwand: Weihnachtsgrüße und Kommentare zu Fußball(manschaften).

**SV08: Sebastian [Nachname angegeben]**

[ohne Altersangabe] männlich, 14 Freunde, zwei Pinnwand-Einträge, Mitglied in einer Gruppe

*Karriere/Arbeit* (Sehr berufsbezogenes Profil. Keine Angaben zu Hobbies oder anderen privaten Interessen, dafür eine relativ ausführliche Beschreibung über die eigenen Erwerbstätigkeiten. Nut auf der Pinnwand persönliches. – Siehe unten.)

Mitglied seit: 31.08.2007; Letztes Update: 21.12.2007; Hochschule: AfAK [Ort]; Geschlecht: männlich; Art des Jobs: Workaholic; Firma: [Firmenname].net; Position / Job-Titel: Berater Neue Medien & Public Relations; Was er da macht: Als Autor,Berater, Blogger, Coach und Podcaster bin ich außerdem Gründer des Berliner Unternehmensberaternetzwerks "[Firmenname].net" mit den Schwerpunkten auf: Strategieberatung, Kommunikation, Neue Medien und Networking. Als kompetenzübergreifendes Team schöpfen wir gemeinsam für unsere Kunden Wachstumspotenziale aus, planen angemessene Maßnahmen und setzen diese direkt in die Praxis um. Zu unseren Mandanten zählen vorwiegend Start-ups und der Mittelstand.

Bisherige Karriere: Mädchen für alles, Praktikant, leitender Angestellter, Geschäftsführer

Gruppen: [Firmenname].de

Auf der Pinnwand: Zwei Grüße, ein Wunsch zur Verabredung auf einen Cocktail, sowie ein Kompliment für das Profilfoto: „na wenn das ma kein schnuckeliges bild ist. wie geht's denn so? allet schick, allet schön?“

**SV09: Sven [Nachname angegeben]**

19 Jahre, männlich, ein Freund, ein Fotoalbum, eine Gruppe

*Hobbies/Dartbruderschaft* (Arm-in-Arm-Foto mit einem Dartfreund in Vereinshemden vor einer Zielscheibe, Angabe über Interessen.)

Mitglied seit: 05.01.2008; Letztes Update: 15.01.2008; Hochschule: AKK Kassel (seit 2006); Status: Student; Geschlecht: männlich; Geburtstag: [angegeben]; Heimatland: [Bundesland]; Heimatstadt: [angegeben]; Letzte Schule: Gesamtschule [Ort]; Land: Deutschland;

Auf der Suche nach: netten Leuten, Parties, Dating, was sich eben ergibt; Beziehungsstatus: solo; Interessen: Darten,Mit dem Auto umher fahren,Eishocky; Clubs, Vereine: 1.Dartclub [Jahreszahl, Ort]; Musikgeschmack: Techno,House; Lieblingszitat: Lebe dein Leben; Über sich selbst:

Art des Jobs: Untertan(in); Firma: Glaserei [Name]; Position / Job-Titel: Glaser; Was er da macht: Alles und noch vieles mehr also nur scheiße; Bisherige Karriere: Deutsche Vermögensberatung

Gruppen: Faulpelzelite

**SV10: Thomas [Nachname angegeben]**

26 Jahre, männlich, 83 Freunde, 41 Pinnwand-Einträge, sechs Fotoalben, auf 24 Fotos verlinkt, Mitglied in 41 Gruppen

>> Profilfoto: lächelndes Portrait mit Baseball-Cap

*Alkohol/Drogen/Party* (Gruppen, u.a.: „...ich trinke Jägermeister,weil mein Dealer im Knast sitzt“, „Ich glühe härter vor als Du Party machst“)

*Othering/Abgrenzung gegen andere* (Gruppen: „Wenn ich du wäre, wäre ich lieber ich“; „Wir sind Oberschlesier und keine Polen;“, aber auch „Kotzen gegen Nazis“)

*Paarungsbereitschaft* (Gruppen: „wer mich gruschelt will mich bumsen“, „Scheiße bin ich geil, Baby!“, „Nüchtern zu schüchtern, besoffen zu offen!!“)

Mitglied seit: 24.11.2006; Letztes Update: 17.12.2007; Hochschule: KHS Kassel (seit 2003);Status: Student; Geschlecht: männlich; Studiengang: Industrial Design; Geburtstag: [angegeben]; Letzte Schule: [angegeben]

Auf der Suche nach: was sich eben ergibt; Musikgeschmack: Hip/Hop Timbaland, Missy, Busta usw. Alles wozu man "Bouncen" kann; Lieblingszitat: Man make the money, money never make the man! (LL Cool J); Über sich selbst: Check my pctures on Flickr!!! Search for: "[Benutzer_innenname]"; Art des Jobs: Hilfskraft; Firma: [Veranstaltungsbranche]; Was er da macht: Auf/ Abbau

Gruppen: """""""""""" zur Pinnwand bitte nach unten scrollen """""""""; "Designer"-WG-Parties; "Klapp deinen Polo Kragen runter, Du SPAST! !"; #"&#Speedway-noBrakes-noGears-noFear#"&#; ...ich trinke Jägermeister,weil mein Dealer im Knast sitzt; Darüber hab ich letztens'ne Reportage gesehn..; Der-Spot-"Toiletten"-Ekelhaft-Finder-Club; documenta 12; Du siehst so aus als könnte ich einen Drink vertragen!; Du willst Schmetterlinge im Bauch? Steck dir Raupen in den Arsch; Freunde des Himmels und der Fliegerei; Fruity Loops Pt.3; [Schulname, -ort]; Hey... ähmm... sag mal wie heißt du nochmal ???; Ich bin kein Klugscheißer, ich weiß es wirklich besser!; Ich glühe härter vor als Du Party machst; Ich guck nicht böse...Ich guck abwertend!; Ich hasse langsam-latscher und im-weg-rumsteher!; Kommilitone ist ein Scheißwort!!!; Kotzen gegen Nazis; Kunsthochschule [Ort]; lieber 9 kilo zu wenig als zu viel - club untergewichtiger jungs; Modellflug; My Home is my [Ort]; Nüchtern zu schüchtern, besoffen zu offen!!; Scheiß Party, wenn ich meine Hose finde, geh ich heim!; Scheiße bin ich geil, Baby!; Schmeiß die Möbel aus dem Fenster, wir brauchen Platz zum dancen; Studivz lenkt mich vom Lernen ab!?!!; The [Nachname] connection; Tragt mich zum Auto!!Ich fahr euch alle nach Hause!; Welcher Tag ist Heute?; Wenn ich du wäre, wäre ich lieber ich.; Wenn mein Kind später Techno hört...dann

kommt es ins Heim; wer mich gruschelt will mich bumsen; Wir fahren schneller Innerorts als du auf der Autobahn; Wir sind Oberschlesier und keine Polen; woher soll ich wissen was ich denke, bevor ich höre was ich sage

Auf der Pinnwand: Weihnachtsgrüße, Planung und Nachbesprechung von Parties: „ey was geht ab Bruder..? heute wieder ein drauf machen? wo treffen wir unjs eigentlich zum vorglühen? sach bescheid kid, bis dann“