

## DIE FREUNDSCHAFT DER GESICHTSLOSEN

von Michael Grindmayer

**Was wissen wir eigentlich über die Leute, die wir täglich bei Facebook und Co. treffen?  
Vermutlich nicht viel, denn die wollen das so.**

Viel ist schon über die Internetgemeinde Facebook geschrieben worden. Dass man damit unvorsichtige Straftäter fangen oder eine gelungene Job-Bewerbung doch noch zunichte machen kann. Die Nutzer, heißt es, legten im „Buch der Gesichter“ alles jedem offen, den es interessiert. Und hetzten gleichzeitig gegen die Volkszählung oder eine stärkere Videoüberwachung im öffentlichen Raum. Immerhin, denn über Wichtiges oder gar Brisantes wird hier normalerweise nicht gesprochen.

Nimmt man Facebook einmal als „Gemeinde“ ernst, dann gibt es wohl keinen realen sozialen Ort, der schöner, lustiger und harmonischer ist, an dem man so viel Spaß und so wenige Sorgen haben kann – und wo es so wenig Kritik und Widerspruch gibt. An jeder „Pinnwand“ wird rund um die Uhr gewitzelt, sich gefreut und – wichtig – ge;-;-t („Scherz!!“). Man tauscht im Internet kursierende Klamauk-Videos, Fotos von sich und Freunden, sonderbare Schlagzeilen und Statusmeldungen wie „Es schneit“ oder „Müde“. Besonders beliebt sind Kommentare oder „Gefällt mir“-Statements, die schnell unter Fotos, Videos oder Statusmeldungen gesetzt sind und deren Herausgeber zeigen, dass sich die Gemeinde für seine Themen interessiert. Und sie – natürlich – toll findet. Ein offenbar obligatorisches Geben und Nehmen positiver Aufmerksamkeit, bei dem selten Widerspruch oder Missfallen geäußert werden. Falls doch, diskret getarnt als Zynismus, stets endend mit einem ;-).

Wie narkotisierte Clowns blenden die weltweit vernetzten „Freunde“ alles aus, was anstrengend, kompliziert, anstößig oder unbequem sein könnte. Ein wenig erinnert das an die erste halbe Stunde im Film „Die Truman-Show“. Die Bewohner des Städtchens Seahaven wirken, als trügen sie rohe Eier auf Löffeln durch die Straßen: Stets freundlich grüßend, aber irgendwie angespannt und hochkonzentriert. Kein Wunder: Wie Truman später erfährt, sind sie ausnahmslos Schauspieler. Auf den Löffeln tragen sie ihre Rollen und die Angst davor, dass etwas Ungeplantes passiert. Als Truman anfängt, seine Gewohnheiten zu ändern und Fragen zu stellen, löst er damit ein Chaos aus. Die Leute laufen vor ihm davon, ihre Eier zerbersten reihenweise am Boden und geben die Illusion „Seahaven“ der Lächerlichkeit preis. Letztlich wird Truman klar, dass seine Gemeinde nur existiert,

um ihm die Illusion von Geborgenheit zu geben. Denn nur auf diese Weise kann sie sicher sein, dass sein Verhalten authentisch ist. Er wehrt sich, indem er den Ursprung seiner kleinen Welt zu ergründen versucht – gegen jeden Widerstand. Am Ende des Films hat er sie zerstört.

### **Gefällt mir nicht? Gibt's nicht**

Damit hat er den Facebook-Nutzern viel voraus. Nicht nur lassen sich diese wissentlich und doch widerstandslos von einer höheren Macht, einem Regisseur kontrollieren, der ihre Handlungsoptionen genau festlegt (warum gibt es zum Beispiel keinen Button „Gefällt mir *nicht*“?) und jeden Pups für die Ewigkeit protokolliert. Facebook-Nutzer kontrollieren sich zudem gegenseitig. Jeder kriegt alles mit, jeder hat die Möglichkeit, sich einzumischen und jeder Einzelne ist Inhaber potenzieller Sanktionsmacht, mit der er unkonformes Verhalten bestrafen kann. Ob „Was, du findest die FDP gut?“ oder „Kommunist!“: Das Damoklesschwert des Außenseitertums, die Angst vor dem informellen Ausschluß aus der illustren Gemeinde reichen interessanterweise völlig, um die User zu disziplinieren. Und so findet man auf Facebook vor allem eines genauso wenig wie in Seahaven: Authentizität.

Authentische Menschen streiten, haben unterschiedliche Ansichten, finden Statements und Ansichten anderer auch mal doof und sind hin und wieder unbequem. Kurz: Sie sind kritisch. Sie nutzen und reproduzieren damit eines der Kernelemente der Demokratie, die freie Meinungsäußerung. In social communities wie Facebook, Studi VZ oder Lokalisten wird dieses Grundrecht jetzt, wo es im Überfluss vorhanden zu sein scheint, kaum genutzt. Nie zuvor konnten so viele Individuen Meinungen, Anregungen, Erfahrungen und Wissen so einfach austauschen wie heute über das Internet mit seinen Myriaden Gemeinschaften, Blogs, Foren und Chats. Konstruktives wie etwa ein breiter Diskurs über die gesellschaftlichen Verhältnisse entsteht dabei nicht. Vielleicht ist es auch genau dieser Overkill, der schon junge Menschen müde macht. Vielleicht meinen sie, dass es keinen Sinn hat, jedem die ganz persönliche Sicht des Afghanistan-Einsatzes aufzudrücken. Vielleicht zweifeln sie an ihren eigenen intellektuellen und diskursiven Fähigkeiten. Viel wahrscheinlicher ist, dass sie keine Lust haben Farbe zu bekennen, weil das schief gehen *könnte*. Leider wird so aus der social community nicht mehr als eine Filiale der Spaßgesellschaft im Netz.

### **Big Arbeitgeber is watching you!**

Seit jedem klar ist, dass sich auch Arbeitgeber oder solche, die es werden könnten, als scheinbare

„Freunde“ bei Facebook tummeln, ist diese Zurückhaltung noch stärker geworden. Als schlau gilt nun, wer einen möglichst reibungs-, kanten- und meinungslosen Umgang mit den „Freunden“, aber auch dem eigenen Selbstbild pflegt. Dumm ist, wer aneckt und das auch noch alle wissen lässt. Der Chef und die Kollegen sollen lieber nicht sehen, dass man – nach Dienstschluss wohlgerne – gern feiert, „die Linke“ wählt oder auch nur nackt im Whirlpool liegt. Statt zur eigenen Person und dem gelebten und geliebten Lebenswandel zu stehen, sorgen viele sich, dass die sogenannten Freunde ihnen die auf Hochglanz gepflegte und aufwändig geglättete Biografie versauen könnten: Jeder kann schließlich Fotos von der letzten Koma-Party oder ein Video vom kotzenden Freund ins Netz stellen. Dem ambitionierten, leistungsorientierten Karrieristen kann das nicht gefallen. Er will stets die Kontrolle über sein Selbstbild behalten. Also durchforstet er die Fotoalben der befreundeten Mitglieder nach Artefakten, die es trüben könnten. Die soziologischen Apologeten des „Arbeitskraftunternehmers“, der sich ständig im Wettbewerb befindet, hatten somit Recht. „Würdest du mein Foto bitte löschen?“ ist kein (nachvollziehbarer) Ausdruck von Peinlichkeit mehr, sondern Selbstzensur zum Wohle einer Kultur des Angepasstseins. Die Arbeitgeber lauern schließlich überall. Und wo bleiben das Leben, die Freizeit, die Authentizität? Die Wahrheit? Was weiß ich eigentlich über meine Facebook-„Freunde“?

### **Löschen, bitte!**

Doch was, wenn die Selbstzensur nicht mehr wirkt? Schon gibt es die ersten Dienstleister, die mit der Angst netzwerkgeschädigter Partylöwen und politischer Meinungsträger Geld verdienen. „Online Reputation Management“ wird zwar hauptsächlich von Firmen genutzt, die – auf deutsch gesagt – unschöne Wahrheiten über sich selbst aus dem kollektiven Gedächtnis streichen wollen. Doch auch Privatpersonen können sich an Agenturen wie Revolvermänner wenden, die dann „im Fall einer Schädigung ihrer Online Reputation (...) für jede erdenkliche Situation einen praxiserprobten Maßnahmenkatalog (haben), der schnell und effektiv greift.“ Selbstbildkontrolle im großen Stil. Gerade weil es keineswegs einfach ist, schlechte PR inklusive aller Verlinkungen zu eliminieren, fasziniert der Aufwand, mit der das betrieben wird. Werden solche Kosten eigentlich dem Werbeetat zugeordnet?

Freilich, Schwächen werden lieber ausgeblendet. Das war immer so. Proletet, sich daneben benommen und gekotzt wird privat im stillen Kämmerchen. Aber ist beispielsweise politische Meinung eine Schwäche? Sich politisch geoutet wird kaum noch, schon gar nicht in der „community“, wo es theoretisch jeder mitkriegt. Wer heute gleichzeitig politisch und akzeptiert sein will, muss möglichst unpolitisch klingen. Am besten so, dass man es nicht sofort durchschaut und

einer Schublade zuordnen kann. Andernfalls drohen stigmatisierende Kommentare und die möchte man lieber vermeiden. Diese Art der (Selbst-) Zensur ist in der Leistungsgesellschaft schon lange populär. Sie ist im Wesentlichen von Angst geprägt und Ausdruck eines Duckmäsertums, das an den DDR-Film „Der Untertan“ erinnert. Statt vor dem Staat duckt man sich heute allerdings vor Unternehmen, Chefs und Kollegen weg. Sie sind es, die heute über Lebenschancen bestimmen. Facebook – virtuell, aber aus realen Menschen bestehend – war vermutlich nie etwas anderes als eine gigantische Bewerbungsmappe. Sie ist voller Gesichter, die es vorziehen, gesichtslos zu bleiben. Schade um das kommunikative und diskursive Potenzial, das so eine Plattform zweifelsfrei hat.