

Studien
zu Literatur und Film
der Gegenwart

Elisabeth Sporer

***(Selbst-)Inszenierung von Autorinnen
und Autoren im Internet am Beispiel von
Autorenhomepages und Facebook-Fanseiten***



Studien zu Literatur und Film der Gegenwart

Band 14

Leben ist Kommunikation und Kommunikation ist Leben, Kommunikation macht den Menschen aus und begründet seine Freiheit. Wer wissen will, welche Möglichkeiten Kommunikation bereitstellt, der ist gut beraten, sich auch mit Literatur und Film zu beschäftigen. Literatur und Film konstruieren, reflektieren, kommentieren, verfremden, entwerfen Wirklichkeit(en), sie haben den Vorzug, dabei nicht an die Regeln der Realität gebunden zu sein.

Die Reihe konzentriert sich auf das, was uns heute am nächsten ist – die Literatur und den Film der Gegenwart. Sie bezieht dabei nicht nur als besonders künstlerisch geltende Arbeiten, sondern populäre Lese- und Filmstoffe, auf Spannung und Unterhaltung zielende Texte und Filme ebenso mit ein. Die von den Arbeiten der Reihe diskutierten Filme und Texte werden als einschlägig angesehen für den Literatur- und Filmbetrieb der Gegenwart und damit auch für die Gesellschaft und die Zeit, in der sie entstanden sind und rezipiert werden.

Vorschläge für die Reihe sind jederzeit gern willkommen.

Reihenherausgeber: Univ.-Prof. Dr. Stefan Neuhaus

Universität Koblenz-Landau, Standort Koblenz,
Universitätsstr. 1, 56070 Koblenz

neuhaus@uni-koblenz.de

Elisabeth Sporer

**(Selbst-)Inszenierung von Autorinnen
und Autoren im Internet am Beispiel von
Autorenhomepages und Facebook-Fanseiten**

Tectum Verlag

Elisabeth Sporer
(Selbst-)Inszenierung von Autorinnen und Autoren im Internet
am Beispiel von Autorenhomepages und Facebook-Fanseiten

Zugl. Diss. Leopold-Franzens-Universität Innsbruck 2018

Studien zu Literatur und Film der Gegenwart; Band 14
ISSN 2193-9284

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019
ePDF 978-3-8288-7255-4
(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN
978-3-8288-4344-8 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlaggestaltung: Tectum Verlag, unter Verwendung des Bildes
653618770 von Africa Studio | shutterstock.com

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Biografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich meinen besonderen Dank nachstehenden Personen entgegenbringen, ohne deren Mithilfe die vorliegende Dissertation nicht zustande gekommen wäre:

Mein Dank gilt zunächst Stefan Neuhaus, meinem Doktorvater, der mich während meiner Zeit an der Universität Innsbruck immer unterstützt hat. Er ist mir von Anfang an beratend und ideengebend zur Seite gestanden und hat mir in vielen Gesprächen geholfen, meine Arbeit zu planen, zu strukturieren und am Ende auszuführen. Ich bedanke mich auch für die Möglichkeiten, die ich während meiner Zeit als Dissertantin bekommen habe: Die Erfahrungen, die ich als Lehrveranstaltungsleiterin, Vortragende bei Tagungen und auch als Moderatorin bei Veranstaltungen sammeln durfte, haben mir auch für meine spätere Arbeitslaufbahn sehr geholfen.

Ein besonderer Dank gilt auch Renate Giacomuzzi, die mir die Möglichkeit gegeben hat, am Projekt Autorenhomepages mitzuarbeiten und so wichtige Erfahrungen in allen Bereichen des wissenschaftlichen Arbeitens zu sammeln. Ohne das Projekt wäre die vorliegende Arbeit sicher nicht in der Form zustande gekommen, in der sie heute vorliegt. Auch unsere Gespräche und Diskussionen haben mir sehr bei der Arbeit an der Dissertation geholfen und auch unsere gemeinsamen Reisen zu Tagungen waren für mich unheimlich wertvoll.

Außerdem möchte ich mich bei Irene Zanol und Veronika Schuchter bedanken, die mir zu jeder Zeit für fachliche und persönliche Diskussionen zur Seite standen.

Ein ganz besonderer Dank gebührt aber meinen Eltern. Sie haben mich immer unterstützt und motiviert. Auch während meiner Dissertation hatten Sie immer ein offenes Ohr für mich und standen mir zur Seite, wo sie konnten. Ohne Euch wäre ich sicher nicht da, wo ich heute bin.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1.	Ziele / Hypothesen	2
1.2.	Methoden	3
1.3.	Bisheriger Stand der Forschung	4
1.4.	Aufbau der Arbeit	5
1.5.	Vorweg: Was ist überhaupt ein Autor bzw. eine Autorin? – Ein Abriss über ein Konstrukt	6
2	Die postmoderne Gesellschaft als Rahmen des Phänomens	
	Inszenierung	13
2.1.	Der Begriff Postmoderne	13
2.2.	Merkmale der postmodernen Gesellschaft	20
2.2.1.	Identität und Anerkennung	20
2.2.2.	Das Subjekt in der postmodernen Gesellschaft	25
2.2.3.	Die Position in der Gesellschaft	26
2.2.4.	Soziale Rollen	28
2.2.5.	Symbolisches Kapital	29
3	Theorie der Inszenierung	31
3.1.	Der Begriff der Inszenierung in Sozial- und Theaterwissenschaft	31
3.2.	Theatralität und Selbstinszenierung	36
3.3.	Was ist Inszenierung?	38
3.3.1.	Korporalität	40
3.3.2.	Wahrnehmung	41

3.3.3.	Habitus	42
3.3.4.	Medientheatralität	42
3.3.5.	Authentizität	44
3.3.6.	Aufmerksamkeitserzeugung	45
3.3.7.	Imagepflege	46
3.3.8.	Prominenz	47
3.4.	Die moderne Inszenierungsgesellschaft	49
4	Voraussetzung: Medien, Internet und Informationsflut	53
4.1.	Historie der Informationsflut	53
4.2.	Das Internet und die Konsumgesellschaft	56
4.3.	Aufmerksamkeit und Massenmedien	58
5	Autorinszenierung – ein historischer Abriss	61
5.1.	Grundlagen der Inszenierung	61
5.2.	Medien der Inszenierung	63
5.2.1.	Körper	64
5.2.2.	Foto	65
5.2.3.	Authentizität	70
5.2.4.	Biographie	72
5.2.5.	Maske / Verschwinden / Nichtvorhandensein	75
5.2.6.	Skandal	77
5.2.7.	Performance	78
5.2.8.	Werk	84
5.2.9.	Paratexte	85
5.2.10.	Brief und Tagebuch	87
6	AutorInnen und das Internet	89
6.1.	Netzliteratur	96
6.2.	Literatur im Netz	100
6.3.	Textsammlungen und Literaturkritik – digitale Literaturmagazine	101

6.4.	Autorenblogs.....	102
6.4.1.	Beispiel: Abfall für alle – Rainald Goetz.....	104
6.4.2.	Die Dschungel.Anderswelt – Alban Nikolai Herbst.....	105
7	AutorInnen und das Internet – ein geschichtlicher Überblick	109
7.1.	Konzepte.....	109
7.2.	Hypertextprojekte	111
7.3.	Code Work.....	115
7.4.	Blogs.....	116
7.5.	Selfpublishing als E-Book.....	116
8	Was ist eine Autorenhompage?.....	119
8.1.	Die Visitenkarte	122
8.2.	Die Arbeit im Mittelpunkt.....	125
8.3.	Die Performance im Mittelpunkt	134
8.4.	Meinungen im Mittelpunkt	138
8.5.	Das Marketing im Mittelpunkt.....	143
8.6.	Der Autor bzw. die Autorin im Hintergrund.....	148
9	AutorInnen und Verlage im Internet – Werbung 2.0.....	153
9.1.	Was ist das Web 2.0?.....	153
9.2.	Begünstigungen der Entstehung des Web 2.0.....	155
9.3.	Woher stammt der Name Web 2.0?.....	156
9.3.1.	Das Web als Plattform	157
9.3.2.	Nutzergenerierte Inhalte	158
9.3.3.	Daten stehen im Mittelpunkt der Anwendungen	159
9.3.4.	Neue Formen der Softwareentwicklung	160
9.3.5.	Leichtgewichtige Programmiermodelle.....	161
9.3.6.	Software, die auf mehreren Geräten genutzt werden kann.....	161

9.3.7.	Benutzerführung	162
9.3.8.	The Long Tail – Chance für Nischenprodukte	162
9.3.9.	Juristische Herausforderungen	162
9.3.10.	Neue Geschäftsmodelle	163
9.3.11.	Eigene Web-2.0-Ästhetik	163
9.4.	Social Web	164
9.5.	Was sind Social Media?	165
9.5.1.	Wiki	168
9.5.2.	Weblogs/Blogs	170
9.5.3.	Podcasts	173
9.5.4.	Microblogs	174
9.5.5.	Soziale Netzwerke	176
9.5.6.	Social Bookmarking / Social Sharing	179
9.5.7.	Sonstiges	180
10	Die gesellschaftliche Bedeutung von Social Media	183
10.1.	Social Media Marketing oder die Verlagerung von Werbung bzw. PR ins Internet	183
10.1.1.	Weblogs als Instrument	186
10.1.2.	Microblogs als Instrument	188
10.1.3.	Soziale Netzwerke als Instrument	190
10.1.4.	Podcasts als Instrument	191
10.1.5.	Wikis als Instrument	192
10.2.	Beispiele für Marketing 2.0	193
10.2.1.	Herkömmliche Bewerbung von Büchern	193
10.2.2.	Veranstaltungsankündigungen	193
10.2.3.	Verbreitung von Rezensionen und Zeitungsartikel verbreiten	194
10.2.4.	Videos	195
10.2.5.	Links zu Literatursendungen	195
10.2.6.	Themenirrelevante Videos, Links, Bilder usw.	196
10.2.7.	Mehrwert durch Kommentare anderer	196
10.2.8.	Fanseiten von Verlagen	196
10.2.9.	Fanseiten von Autorinnen und Autoren	200

10.3. Der Autor auf Facebook	201
10.3.1. Facebook als Instrument der Inszenierung	202
10.4. Typologie der Autoren-Fanseiten auf Facebook.....	204
10.4.1. Der Autor bzw. die Autorin im Hintergrund	204
10.4.2. Der Text im Mittelpunkt	205
10.4.3. Das Privatleben im Mittelpunkt	206
10.4.4. Die Performance im Mittelpunkt	210
10.4.5. Das Marketing im Mittelpunkt	216
10.4.6. Meinungen im Mittelpunkt	218
11 Zusammenfassung	223
12 Literaturliste	231
12.1. Verwendete Literatur	231
12.2. Verwendete Websites.....	243
12.3. Autorenhomepages.....	246
12.4. Facebook-Fanseiten.....	247
Abbildungsverzeichnis	249

1 Einleitung

Das Internet gehört mittlerweile zum Alltag. Ob wir E-Mails schreiben, einen Begriff ‚googeln‘ oder ein Online-Formular ausfüllen – wir haben täglich mit dem noch relativ jungen Medium zu tun. Es hat die oberste Stelle in der Kommunikation der meisten Menschen eingenommen und ist daher kaum noch wegzudenken. Es gibt kein Büro, das ohne E-Mail-Verkehr, geschweige denn ohne Internetanschluss existieren könnte. Fast jede Firma präsentiert sich im Internet, damit potentielle Kunden die Kontaktdaten schnell finden und sich auf einfache Weise einen Überblick über die Angebote des Unternehmens verschaffen können. Ämter, Universitäten und sonstige öffentliche Institutionen, aber auch Privatpersonen nutzen täglich Dienste, die im Internet angeboten werden. Das World Wide Web erspart einem beispielsweise Amtsgänge oder auch das Einkaufen in Geschäften. Auch der Kontakt mit FreundInnen¹ via Facebook oder etwa die Möglichkeit, über Plattformen wie Wikipedia, Wissen allgemein zugänglich zu machen, gehören zu den Vorteilen dieses Mediums. Da das Internet mittlerweile eine so wichtige Rolle in unserem Leben – privat, wie auch in der Arbeitswelt, einnimmt – stellt sich im Bereich der Germanistik die Frage, wie sich diese Entwicklungen auf Autorinnen und Autoren auswirken. Um das Thema etwas zu konkretisieren: Es soll festgehalten werden, dass hier nicht die Frage behandelt werden soll, ob Autorinnen und Autoren das Internet privat nutzen bzw. in welchem Ausmaß sie es für allgemeine Kontakte mit Verlagen, Presse etc. verwenden. Hier ist davon auszugehen, dass Autorinnen und Autoren das Internet so regelmäßig nutzen wie jeder andere Mensch im 21. Jahrhundert. Die Forschungsfragen, die sich in diesem Zusammenhang stellen, beziehen sich auf den Nutzen für Autorinnen und Autoren in

1 Die vorliegende Arbeit verwendet für einen geschlechtergerechten Sprachgebrauch die Doppelnennung und das Binnen-I, um durch die Abwechslung den Lesefluss zu verbessern.

professioneller Hinsicht bzw. auf die beruflichen Vorteile, die sie durch spezielle Angebote im WWW erzielen. Da das Internet eine Präsentationsplattform darstellt, stellen sich in der vorliegenden Arbeit zunächst folgende grundsätzliche Fragen: Wie können die Möglichkeiten der Präsentation von Autorinnen und Autoren im Internet aussehen? Welche Mittel und Plattformen verwenden sie? Da die Präsentation im Internet auch immer etwas damit zu tun hat, wie man sich darstellen will bzw. wie man sich inszeniert, wird dieser Bereich besonders beleuchtet werden. Hier stellen sich auch die Fragen: Was ist Inszenierung? Wie kann Inszenierung aussehen? Wie hat sich die Inszenierung von Autorinnen und Autoren im Laufe der Zeit entwickelt? Wie sieht Inszenierung von Autorinnen und Autoren im Internet aus?

1.1. Ziele / Hypothesen

Autorenhomepages und Facebookseiten stellen moderne und meist auch kostengünstige Möglichkeiten für AutorInnen dar, sich in der Öffentlichkeit zu präsentieren bzw. Werbung für sich und ihre Werke zu machen. Die herkömmliche, eher statische Form der Homepage ist mittlerweile bei professionell Schreibenden – bzw. deren Verlagen, von denen diese Art der PR häufig betreut und finanziert wird – weit verbreitet. In den letzten Jahrzehnten haben sich Soziale Netzwerke wie Facebook, MySpace oder Twitter sowie Weblogs zu wichtigen Instrumenten für Literatinnen und Literaten entwickelt, die sich einer breiteren Öffentlichkeit präsentieren und so vielleicht auch ein ganz neues Publikum ansprechen wollen. In diesem Zusammenhang ist zunächst zu klären, was die Begriffe Präsentation bzw. Inszenierung bedeuten. Vor allem soziologische Aspekte dieses Themas müssen beleuchtet werden, damit ein Fundament für eine genauere Analyse der Präsentationen im Internet geschaffen werden kann.

Das Ziel der vorliegenden Dissertation ist die Beschreibung, Kategorisierung und Analyse der verschiedenen Formen der Selbstinszenierung von Autorinnen und Autoren im Internet. Besonders im Zentrum stehen Autorenhomepages sowie Facebook-Fanseiten als Beispiele für die neueren Formen der Internetpräsenz. Dadurch soll ein wesentlicher Beitrag zur Beantwortung der grundsätzlichen Forschungs-

frage geleistet werden, wie sich die Präsentation von Schreibenden durch die Möglichkeiten des Webs verändert hat und ständig weiter verändert. In diesem Zusammenhang wird auch ein kurzer Überblick über das Thema ‚Selbstdarstellung von AutorInnen‘ gegeben werden. Eine systematische Analyse soll zeigen, welche Möglichkeiten der Selbstdarstellung bzw. Selbstinszenierung durch die Präsentation im Internet von AutorInnen genutzt werden. Die Analyse soll in Form einer Typologie erstellt werden, die zeigt, welche Arten der Inszenierung am häufigsten vorkommen. Die Arten der Inszenierung werden anhand von Beispielen erläutert. Abschließend soll ein Überblick über die Nutzung des Internets und die daraus entstehenden Möglichkeiten für Schriftstellerinnen und Schriftsteller entstehen.

1.2. Methoden

Die vorliegende Dissertation gibt einen Überblick darüber, wie sich AutorInnen im Internet präsentieren. Neben der Autorenhomepage wird auch die (Selbst-)Präsentation auf Facebook als prägnantes Beispiel für den Bereich Social Media untersucht. Hierfür müssen zunächst die Relevanz bzw. der Einfluss von Internet und sozialen Plattformen in Hinsicht auf das Thema ermittelt werden. Da in dieser Dissertation Überschneidungen von mehreren Forschungsgebieten vorliegen, wird ein Methoden-Mix angewendet, um möglichst viele Aspekte des Themas beleuchten zu können. Weil es sich um ein medienrelevantes Thema handelt, gelangen vor allem Methoden aus dem Bereich der Medienforschung zur Anwendung. Einen wesentlichen Teil wird die Inhaltsanalyse von Autorenhomepages und Facebook-Fanseiten ausmachen sowie eine Typologisierung, welche Art von Inszenierung in erster Linie zu finden ist. Hier stellen sich die Fragen: Wie wird diese Inszenierung inhaltlich vollzogen? Welche Mittel werden hierfür verwendet? Welche Folgerungen bzw. Interpretationen ergeben sich in Hinblick auf das Medium und seine Spezifika? Auch soziologische bzw. kulturwissenschaftliche Fragestellungen werden in der vorliegenden Arbeit zum Tragen kommen. Da der Autor bzw. die Autorin nicht alleine existiert, sondern in einem Netz aus gesellschaftsinterner Beziehungen, ist er oder sie auch von ebenjener Gesellschaft abhängig. Des-

halb müssen auch das gesellschaftliche und das literarische Feld im Sinne Bourdieus² untersucht und mit dem Phänomen der Inszenierung im Internet in Verbindung gebracht werden.

1.3. Bisheriger Stand der Forschung

Soweit ersichtlich gibt es bislang weder in der englisch- noch in der deutschsprachigen Literaturwissenschaft eine Typologisierung von Arten der Selbstinszenierung von Autorinnen und Autoren im Internet. Der Akzent der Internet-Forschung lag zu Beginn vor allem im Bereich der Netzliteratur und der Netzkunst³, zu denen mittlerweile grundlegende Arbeiten publiziert bzw. Projekte initiiert wurden. Dieser Forschungszweig steht mittlerweile allerdings nicht mehr im Mittelpunkt. Das Interesse der Forschung hat sich inzwischen mehr auf neuere Formen der Präsentation im Internet verlagert. Beispielsweise wurde die Autorenhompage als Inszenierungsplattform in einem Artikel von Kerstin Paulsen angerissen und in einigen anderen Publikationen als Randthema genannt.⁴ Das Thema Selbstinszenierung von Autorinnen und Autoren wurde hingegen schon in mehreren Sammelbänden untersucht. Einen geschichtlichen Überblick bieten Gunter E. Grimm und Christian Schärf.⁵

Autorinszenierungen im Kontext von Medien wurden von Christine Künzel und Jörg Schönert⁶ analysiert. Mit diesem Thema befasst sich außerdem der Band „Medien der Autorschaft – Formen literarischer (Selbst-)Inszenierung von Brief und Tagebuch bis Fotografie und Interview“⁷, herausgegeben von Lucas Marco Gisi, Urs Meyer und Reto Sorg. Eine Typologie und Geschichte schriftstellerischer Inszenierungspraktiken wurde von Christoph Jürgensen und Gerhard Kaiser

2 Vgl. Bourdieu 2001, S. 239.

3 Vgl. Arnold 2001; Böhler 2001; Hartling 2009; Heibach 2003; Simanowski 2002; Suter/Böhler 1999.

4 Paulsen 2007, S. 258; knappe Hinweise zur Gattung sind bei Boesken 2010, S. 66 ff. und Ortman 2001, S. 49f. zu finden.

5 Vgl. Grimm/Schärf 2008.

6 Vgl. Künzel/Schönert 2007.

7 Vgl. Gisi/Meyer/Sorg 2013.

publiziert.⁸ Auf ähnliche Weise – allerdings bei weitem ausführlicher – hat sich Carolin John-Wenndorf mit dem *Öffentlichen Autor* auseinandergesetzt. Nebst dem Entwurf einer feldbasierten, mythologischen Diskursanalyse bietet sie eine Kulturgeschichte der Selbstdarstellung vom Mittelalter bis heute, Praktiken der Selbstdarstellung sowie eine „Kleine Dichtertypologie“⁹. Allerdings werden auch hier die Themen Website und Facebook-Fanseite nicht näher erwähnt. In den Tagungsbänden *Netzliteratur im Archiv*¹⁰ und *Subjektform Autor*¹¹ finden sich Texte zu Autorenhomepages und Facebook-Fansseiten. Der Band *Subjektform Autor* beschäftigt sich zusätzlich noch mit anderen Formen der Inszenierung von Autorschaft.

Wichtig für die vorliegende Arbeit ist auch das FWF-Projekt Autorenhomepages, das am Innsbrucker Zeitungsarchiv unter der Leitung von Renate Giacomuzzi zwischen 2011 und 2014 durchgeführt wurde. Dieses Projekt stellt die Grundlage der vorliegenden Forschungsarbeit dar und gibt auch den erforschten Korpus, gerade im Bereich der Autorenhomepages, vor. Die Archivierung wurde in Zusammenarbeit mit dem Internet Archive in San Francisco im Rahmen des Services Archive-it durchgeführt. Mit Beendigung des Projekts im Jahr 2014 wurde auch die Sammlung abgeschlossen, auf Anfrage werden für Forschungszwecke jedoch auch weiterhin neue Quellen aufgenommen.¹²

1.4. Aufbau der Arbeit

Damit das Thema der Inszenierung genauer unter die Lupe genommen werden kann, wird der erste Teil der Arbeit der Theorie, in erster Linie aus soziologischer Sicht, gewidmet sein. Zunächst werden der gesellschaftliche Rahmen und der Begriff der Postmoderne näher erläutert, da diese mit der Inszenierung als Phänomen eng verknüpft sind und die Grundlage für eine Theorie der Inszenierung darstellen. Im

⁸ Vgl. Jürgensen/Kaiser 2011a.

⁹ Vgl. John-Wenndorf 2014.

¹⁰ Giacomuzzi 2017, Sporer 2017.

¹¹ Sporer 2014.

¹² Vgl. <https://www.uibk.ac.at/iza/sammlungen/webarchiv.html> (letzter Zugriff: 18.8.2018).

Weiteren wird es um Rollen, Subjekte und Anerkennung in der post-modernen Gesellschaft gehen. Der nächste Abschnitt wird sich mit der Erläuterung des Begriffs Inszenierung auseinandersetzen. Hier spielen die Korporalität und der Habitus im Sinne Bourdieus sowie das Thema der Anerkennung eine Rolle. Nach der Klärung der soziologischen Grundlagen wendet sich die Arbeit dem Bereich der Medientheorie zu. Hier soll ein kurzer Überblick über den Zusammenhang zwischen Medien, Aufmerksamkeit und Anerkennung gegeben werden, um einen Zusammenhang zwischen den Themen Internet und Inszenierung herstellen zu können. Das darauffolgende Kapitel befasst sich mit einem historischen Abriss des Themas Inszenierung von Autorinnen und Autoren. Auch hier wird vor allem die Frage nach den Medien der Inszenierung in den Mittelpunkt gestellt und anhand von Beispielen erläutert. Als letzter Part vor der Analyse von Autorenhompages und Facebook-Fanseiten wird das Verhältnis von Autorinnen bzw. Autoren zum Internet untersucht. Hierbei stellen sich die Fragen: Wann und wieso begannen sie das Internet zu nutzen? Auf welche Weise wird das Internet von Autorinnen und Autoren verwendet? Was für Vorteile generieren sie daraus? Auch dieser Teil wird mit einem historischen Überblick beendet werden. Am Ende des theoretischen Teils der Arbeit wird die Gattung Autorenhompage diskutiert und mit einer Kategorisierung sowie einer Analyse von beispielhaften Autorenhompages abgeschlossen. Im letzten Teil wird die Inszenierung in Social Media anhand des Beispiels von Facebook-Fanseiten untersucht. Da Social Media eine relativ neue Form im Internet darstellen, wird dieser Begriff bzw. der Begriff Web 2.0 geklärt, um eine Grundlage für die nachfolgende Typologie von Facebook-Fanseiten zu schaffen.

1.5. Vorweg: Was ist überhaupt ein Autor bzw. eine Autorin? – Ein Abriss über ein Konstrukt

Der „Autor“¹³ stellt seit Jahrzehnten ein kontrovers diskutiertes Thema der Forschung dar. 1968 verfasste Roland Barthes seine Schrift *Tod des*

13 Der Begriff „Autor“ wird in diesem historischen Abriss des wissenschaftlichen Diskurses über Autorschaft als *Terminus technicus* nicht gegendert.

*Autors*¹⁴. Dieser Beitrag führte dazu, dass die Einbeziehung des Autors in die Interpretation eines Textes als nicht mehr notwendig oder sogar als „naiv“¹⁵ betrachtet wurde. Barthes weist in seinen Ausführungen darauf hin, dass in archaischen Kulturen eine Erzählung immer von einem Vermittler kam und deshalb nur die Ausführung gelobt wurde. Der Autor sei eine „moderne Figur, die unsere Gesellschaft hervorbrachte, als sie am Ende des Mittelalters im englischen Empirismus, im französischen Rationalismus und im persönlichen Glauben der Reformation den Wert des Individuums entdeckte [...]“¹⁶ Doch nun müsse man, so Barthes, wieder zu einer Betrachtungsweise zurückkehren, bei der der Autor nicht die entscheidende Rolle für den Text spielt. Barthes kommt zu folgendem Schluss: „Ein Text ist aus vielfältigen Schriften zusammengesetzt, die verschiedenen Kulturen entstammen und miteinander in Dialog treten, sich parodieren, einander Fragen stellen.“¹⁷ Somit vertritt Barthes – ähnlich wie Julia Kristeva¹⁸ – ein Konzept der Intertextualität: Der Text wird nicht vom Autor verfasst, sondern von diesem aus schon vorhandenen Zitaten zu einem neuen ‚Gewebe‘ verarbeitet. Diese Sicht erfordert eine neue Form der Rezeption. Texte sollen nicht „im Hinblick auf einen richtigen und endgültigen Sinn ‚entziffert‘ werden; stattdessen sind ihre diffusen Sinngebungsstrategien zu ‚entwirren‘“¹⁹ Der Leser dient in diesem System als „Raum, in dem sich alle Zitate, aus denen sich eine Schrift zusammensetzt, einschreiben“²⁰. Auch Michel Foucault beschäftigt sich anknüpfend an Barthes mit der Frage: *Was ist ein Autor?*²¹ Foucault ist zwar nicht der Meinung, dass die Kategorie Autor ganz aus dem interpretatorischen Diskurs verschwinden müsse, aber er votiert für eine weiter gefasste Kontextualisierung. Der ‚reale‘ Autor²² sei nicht zentral für den wissenschaftlichen Diskurs. Dafür komme dem Autornamen eine besondere Bedeutung zu:

14 Vgl. Barthes 2000.

15 Jannidis 1999, S. 3.

16 Barthes 2000, S. 186.

17 Barthes 2000, S. 192.

18 Vgl. Angerer 2005.

19 Jannidis 2000b, S. 182.

20 Barthes 2000, S. 192.

21 Foucault 2000.

22 Hiermit ist der Autor als reale Person gemeint.

[...] er besitzt klassifikatorische Funktion; mit einem solchen Namen kann man eine gewisse Zahl an Texten gruppieren, sie abgrenzen, einige ausschließen, sie anderen gegenüberstellen. Außerdem bewirkt er eine Inbezugsetzung der Texte zueinander.²³

Somit hat der Autor nicht als ‚reale‘ Person eine Berechtigung im wissenschaftlichen Diskurs, sondern als Ordnungseinheit in bestimmten Diskursen. Auch Foucault sieht den Autor nicht als Genie, sondern ähnlich wie Barthes als ein „Funktionsprinzip, mit dem, in unserer Kultur, man einschränkt, ausschließt und auswählt [...]“.²⁴ Diese beiden Positionen sind die prägnantesten in der wissenschaftlichen Debatte, doch waren sie nicht die ersten, die den Autor als Größe in der Interpretation in Frage gestellt haben. Schon in den 1940er Jahren gab es Vertreter des New Criticism, die sich gegen die Einbeziehung der Autorintention in die Interpretation von literarischen Werken aussprachen. William K. Wimsatt und Monroe C. Beardsley postulieren dies in ihrem Aufsatz *Der intentionale Fehlschluss*²⁵: Hier wird dargelegt, dass die Intention des Autors für die Interpretation irrelevant ist und das Werk in der Folge in den Mittelpunkt rückt.

Wir stellten die Behauptung auf, dass die Absicht oder die Intention des Autors weder eindeutig erkennbar noch ein wünschenswerter Maßstab ist, um den Erfolg eines literarischen Werkes zu beurteilen.²⁶

Auch Wolfgang Kayser entwirft in den 1950er Jahren eine Theorie, die sich mit der Instanz „Autor“ auseinandersetzt. Er stellt fest, dass man bei einer Interpretation immer „Autor“ und „Erzähler“ trennen müsse.²⁷ Ein weiterer Ansatz wurde in den 1960er Jahren von Wayne C. Booth verfolgt. Er plädiert dafür, dass der Autor durch das Konzept des „implied author“²⁸ abgelöst werden müsse, der eine Art vermittelnde Instanz zwischen den LeserInnen und dem Autor darstellt. In der Folge geht Wolfgang Iser noch weiter und verschiebt seine Untersuchungen vom Autor auf den „impliziten Leser“²⁹. Auch wenn der

23 Foucault 2000, S. 210.

24 Foucault 2000, S. 228.

25 Wimsatt/Beardsley 2000.

26 Wimsatt/Beardsley 2000, S. 54.

27 Kayser 2000.

28 Booth 2000.

29 Vgl. Iser 1972.

Autor vielfach als „tot“ oder weniger wichtig angesehen wird, so war und ist die interpretatorische Praxis doch eine andere. So heißt es etwa im Tagungsband *Rückkehr des Autors*³⁰ im einleitenden Artikel: „Die Praxis der Interpretation(en) literarischer Texte demonstriert vielmehr legitime, ja notwendige Verwendungsweisen des Autorbegriffs, die von der Theoriediskussion nicht angemessen wahrgenommen werden.“³¹ Auch einzelne Bereiche der Literaturwissenschaft, etwa die Editions-wissenschaft, beschäftigen sich weiterhin mit Autoren und deren Biographien. Man kann also nicht behaupten, dass sich die Literaturwissenschaft im Allgemeinen nicht für den ‚realen‘ Autor interessiert habe. Auch außerhalb der wissenschaftlichen Forschung ist der Autor nie aus dem Blickfeld verschwunden. So wird in der Einleitung der Publikation *Rückkehr des Autors* bemerkt:

Wir kaufen uns den ‚neuen‘ Grass, gehen zu Martin Walsers Autorenle-sung, protestieren gegen die Verfolgung Salman Rushdies, sehen uns die neueste Shakespeare-Verfilmung im Kino an, suchen in der Buchhand-lung unter der Rubrik ‚Frauenliteratur‘ oder füllen im Online-Buchhan-del das Suchfeld ‚Autor: Name, Vorname‘ aus.³²

Wie man an den vielen Tagungs- und Sammelbänden³³, die im vergan-genen Jahrzehnt erschienen sind, erkennen kann, werden der Begriff „Autor“ und dessen Einbindung in eine literaturwissenschaftliche Theorie heute immer noch kontrovers diskutiert. Dies hängt unter an-derem mit den neuen medialen Voraussetzungen und deren Einfluss auf die Literatur bzw. auf AutorInnen und deren literarische Mög-lichkeiten zusammen. Die Debatte führte zu einer Sichtweise, die Florian Hartling, der sich in seiner Publikation *Der digitale Autor*³⁴ ausführ-lich mit dem Thema Autorschaft und Internet auseinandersetzt, wie folgt auf ironische Weise beschreibt: „Das Internet, so die euphori-schen Hypertexttheoretiker, würde den Autor endgültig verabschied-en.“³⁵ Zu einer solchen Auffassung kam es durch die Möglichkeit des

30 Vgl. Jannidis 1999.

31 Jannidis 1999, S. 3.

32 Ebd.

33 Hier sind vor allem zu nennen: Bein 2004; Detering 2002; Grimm 2008; Jannidis 1999; Jannidis 2000a; Kleinschmidt 1998; Künzel 2007; Steiner 2009.

34 Hartling 2009.

35 Hartling 2009, S. 9.

WWW, Texte ganz ohne Verweise auf einen Autor (oder zumindest auf einen real existierenden Autor) zu präsentieren oder die Texte im Rahmen eines kollaborativen Projektes eines Autorenkollektivs³⁶ zu veröffentlichen. Hartling stellt folgendes fest: „Kollektive Inhaltsproduktion wie sie bisher vor allem im Onlinejournalismus und bei Online-Enzyklopädien zu finden ist, scheint zuzunehmen und auf literarische Autorschaftsmodelle auszustrahlen.“³⁷ Die neuen Voraussetzungen führten zu einer weiteren, dem entgegengesetzten Entwicklung.³⁸ Autorinnen und Autoren bekamen durch die Plattform Internet eine neue Bühne der (Selbst-)Inszenierung und konnten so wieder in den Mittelpunkt des Interesses rücken. Auch Florian Hartling meint:

An die Stelle des marginalisierten Autors tritt also auch im Internet ein recht lebendiger literarischer Autor, der ganz unterschiedliche Automodelle realisieren kann, je nach künstlerischer Konzeption und Hyper-Poetik. Das bedeutet, dass sich im Internet als Kommunikations- und Handlungsraum Schriftstellerinnen und Schriftsteller mit starkem Autorbegriff auch als starke Autoren und Autorinnen inszenieren (z.B. durch gesteigerten Personenkult und Individualisierung).³⁹

Es ist im Internet möglich, sich auf einfache und kostengünstige Weise zu präsentieren. In diesem Zusammenhang kann eine Autorenhomepage das zentrale Mittel zur Selbstpräsentation sein, da sich Autoren auf dieser mit Fotos, Texten, Videos und Audio-Dateien in Szene setzen können. Simone Winko beschreibt die Stellung des Autors im Internet wie folgt:

Erwähnenswert ist jedoch, daß das neue Medium zwei der traditionellen Aspekte, die die Zuschreibung eines Texts zu einem Autor hat, in verstärktem Maße auszuprägen hilft: den biographischen und den Authentizitätsaspekt. Biographisches spielt zum Beispiel im Internet eine wichtige Rolle; zahlreiche Autoren ermöglichen es ihren Lesern, per Mausclick zu ihrer Homepage zu gelangen, auf der sie nicht selten ungewöhnlich detaillierte Informationen über ihr Leben, ihre Interessen, weitere Texte und anderes präsentieren.⁴⁰

36 Hartling 2009, S. 37f.

37 Hartling 2009, S. 10.

38 Vgl. Simanowski 2004.

39 Hartling 2009, S. 10.

40 Winko 1999.

Autoren können sich im Internet selbst zu einer Marke mit Wiedererkennungswert stilisieren, wie dies ja in der Werbung schon lange üblich ist. Die Tendenz, sich als Autor in den Mittelpunkt des Interesses zu stellen, ist im deutschsprachigen Raum seit den 1990er Jahren verstärkt zu beobachten, im englischsprachigen Raum schon früher:

Autorinnen und Autoren wie auch Verlage scheinen sich seit den 1980er Jahren verstärkt auf Marketingstrategien verlassen zu haben, die mit Techniken der (Selbst-)Inszenierung und der Darbietung von Literatur als „Event“ einhergehen. Spätestens die Popkultur und ihre Autorinnen und Autoren – von Bret Easton Ellis über Nick Hornby bis hin zu den deutschen Literaten von Tristesse Royale – haben inzwischen deutlich gemacht, welche Macht Marken und Labels in der post-modernen Gesellschaft haben können.⁴¹

Ein professioneller Auftritt, egal ob bei einer Veranstaltung oder im Internet ist für eine erfolgreiche Selbstvermarktung für Autoren essentiell. Ohne über Verlagsmarketing und Selbstvermarktung Aufmerksamkeit zu generieren, ist es heutzutage schwer, eine Fangemeinde aufzubauen.

⁴¹ Künzel 2007, S. 15; siehe auch Niefanger 2002.

2 Die postmoderne Gesellschaft als Rahmen des Phänomens Inszenierung

2.1. Der Begriff Postmoderne

Wenn man über Formen und Bedeutung der Autorinszenierung unter den heutigen medialen Bedingungen sprechen will, kommt man nicht umhin, auf jene Theorien und Modelle zu verweisen, die weitgehend als gültiges Bild oder Selbstbild unserer Gesellschaft akzeptiert sind. Hier spielt vor allem der im Sinne von Jean-François Lyotard verwendete Begriff der „Postmoderne“⁴² eine zentrale Rolle. Auch wenn es den Begriff schon früher gab, hat Lyotards Text *Das postmoderne Wissen*⁴³ das Verständnis dessen geprägt, was unter Postmoderne ganz allgemein subsumiert wird. Der Terminus selbst ist in der Fachwelt allerdings umstritten.⁴⁴ So betrachten Welsch⁴⁵ oder auch Beck⁴⁶ etwa das, was als Postmoderne bezeichnet wird, nicht als eigene Epoche, sondern als Fortführung der Moderne und finden den Begriff daher unpassend bzw. sogar irreführend. Er suggeriert, dass es sich um etwas komplett Neues handelt, obwohl es in ihrem Verständnis nur eine Weiterentwicklung darstellt. Im Werk *Reflexive Modernisierung*⁴⁷ haben Ulrich Beck, Anthony Giddens und Scott Lash als einen gemeinsamen Punkt ihrer Forschung die Ablehnung des Begriffs „Postmoderne“ herausgearbeitet und in der Folge den neuen Begriff der „Reflexiven Modernisierung“ geschaffen, der ihrer Meinung nach offener und daher

42 Vgl. Lyotard 1997; Welsch 2007; Beck 1986; Beck/Giddens/Lash 1996; Baumann 2008; Reckwitz 2010.

43 Lyotard 1997.

44 Vgl. Welsch 2007, S. 12ff.

45 Welsch 2007, S. 1ff.

46 Vgl. Beck 1986

47 Beck/Giddens/Lash 1996.