

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Welcome to #London2012
Soziale Netzwerke als Teil der Großinszenierung

Verfasser

Dominik Kepczynski

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. habil. Michael Gissenwehner

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich eidesstattlich, dass die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst wurde. Ich habe alle direkten und indirekten Zitate deutlich gekennzeichnet und die Quellen im Literaturverzeichnis korrekt angegeben.

Gender-Erklärung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Diplomarbeit die Sprachform des generischen Maskulinums angewendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung der männlichen Form geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

Vorwort

Soziale Netzwerke und digitale Kommunikation prägen unseren heutigen Alltag. Ich konnte mich schon früh für eben diese Entwicklungen begeistern und wollte schon oft hinter die unterbewussten Abläufe blicken, die während der Interaktion mit anderen Menschen durch die Neuen Medien stattfinden. Meine Erfahrung mit dem Schauspielen konnte mir bei der Stoffsammlung behilflich sein, da die Kommunikation genauso Rollenmuster aufweist wie sie auf der Bühne oder im Film existieren.

Durch die Verknüpfung des Themas der sozialen Medien mit dem Schwerpunkt der Olympischen Spiele konnte ich zwei Bereiche miteinander verbinden, die sich durch ihren sozialen Charakter ergänzen. Der Sport und eben dessen Inszenierung bei den Olympischen Spielen spiegelt sich in den digitalen Medien wider, somit bilden diese eine erweiterte Ebene des Olympischen Gedankens.

Ich möchte mit dieser Arbeit versuchen, hinter die Inszenierung zu blicken und versuchen zu erörtern, welchen Mehrwert soziale Medien für eine Großveranstaltung wie die Olympischen Spielen haben. Die Analyse soll sich speziell auf die Eröffnungszeremonie der Olympischen Spiele in London 2012 richten und Elemente daraus genauer beleuchten.

Inhalt

GRUNDLEGENDE BEGRIFFE	6
DARSTELLUNGSFORMEN DES EIGENEN ICHS	10
SOZIALE NETZWERKE	18
SELBSTDARSTELLUNG IN SOZIALEN MEDIEN	27
EXKURS: DIE OLYMPISCHE BEWEGUNG	32
#LONDON2012	35
EINFLUSS DER SOZIALEN MEDIEN AUF DIE ERÖFFNUNGSZEREMONIE	43
VERBINDUNG SOZIALER MEDIEN UND OLYMPIA-BEWEGUNG	55
ABSCHLUSSGEDANKE	71
LITERATUR	73
BILDSCHIRMFOTOS	75
ZUSAMMENFASSUNG	79
WISSENSCHAFTLICHER WERDEGANG UND LEBENSLAUF	80

Grundlegende Begriffe

Kommunikation(stheorie)

"Kommunikation ist die Übermittlung einer Information. Information ist die Neuigkeit einer Nachricht. Eine Nachricht ist eine Anordnung von Zeichen"¹, schreibt Siegfried Maser in seiner Abhandlung zum Thema Kommunikationstheorie.

Menschen sind als soziale Lebewesen darauf angewiesen miteinander zu kommunizieren. Funktionierten die Kontaktaufnahme und Übermittlung von Daten vor tausenden von Jahren noch über direkten Blickkontakt, so ist es heute nur nötig, auf dem Smartphone gelbe Gesichter zu verschicken, um andere über den eigenen Gefühlszustand zu informieren. Da heutzutage ein Großteil unserer Kommunikation über digitale Kanäle geleitet wird, verwandeln wir unsere Informationen in maschinell verarbeitbare Codes, um den Datenaustausch zu gewährleisten. Jede Interaktion mit einem anderen Lebewesen erfordert eine Art der Selbstinszenierung, die es hier nun zu erörtern gilt.

Theatralität

Anfang des 20. Jahrhunderts begann sich die Theaterwissenschaft aus der Literaturwissenschaft zu etablieren. Gesucht wurde ein Wissenschaftsbereich, der nicht nur den Text und dessen Entstehung mit den zur Verfügung stehenden Werkzeugen analysierte, sondern eine umfassende Beschreibung der Tatsache, dass Bühnen- und Performance-Abläufe genauso Teil einer theatralen Handlung sind.

¹ Maser, Siegfried. *Grundlagen der allgemeinen Kommunikationstheorie*. 1971, 2. Auflage
Berliner Union-Stuttgart, S.14

In ihrer Arbeit *Ästhetik des Performativen* schreibt Erika Fischer-Lichte über die Entstehung der Theaterwissenschaft. Spezielles Augenmerk legt sie auf Max Herrmann, dem Begründer der Berliner Theaterwissenschaft. Er etablierte die Theaterwissenschaft von der Literaturwissenschaft unter Bezugnahme der Ritualforschung. Nach Herrmann verhält sich im Theater der Text zur Aufführung wie im Bereich der Ritualforschung der Mythos zum Ritual. In beiden Fällen wurden die Hierarchien der Untersuchungsgegenstände aufgehoben und zu selbstständigen Disziplinen gemacht.²

Vor allem die Tatsache, dass Herrmann die Verbindung zwischen Akteuren und Publikum als eigenen Bestandteil des Theaters sieht, soll hier nur kurz angesprochen, später in dieser Arbeit aber genauer betrachtet werden.

Zu unterscheiden gilt

- das vorgeführte Spiel, wie bei einer Sportveranstaltung;
- das dargestellte Spiel, wie es ein Drama auf der Bühne sein kann;
- und das vorgetäuschte Spiel, wie zum Beispiel ein Kartenspielertrick.³

Inszenierung

Im Großen und Ganzen kann man zwischen zwei unterschiedlichen Begriffen im Bereich der Theaterdarbietung unterscheiden: einerseits wurde der Begriff der *Inszenierung* geprägt, andererseits existiert die Bezeichnung *Aufführung*.

„Unter I.[nszenierung] wird der Vorgang der Planung, Erprobung und Festlegung von Strategien verstanden, nach denen die Materialität einer Aufführung performativ hervorgebracht werden soll, wodurch zum einen die von ihr hervorgebrachten Ereignisse als gegenwärtige in Erscheinung treten und zum anderen eine Situation geschaffen werden wird, die Frei- und Spielräume für nicht-geplante, nicht-inszenierte Handlungen, Verhaltensweisen und Ereignisse eröffnet.“⁴

² vgl. Fischer-Lichte, Erika. *Ästhetik des Performativen*. Suhramp, Frankfurt a. M. 2004, S. 43ff

³ vgl. Goffman, Erving. *Der Theaterrahmen*. in Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a. M. 1996, S.146

⁴ Fischer-Lichte, Erika (Hrsg.), Kolesch, Doris (Hrsg.), Warstat, Matthias (Hrsg.). *Metzlers Lexikon Theatertheorie* Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar, S. 146

Überall dort, wo es eine Aufführung gibt, bedarf es in den meisten Fällen einer Planung und Vorbereitung. Auch in der Performance-Kunst laufen vorab inszenatorische Prozesse ab, die Raum und Zeit für nicht-geplante und improvisierte Handlungen abstecken.⁵

Vor allem unter dem Begriff der Inszenierung versteht man „spezifische Strategien zur Erregung und Lenkung der Aufmerksamkeit“⁶.

Aufführung

„Aufführungen sind immer performativ, während nicht alles, was wir als performativ begreifen, in einer Aufführung in Erscheinung treten muss.“⁷

Im Gegensatz zur *Inszenierung* ist die *Aufführung* ein unwiederbringbares Ereignis und auf die Zeitspanne zwischen Beginn und Ende begrenzt. „In diesem Sinne erschöpft sie sich in ihrer Gegenwertigkeit, d.h. ihrem zwischen Anfang und Ende andauernden Werden und Vergehen, in ihrer Autopoesis.“⁸

Die *Inszenierung* ist die geplante Instanz, die über jeder *Aufführung* steht.

„Gleichwohl ist die A.[ufführung] nach ihrem Ende unwiederbringlich verloren; sie lässt sich niemals wieder als genau dieselbe wiederholen.“⁹ Fischer-Lichte spricht jedoch auch davon, dass sehr wohl gewisse Dinge eine Aufführung überstehen und nicht mit ihrem Ende verschwinden. So kann man die Requisiten oder die Eindrücke, die eine Aufführung hinterlassen hat, als übrig gebliebene Spur deuten, die jedoch als eigenständiges Medium weiterlebt. Des Weiteren entsteht die Aufführung immer durch das Beisein aller Beteiligten neu, sowohl durch die Schauspieler und Performer als auch durch das Publikum.

⁵ vgl. ebenda S. 148ff

⁶ ebenda S. 149

⁷ Fischer-Lichte, Erika. *Performativität - Eine Einführung*. Transcript Verlag, 2012, S. 53

⁸ Fischer-Lichte, Erika (Hrsg.), Kolesch, Doris (Hrsg.), Warstat, Matthias (Hrsg.). *Metzlers Lexikon Theatertheorie* Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar, S. 18

⁹ ebenda S. 18

Fischer-Lichte nennt einige Grundprinzipien, die den Begriff der Aufführung definieren¹⁰:

- es muss eine Beziehung zwischen den Handelnden entstehen, sowohl als auch eine Beziehung zu den zusehenden Personen (Leibliche Ko-Präsenz).
- der Raum, in dem die Handlungen vollzogen werden, jedoch wird hier nicht nur der architektonische, physische Raum herangezogen, sondern jeder atmosphärische Zustand, der eine Räumlichkeit entstehen oder auflösen kann.
- die Handlungen selbst
- Performativität jeder Handlung
- prinzipielle Unvorhersehbarkeit

„Im Kern impliziert Herrmanns Aufführungsbegriff einen Wechsel vom Werkbegriff zum Ereignisbegriff.“¹¹

¹⁰ vgl. Fischer-Lichte, Erika. *Performativität - Eine Einführung*. Transcript Verlag, 2012, S. 54

¹¹ Fischer-Lichte, Erika: „Ästhetik des Performativen“ Suhramp, Frankfurt a. M. 2004, S. 55

Darstellungsformen des eigenen Ichs

Das „Selbst“ allgemein

Hans Dieter Mummendey schreibt zum Thema Selbstdarstellung über das „Selbst“ und über dessen Verwendung im wissenschaftlichen Gebrauch abseits der Psychologie und Psychoanalyse:

„Will man Substanzbegriffe wie etwa den „Seelen“begriff vermeiden und stattdessen lieber auf handlichere Konzepte rekurren, mit denen sich auch methodisch arbeiten und empirisch etwas anfangen läßt, so sollte man „das Selbst“, dessen literarischer Wert nicht angezweifelt werden soll, für den wissenschaftlichen Gebrauch durch „Selbstkonzept“ - oder [...] durch „Selbstkonzepte“ - ersetzen. Denn es läßt sich mit psychologischen Mitteln nicht beschreiben und analysieren, was jemand selbst „ist“, mit anderen Worten, Psychologie ist nicht Ontologie. Dagegen läßt sich empirisch feststellen, für was sich jemand hält, welche Merkmale er sich zuschreibt, wie er sich von anderen Individuen zu unterscheiden glaubt, etc.“¹²

Es ist also wichtig, den Begriff „Selbst“ greif- und vergleichbar zu machen. So ist es Mummendey wichtig, „Selbstkonzepte“ zu beschreiben. Da Menschen in verschiedenen Situationen unterschiedlich reagieren und sich selbst in unterschiedlichen Weisen darstellen, spricht er von verschiedenen „Selbsten“, die aber zusammen das „Selbstkonzept“ einer Person ergeben. So erfasst er genau diese Verbindung aus Selbst und Identität als das Selbstkonzept einer Person.¹³

¹² Mummendey, Hans Dieter. *Psychologie der Selbstdarstellung*. Verlag für Psychologie - Dr. C. J. Hogrefe, Göttingen 1990, S. 79

¹³ vgl. ebenda S. 81

Methoden der Selbstpräsentation

Mummendey merkt in seinem Buch über die Selbstdarstellung und deren psychologische Aspekte an, „daß Selbstdarstellung eigentlich etwas ständig Ablaufendes ist, zumindest aber, daß fast jedes menschliche Verhalten immer auch unter dem Gesichtspunkt der Selbstdarstellung aufgefaßt werden und interpretiert werden kann.“¹⁴

Dieser Prozess der Selbstdarstellung ist uns weniger bewusst, da für uns Menschen meistens der Inhalt sozialer Kontakte wichtiger und konkreter ist als unser Verhalten während der Interaktion. Zu Beginn sollen hier die gängigen Methoden besprochen werden, die die Inszenierung unseres eigenen Ichs im Bezug auf unsere Um- und Nachwelt darstellen.

Nicht nur der Tod wird von Menschen gefürchtet, sondern auch das „Vergessen-Werden“, das damit verbunden ist. Viele Menschen versuchen bei der überlebenden Menschheit einen Eindruck zu hinterlassen. So haben sich im Laufe der Geschichte einige Arten der Selbstpräsentation etabliert, die jede für sich mit anderen Mitteln versuchen, die „abzuspeichernde“ Person für die Nachwelt zu konservieren. Zu unterscheiden gilt, ob nur die physischen Merkmale eines Menschen dargestellt oder das Wissen und die Gedanken aufgezeichnet werden sollen.

Selbstporträts, Autobiographie, Tagebuch/Memoire und Curriculum Vitae, um nur einige Formen zu nennen, ermöglichen dem Urheber sich darzustellen und dem Rest der Menschheit zugänglich zu machen.

Um die späteren Untersuchungen vertiefen zu können, sollen hier die *Autobiographie* und das *Theater* als Form der Selbstdarstellung näher beleuchtet werden.

Spiegelt die *Autobiographie* immer das Leben, die Gedanken und Überlegungen einer über sich selbst schreibenden Person wider, muss diese Art von Werk kritisch hinterfragt werden. Könnte man meinen, dies sei die

¹⁴ ebenda S. 14

unverfälschte, objektive Erzählung über eine Person und ihre Handlungen, wird vor allem hier durch die Präsentation des Selbst ein Rollenspiel inszeniert. Jede Person, die sich eine Zeit lang mit ihrer Autobiographie auseinandersetzt, wird grob alle ihr unangenehmen Details oder Handlungen, die dem Standpunkt der Erzählweise im Weg wären, beiseite lassen, um beim Leser als die Person gesehen zu werden, die sie zu sein versucht hat oder sein wollte. Andererseits kann ein Autor einer Autobiographie auch mit dem Mittel der Selbstinszenierung hantieren, um dem Publikum einen gewissen Blickwinkel zu ermöglichen. Beispielsweise Johann Christian Brandes (Ende 18. Jahrhundert) nützt seine Selbstdarstellung, um seinen Lebensweg ironisch-kritisch darzustellen. Eine pädagogische Absicht ist nicht von der Hand zu weisen.¹⁵

Literaturwissenschaftler betrachten die Meta-Daten in Autobiographien, die zur Zeitperiode oder örtlichen Lokalisierung von Hilfe sein können. In seinen Untersuchungen zur Autobiographie schreibt Mummendey:

"Man benutzt die Autobiographie als Mittel zur Erschließung möglicherweise zugrundeliegender Geisteshaltungen und Ideologien, wie sie vielleicht für die betreffende Epoche oder Kultur charakteristisch sein könnten. Auf der anderen Seite ist gerade die literarische Gattung der Autobiographie als Darstellungsform des *Individuellen* oder - in seiner programmatischen oder systematischen Form - des Individualismus anerkannt."¹⁶

Grundsätzlich steht jedoch fest, „[d]ie Autobiographie, so könnte man sagen, ist eine, wenn nicht *die* literarische Form der Selbstdarstellung.“¹⁷

Das traditionelle *Theater* beschreibt im Gegensatz zur Autobiographie von jeher Geschichten anderer, die von Personen dargestellt oder interpretiert werden. Da hier nun aber auch Menschen auf der Bühne stehen und Theater wie vorab beschrieben ein soziales Ereignis ist, muss mit der Tatsache gerechnet werden,

¹⁵ vgl. Hulfeld, Stefan. *Abstract zur Vorlesung „Theatralität und Rationalismus. Theater im 18. Jahrhundert“*

am 26.05.08. Universität Wien

¹⁶ Mummendey, Hans Dieter. *Psychologie der Selbstdarstellung*. Verlag für Psychologie - Dr. C. J. Hogrefe, Göttingen 1990, S. 19

¹⁷ ebenda S. 18

dass hier genauso die Selbstdarstellung Einzug hält, wie in allen anderen sozialen Situationen.

„Schauspiel [...] ist niemals nur Darstellung im Sinne von Wiedergabe, sondern immer auch Selbstdarstellung im Sinne von Kundgabe einer persönlichen Botschaft.“¹⁸

Mummendey spricht unter anderem die Diskussion an, ob Schauspieler und deren Körper sich selbst darstellen oder als semiotische Platzhalter für die darzustellenden Figuren fungieren.

"Für "Theatermenschen" stellt sich die Frage des Verhältnisses von Rolle und Person des Schauspielers, von Dargestelltem und Darsteller, oft in ganz umgekehrter Richtung als für den Laien. Mit anderen Worten: Ein Theatermann "mit Leib und Seele" kann durchaus zu der Auffassung gelangen, im Theaterspiel gehe es nicht darum, die Realität des Lebens abzubilden oder die Gegebenheit der subjektiven Realität des Bühnenakteurs geschickt zu überspielen oder zu verändern, sondern es gehe vielmehr um eine möglichst gelungene Selbstdarstellung, eine *Selbstenthüllung* des Schauspielers."¹⁹

Tiefer geht die Frage, ob Theater eine Form der Selbstdarstellung oder mehr der Fremddarstellung ist, wenn man das Publikum in die Analyse miteinbezieht. Dazu später mehr.

Schlagwort: Impression Management

Durch die Entwicklung der sozialen Medien in den letzten Jahrzehnten und die immer schnellere Verbreitung personenbezogener Daten erlangt der Begriff „Impression Management“ wieder größere Beliebtheit.

„Die Impression - Management - Theorie geht auf die Beobachtungen Goffman's (1959) zurück, daß *Individuen in der sozialen Interaktion bei ihren Interaktionspartnern den Eindruck, den sie auf diese machen,*

¹⁸ ebenda S. 37

¹⁹ ebenda S. 35

kontrollieren, daß sie also nicht nur passiv sozialem Eindruck ausgesetzt sind, sondern den Einfluß, der auf sie ausgeübt wird, durch die Vermittlung eines bestimmten Eindrucks von sich selbst auf die anderen mit steuern [...]

„Als Impression - Management - Theorie möchten wir eine Selbsttheorie dann bezeichnen, wenn sie das *Selbstdarstellungsverhalten* unmittelbar und hauptsächlich zum Gegenstand hat. [...] Aber erst dann, wenn die Selbstdarstellung, das Eindruck - Machen auf andere Personen, die Beeinflussung der Personwahrnehmung von Interaktionspartnern als Hauptzweck selbstbezogener Kognitionen oder bestimmendes Moment sozialer Interaktionen gesehen wird, sprechen wir von *Selbstdarstellungs - oder Impression - Management - Theorie(n)*.“²⁰

Die Selbstinszenierung erfordert von Beginn an eine spezielle Idee des eigenen Selbst. Da die Reproduktion des eigenen Selbst auf keinen Fall objektiv von Statten gehen kann, entwirft der Schöpfer immer ein gewisses Bild von sich, das nicht oder nur teilweise der Wirklichkeit entspricht. Unter eigens definierten Aspekten wird ein Abbild vom eigenen Ich gemacht und dieses beeinflusst somit die Rezeption des Betrachters. So wird dem Rezipienten die Möglichkeit genommen, selbst ein subjektives Bild des objektiven Ichs der gegenüberstehenden Person zu erstellen. Man könnte sagen, das subjektive Ich wird in zweiter Instanz vom Betrachter und seiner beeinflussenden Umgebung noch ein weiteres Mal subjektiv verdoppelt. Es entsteht das subjektive Ich 2.0.

Auch die Definition des eingangs beschriebenen Begriffs der Inszenierung, kann nun vom Rahmen der Theaterwissenschaft zum gesellschaftlichen Alltag erweitert werden:

„Als Komponente der Theaterbegrifflichkeit im 19. Jh. entstanden, hat er [der Begriff ‚Inszenierung‘, Anm.] sich zu einem allgemeinen ästhetischen Begriff weiterentwickelt, der im Zuge einer zunehmenden Ästhetisierung der Lebenswelt auf nahezu alle kulturellen Bereiche von der Politik über die Ökonomie, Medien, Sport, Festkultur bis hin zum Alltagsverhalten Einzelner und gesellschaftlicher Gruppen Anwendung findet. Die

²⁰ ebenda S. 127

zeitgenössische Kultur wird als eine Kultur der I.[nszenierung] beschrieben und gegriffen oder auch als I.[nszenierung] von Kultur. In allen gesellschaftlichen Bereichen wetteifern einzelne oder gesellschaftliche Gruppen in der Kunst, sich selbst und ihre Lebenswelt wirkungsvoll in Szene zu setzen.“²¹

Dementsprechend sind alle unsere Kommunikationsversuche, ob passiv oder aktiv, mit einer Inszenierung verbunden. In jeder sozialen Situation werden wir zum Betrachter einer oder mehrerer Inszenierungen anderer Personen und reagieren mit einer Selbstinszenierung.

Intimer Rahmen vs. Öffentlichkeit

Jede Person muss im Alltag den Sprung zwischen dem „alleine-für-sich-sein“, dem Beisammensein mit vertrauten Personen und der Zeit in der Öffentlichkeit meistern. In unserer Kindheit lernen wir, wie wir am besten mit verschiedenen Arten von Menschen, mit denen wir in unterschiedlichen Beziehungen stehen, interagieren müssen. Was wir jedoch unbewusst einnehmen, ist die Rolle, die wir in jeder dieser Situationen spielen, um das bestmögliche Ergebnis für unser Handeln zu erzielen.

„Wenn ich mich „öffentlich“ äußere, so betrifft dies zumeist nicht nur meine unmittelbaren Interaktions- und Kommunikationspartner [...]. Ich präsentiere mich oder das, was ich zu sagen habe, vielmehr einer prinzipiell wesentlich größeren Öffentlichkeit, sei diese nun durch die tatsächliche Verbreitung und Wirkung meiner Botschaften definiert oder nur in meiner Vorstellung gegeben.“²²

Diese Umstellung von intimen Rahmen zum öffentlichen Auftreten geschieht beispielsweise schon vor dem Verlassen des Hauses, bei der Vorbereitung eines Treffens oder bei der Annahme eines Telefonats. Jederzeit wenn wir in

²¹ Fischer-Lichte, Erika (Hrsg.), Kolesch, Doris (Hrsg.), Warstat, Matthias (Hrsg.). *Metzlers Lexikon Theatertheorie* Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar, S. 149f

²² Mummendey, Hans Dieter. *Psychologie der Selbstdarstellung*. Verlag für Psychologie - Dr. C. J. Hogrefe, Göttingen 1990, S. 58

sozialen oder kommunikativen Kontakt mit einer anderen Person geraten, passt sich unser Wesen der Situation entsprechend an. Die Charakterzüge und Umgangsformen, die eine Person gegenüber Familienangehörigen vorweist, können andere sein, die sie mit Freunden oder Bekannten teilt. Größer sind die Rollenunterschiede zwischen der Interaktion mit bekannten und fremden Personen:

„Solange ein Individuum schweigt, sich nicht in der Öffentlichkeit bewegt oder zeigt, solange es keinen Kontakt mit anderen Personen aufnimmt, bleibt es „*privat*“ und „*für sich*“. Dabei ist es eine Frage der definitorischen Toleranz oder aber Spitzfindigkeit, ob man einräumt, daß bestimmte Personen des engsten Umgangs und des höchsten Grades an Vertrautheit in diesem Zusammenhang noch zum „*privaten*“ und „*intimen*“, und nicht zum öffentlichen Bereich gezählt werden dürfen. In dem Moment jedenfalls, in dem das Individuum sich anderen, insbesondere *fremden* Personen gegenüber äußert, wo es sich ihnen gegenüber verhält, Kontakt zu ihnen aufnimmt, „stellt es Öffentlichkeit her“, präsentiert es sich *öffentlich*. In diesem Moment ist - ontologisch formuliert - der Übergang vom „Für - sich - Sein“ zum „Für - andere - Sein“ vollzogen.“²³

Betrachtet man diesen Sachverhalt im Rahmen des *Theaters* bemerkt man, dass Darsteller auf der Bühne genauso diesem Rollenverhalten unterliegen wie Privatpersonen. Ein Schauspieler, der in einem Raum auftritt, in dem das Publikum aus ihm vertrauten Personen besteht, wird sich anders in Szene setzen, als wenn sich das Publikum aus ihm fremden Personen zusammensetzt. Natürlich äußert sich diese Änderung der Verhaltensweise nur minimal und tritt bei professionellen Schauspielern weniger hervor als bei Laienschauspielern. Spielen jedoch zwei verschiedene Schauspieler ein und dieselbe Rolle, wird der Charakter der zu spielenden Figur jeweils merklich ein anderer sein.

Umgekehrt ist auch das Publikum an sich eine Ansammlung von Fremden und wird von mehr oder weniger fremden Personen bespielt. Auch der Publikumsraum eines Theaters ist Schauplatz einer Inszenierung:

²³ ebenda S. 57

„Das Theaterpublikum auf dem Theater ist für den Schauspieler ebenso eine Ansammlung von Fremden wie es die Leute auf den Straßen der Großstadt für einen Großstadtbewohner sind, und der mit Kleidung „dekorierte“ Körper dient dazu, den Fremden bzw. der Öffentlichkeit gegenüber den eigenen Platz in der Gesellschaft deutlich zu machen.“²⁴

Dieser Sprung leitet uns vom Theater in den öffentlichen Raum der Großstadt, der - wie Mummendey schreibt - genauso einer Inszenierung gleichkommt. Jede Person wird zum Akteur und repräsentiert sich in jeder Situation selbst.

Dieses unterbewusste Rollenspiel entwickelte sich mit den Medien weiter und bedarf heute genauer Untersuchung, da sich durch die Entwicklung der sozialen Medien der Fokus noch mehr auf die Selbstdarstellung gelegt hat. Menschen werden nun angehalten, ihre eigene Rolle zu überdenken und von unangenehmen Aspekten zu bereinigen. Diese Rolle der sozialen Medien in Verbindung mit der Selbstdarstellung und ihren Inszenierungsarten soll nun genauer beleuchtet werden.

²⁴ ebenda S. 62

Soziale Netzwerke

Der Anfang eines neuen Mediums

Etabliert sich ein neues Medium, verändert es oft das Leben der Menschen grundlegend. Wirkt es für den Menschen als Erweiterungswerkzeug seiner Sinne, bearbeitet es schon etablierte Medien zu verwertbaren Spiegelbildern ihrer selbst. In seinem Buch *Wer bin ich, wenn ich online bin...* schreibt Nicholas Carr über die biologischen und neuralen Vorgänge im Menschen, wenn er sich dem Medium Internet aussetzt. Einen allgemeinen Einstieg in das Thema Medien findet er passend in einem Zitat:

„Ein neues Medium ist niemals die Ergänzung eines alten“, schrieb McLuhan in *Die magischen Kanäle*. „Noch lässt es das alte in Frieden. Es unterdrückt ältere Medien so lange, bis diese neue Formen und Nischen für sich gefunden haben.“ [Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extension of Man*, kommentierte Ausgabe von W. Terrence Gordon (Corte Madera: Gingko 2003), S. 237] Seine Feststellung klingt heute besonders zutreffend. Die herkömmlichen Medien, sogar die elektronischen, werden durch den Übergang zum Online-Vertrieb neu positioniert und definiert.²⁵

So entwickelte sich vor allem das Medium Internet nicht nur für und durch die Menschen, sondern auch anhand bereits bestehender Informationskanäle zu einem multi-medialen Apparat. Treffend ist hier die Aussage McLuhans, da das Internet vor allem in der heutigen Zeit versucht, alle bisherigen Medien zu imitieren, um die größte Vielfalt an Informationen anzubieten beziehungsweise die meisten Zielgruppen an Konsumenten anzusprechen. War die Netzwerktechnik zu Beginn noch darauf beschränkt Text- und Codezeilen auszutauschen, können heute Live-Ereignisse gestreamt, Bücher am Bildschirm oder ganze digitale Konzerte kabellos gehört werden. Carr beschreibt auch den Umstand, dass herkömmliche Medienanbieter

²⁵ Carr, Nicholas. *Wer bin ich, wenn ich online bin...* Karl Blessing Verlag, München 2010, S. 145f

wirtschaftlich und marketingtechnisch umdenken mussten, um dem Druck der digitalen Medien standzuhalten.²⁶ Das Internet bereitete den Medien wie Film, Fernsehen, Buchdruck, Radio etc. Konkurrenz, bietet aber zugleich dazu auf seinen Informationswegen neue Arten des Transports dieser Medien. Dementsprechend muss umso breiter an das Medium Internet herangegangen werden. Die Informationsquellen sind vielfältiger und oft parallelgeschaltet. „Das Internet fordert unsere Aufmerksamkeit stärker, als es Fernsehen, Radio oder die Morgenzeitung jemals taten. [...] Die Interaktivität des Netzes verstärkt diesen Effekt noch zusätzlich.“²⁷ Standen anfangs meist noch Informationen nur in Textform auf den ersten Internetseiten, spielen Webdesigner heute mit allen Mitteln, um ihre Internetpräsenz spannend zu inszenieren. Filme, Artikel, Bilder, alles wird zu einer Collage aus Information und Entertainment und kann unsere Aufmerksamkeit verwirren oder gar überlasten.

Auf der anderen Seite profitiert der Mensch gerade durch diese Multimedialität und die schon bekannten Handlungsmuster, um sich im Hyperspace zurechtzufinden. Die Faszination geht von der Anlehnung an die bereits bestehenden Medien und deren Umsetzung als digitaler Informationsträger aus. Folgende Aussage Carrs beschreibt diesen Sachverhalt sehr treffend: „Das Netz zieht unsere Aufmerksamkeit auf sich, nur um sie dann zu zerstreuen.“²⁸ Auch in neurologischer Hinsicht sieht er im Internet eine Sucht generierende Maschinerie, die unsere Gedankengänge und unsere Art des Denkens verändert hat und verändern wird:

„Dutzende Studien von Psychologen, Neurobiologen, Pädagogen und Webdesignern deuten im Ergebnis auf ein und dasselbe hin: Wenn wir online gehen, begeben wir uns in eine Umgebung, die oberflächliches Lesen, hastiges und zerstreutes Denken und flüchtiges Lernen fördert. Freilich ist es möglich, beim Surfen im Netz angestrengt nachzudenken, ebenso, wie es möglich ist, bei der Lektüre eines Buches unkonzentriert zu sein, doch ist dies nicht die Art von Denken, die von der Technologie gefördert und belohnt wird. [...] Das Netz [sendet] exakt die Art sensorischer und kognitiver - repetitiver, interaktiver und

²⁶ vgl. ebenda S. 150ff

²⁷ ebenda S. 186f

²⁸ ebenda S. 188

süchtigmachender - Stimuli aus, die nachweislich starke und rapide Veränderungen der Nervenbahnen und Gehirnfunktionen zur Folge haben. Im Hinblick auf die Veränderung unseres Denkens könnte das Internet also [...] die mächtigste Einzeltechnologie sein, die jemals massenhaft in Gebrauch gekommen ist. Zumindest ist es die mächtigste seit Erfindung des Buchdrucks.“²⁹

So ist hiermit die Basis gegeben, das World Wide Web für werbe- und marketingtechnische Ziele auszubauen und bei großen Menschenmassen gezielt einzusetzen.

Web 2.0, Social Media

Es war nur eine Frage der Zeit, bis der Mensch die vernetzte Computertechnik dazu verwenden würde, um sich den Kontakt zu den Mitmenschen zu erleichtern:

„Häufig nutzen wir unsere Computer in einem sozialen Kontext, etwa um mit Freunden und Kollegen zu kommunizieren, eigene „Profile“ zu erstellen und unsere neuesten Gedanken als Blog-Posts oder bei Facebook zu veröffentlichen. Dadurch aber gerät auf die eine oder andere Weise unsere gesellschaftliche Stellung auf den Prüfstand. Dieses ständige Risiko hat eine Befangenheit und bisweilen sogar Angst zur Folge, die unseren Gebrauch des Mediums nur noch weiter intensiviert.“³⁰

Wie Carr schreibt, hat sich ein Teufelskreis gebildet, der uns immer mehr Zeit in die Handhabung der sozialen Medien investieren lässt. Aus Angst etwas verpassen zu können oder um zu kontrollieren wie das soziale Umfeld zur eigenen Person denkt. Führt man diesen Gedanken weiter, gelangt man zum Web 2.0.

²⁹ ebenda S. 183f

³⁰ ebenda S. 187

Das Schlagwort *Web 2.0* hat sich Ende 2003 etabliert³¹ als eine Abgrenzung zum World Wide Web, wie man es bisher gesehen hat. Der Begriff beschreibt keine technologische Weiterentwicklung, wie es die Version-Nummern-artige Bezifferung vermuten lässt. Es zielt mehr auf eine Weiterentwicklung auf der Art der Verwendung und des Einsatzes des World Wide Webs ab. Wurden bis zu diesem Zeitpunkt Internetseiten noch code-basiert strukturiert und konnten nur vom Seiten-Administrator geändert werden, entwickelten sich die Seiten immer mehr zu von außen bearbeitbaren Plattformen weiter, die nur durch ihre Grundstruktur gegeben waren und von den Seitenbesuchern selbst mit Information gefüllt werden konnten. Diese Ausgangslage machte es jedem Menschen möglich, über fertig formatierte Internetseiten Inhalte einzusetzen und somit kein technisches Know-how erlernen zu müssen. Die Rahmenstrukturen (CMS: Content-Management-Systeme) werden von den Seitenbetreibern bereitgestellt und mit benutzerfreundlichen Eingabemöglichkeiten versehen.

So bieten sich für dieses System Internetseiten mit sozialem Charakter besonders gut an, da viele Nutzer ohne große Hürden und Hintergrundwissen Profile anlegen, Nachrichten versenden und miteinander agieren können. Da die Rahmenbedingungen und Layouts für alle Beteiligten dieselben sind, definieren sich Personen und ihre Darstellungen nur durch die Inhalte, die sie veröffentlichen.

Als Nebeneffekt der Medialisierung unserer sozialen Umgangsformen werden wir immer mehr zu Zuschauern unserer eigenen Kommunikation. Schon Goffman beschrieb die Tendenz der Menschen, sich mehr und mehr als Zuschauer zu identifizieren:

³¹ CIO (15. Dezember 2003): *CIO: Fast Forward 2010 – The Fate of IT, 2004 – The Year of Web Services*

„Die Fernsehberichterstattung an Ort und Stelle bietet heute die Welt, auch ihre Schlachten in Form von Arbeits-Aufführungen an, was übrigens die Bevölkerung geneigt macht, sich gegenüber allem und jedem in die Rolle des Zuschauers zu begeben.“³²

Postuliert das Web 2.0 noch die Verschmelzung von Produzent und Konsument zum „Prosument“, ertappt sich der User aber doch immer öfter beim Konsumieren der eigenen Meldungen und der eigenen Darstellung. Wird beispielsweise eine Statusmeldung in den leeren Raum des sozialen Netzwerkes gepostet, erwartet sich der User Reaktionen. Dieser Beitrag wird verfolgt bis Reaktionen folgen oder er an Bedeutung verliert.

Theater vs. soziale Medien

Betrachtet man die Geschichte des Mediums Theater, war es immer schon ein Medium, das ohne die soziale Komponente nicht auskommt. „Es gibt kein Theater ohne Publikum, ebenso wie es kein Theaterpublikum ohne Bühnendarstellung gibt.“³³ Das Guckkasten-Theater ist genauso angewiesen auf die eingangs beschriebenen Wechselwirkungen zwischen Schauspieler und Publikum wie das Performance-Theater oder die Selbstinszenierung. Gäbe es keine Rezipienten, würden theatrale Handlungen ins Nichts verlaufen und zu normalen Tätigkeiten werden.

So haben sich schon in griechischen und römischen Theatern und Arenen Menschenmassen versammelt, Gleichgesinnte zu einer Aufführung eines Shakespeare'schen Stückes getroffen, die von einer Theatergilde einstudiert wurde und Italiens und Frankreichs Opernhäuser bevölkert, die ein wichtiger Treffpunkt für Personen aus Politik und Wirtschaft wurden.

³² Goffman, Erving. *Der Theaterrahmen*. in Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a. M. 1996, S.145

³³ Mummendey, Hans Dieter. *Psychologie der Selbstdarstellung*. Verlag für Psychologie - Dr. C. J. Hogrefe, Göttingen 1990, S. 36

„[Der] Ur-sinn des Theaters [...] besteht darin, daß das Theater ein soziales Spiel war, - ein Spiel Aller für Alle. Ein Spiel, in dem Alle Teilnehmer sind, - Teilnehmer und Zuschauer. [...] Das Publikum ist als mitspielender Faktor beteiligt. Das Publikum ist sozusagen Schöpfer der Theaterkunst. Es bleiben so viel Teilvertreter übrig, die das Theater-Fest bilden, so daß der soziale Grundcharakter nicht verloren geht. Es ist beim Theater immer eine soziale Gemeinde vorhanden.

[Hermann, Max: „Über die Aufgaben eines theaterwissenschaftlichen Instituts“, Vortrag vom 27. Juni 1920, in: Helmar Klier (Hrsg.), Theaterwissenschaft im deutschsprachigen Raum, Darmstadt 1981, S. 15-24. S. 19]³⁴

Auch nach Erving Goffman existiert ein interaktiver Rahmen zwischen Schauspieler und Publikum. Darstellende agieren und kommunizieren unmittelbar untereinander, Publikum reagiert mittelbar. So ist der Theaterbesucher das Gegenüber zum Akteur.

Goffman diskutiert den Begriff der „Rolle“. Wie er sagt, verschmelzen in der deutschen Sprache die Bedeutungen der dramatischen Figurenrolle und der Rolle im alltäglichen Leben zu einem Begriff. Er scheint damit aber nicht zufrieden zu sein.³⁵

Massenmedien vs. soziale Netzwerke

Zurückgehend auf die Etablierung der großen Massenmedien Radio, Fernsehen und Internet, entstanden soziale Netzwerke aus der Möglichkeit, diese Medien nicht nur in eine Richtung zu nutzen, sondern auch in die andere. Aus den passiven Medien werden immer mehr bidirektionale Kommunikationsmittel, die von immer mehr Menschen genutzt werden. So kann man „sich heute kaum noch vorstellen, daß eine der ersten Live-Übertragungen des Fernsehens, die Krönung von Königin Elisabeth II. im Jahre 1953, bei vielen Beobachtern einen Schock der Gleichzeitigkeit auslöste“³⁶.

³⁴ Fischer-Lichte, Erika. *Ästhetik des Performativen*. Suhramp, Frankfurt a. M. 2004, S. 46

³⁵ ebenda, S. 147ff

³⁶ Dörner, Andreas. *Politainment - Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Suhrkamp, Frankfurt am Main 2001, S. 88

Im Vergleich zum Theater fehlte bei den herkömmlichen Massenmedien die Körperlichkeit, die zwischen Akteuren und Publikum ein Band schafft. In *Metzlers Lexikon zur Theatertheorie* wird von Erika Fischer-Lichte beschrieben, dass der Charakter der Inszenierung durch die technische Erweiterung unserer Sinne geändert wird:

„An die Stelle der tatsächlichen leiblichen Anwesenheit der Akteure, deren Präsenz der Zuschauer leiblich erspürt, treten Präsenz-Effekte, die spezifischen Inszenierungsstrategien geschuldet sind. Sie bewirken, dass der Zuschauer, wohl wissend, dass er es mit elektronisch hergestellten Bildern von Menschen zu tun hat, doch meint, ihre leibliche Anwesenheit zu spüren. Eine solche ästhetische Wirkung der medialen I.[nszenierung] hat jedoch nichts mit Täuschung, Lug und Trug zu tun, noch zwingt sie den Zuschauer, Wirklichkeit über massenmediale Wahrnehmung zu konstituieren.“³⁷

Sie schreibt also über die Gleichheit der Rezeptionswirkung vor Ort und via Medium. Es sollte für den Zuseher dieselbe Art der Wahrnehmung sein, wenn auch im räumlichen Beisein und im Betrachten via Bildschirm verschiedene Mechanismen ablaufen.

Da die digitalen Medien und die dadurch entstandenen Kommunikationsformen relativ junge Techniken - im Vergleich zu den analogen Medien wie Schrift und Sprache - sind, entwickeln diese sich mit jeder Generation zu einer neuen Form weiter, die erst nach und nach ihre Langlebigkeit unter Beweis stellen (müssen). So schreibt Christoph Neuberger in einem Gutachten im Rahmen des Projekts *Analyse netzbasierter Kommunikation unter kulturellen Aspekten*: „Das Internet befindet sich noch im Prozess der Institutionalisierung, in dem es sich von einem „rohen“ technischen Medium zu einem institutionellen Medium

³⁷ Fischer-Lichte, Erika (Hrsg.), Kolesch, Doris (Hrsg.), Warstat, Matthias (Hrsg.). *Metzlers Lexikon Theatertheorie* Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar, S. 151f

wandelt.“³⁸ Kommunikationsformen wie beispielsweise das Telegramm wurden von neuen Möglichkeiten der Übermittlung von Inhalten abgelöst.

„Über das Internet kann man Botschaften schneller verbreiten als jemals zuvor; in dem Moment allerdings, in dem man sein Bild ins Netz speist, gibt man auch die Kontrolle über dieses Image auf - es wird vervielfältigt, verzerrt und verzehrt.“³⁹

So gab es schon früh Möglichkeiten, die neuen massentauglichen Technologien in einem sozialen Rahmen zu Kommunikationszwecken zu nutzen. Die Verbindung von Kommunikation und netzwerkähnlichem Charakter bildete sich jedoch erst später aus.⁴⁰ Nach Danah M. Boyd/Nicole B. Ellison ist ein soziales Netzwerk gekennzeichnet durch drei markante Punkte:

- Es ist in sich abgeschlossen und ermöglicht das Erstellen eines (halb)öffentlichen Profils.
- Möglichkeit sich mit anderen Mitgliedern dieses Netzwerks zu verbinden
- Sichtbarkeit der Verbindungen und Aktivitäten für andere Nutzer⁴¹

Der grundlegende Gedanke, durch soziale Netzwerke neue Benutzer kennen zu lernen, ist heute nicht mehr die primäre Intention, die Personen dazu anregt, einem sozialen Netzwerk beizutreten. Scheinbar muss ein schon existierender Kreis an Bekannten in dem Netzwerk vorhanden sein, um dessen Attraktivität zu steigern.

„On many of the large SNSs [Anm. Social Network Sites], participants are not necessarily "networking" or looking to meet new people; instead, they are primarily communicating with people who are already a part of their extended social network.“⁴²

³⁸ Neuberger, Christoph. *Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Internet*. Gutachten, Abgabetermin: 30. November 2004, Westfälische Wilhelms-Universität Münster. S. 2

³⁹ Moorstedt, Tobias. *Jeffersons Erben - Wie die digitalen Medien die Politik verändern*. Suhrkamp, Frankfurt am Main 2008, S. 73

⁴⁰ vgl. Danah M. Boyd/Nicole B. Ellison. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Michigan State University, 2007, S. 3

⁴¹ vgl. ebenda, S. 1

⁴² ebenda, S.1f

Diese Netzwerke können persönliche Eigenschaften, Vorlieben oder bestehende Gruppierungen widerspiegeln. Aber, wie gesagt, animiert nicht das Unbekannte die Anwender einer sozialen-Netzwerk-Seite beizutreten. So haben PR-Agenturen schon längst verstanden, ihre Konsumenten darauf hinzutrimmen, ihre Produkte und deren Fans als eigene Netzwerke anzusehen. Teilt eine Person beispielsweise die Vorliebe für eine Getränkemarkte mit 200 Millionen anderen Menschen und wird explizit in den sozialen Netzwerken drauf hingewiesen, entsteht eine Art Zusammengehörigkeitsgefühl. Kommunikation entsteht hier vor allem durch den Austausch von Meinungen zu diesem Produkt. Da die Masse der Beteiligten nun jedoch jegliche menschlichen Wahrnehmungs- und Rezeptionsprozesse übersteigt, werden die Inhalte der Nachrichten von ihren jeweiligen Autoren losgelöst. Der Inhalt einer Nachricht wird wichtiger als die Person, die sie verfasst hat. Einige soziale Netzwerke verstärken diesen Umstand, indem sie anbieten, ein Pseudonym statt des eigenen Namens zu benutzen.

Selbstdarstellung in sozialen Medien

Es scheint, als wäre durch die sozialen Medien eine digitale Bühne entstanden, die nun mit den sich selbst interpretierenden Nutzern gefüllt wird. Wie schon beschrieben verläuft die Selbstdarstellung wie eine theatrale Handlung und ein Rollenspiel ab. So fallen dramatische Inhalte fast gänzlich aus dem Rahmen der sozialen Netzwerke. Der Großteil der Teilnehmer repräsentiert sich selbst und stellt das eigene Ich dar.

Wenn man sich noch einmal das soziale Verhalten genauer ansieht, stellt man fest:

„Ein Individuum wird vor oder bei der Ausführung einer Verhaltensweise die mögliche Reaktionen des Anderen auf diese Verhaltensweise *antizipieren*, und je nachdem, ob die antizipierten Reaktionen für die Person angenehm oder unangenehm, erwünscht oder unerwünscht sind, wird die betreffende Verhaltensweise ausgeführt oder modifiziert oder unterlassen. Dabei spielt das Bild oder der *Eindruck*, den der Interaktionspartner von dem agierenden Individuum hat bzw. den er von diesem Individuum aufgrund seines gezeigten Verhaltens gewinnt, eine gewichtige Rolle.“⁴³

Funktioniert dieses Kommunikationssystem der Selbstdarstellung bei Personen an ein und demselben Ort, so ist das System anders gewichtet, sobald sich ein technischer Apparat zwischen den teilnehmenden Interaktionspartnern befinden.

Wichtig ist also zu bemerken, dass in sozialen Netzwerken eine „Körperlichkeit“ des Gegenübers fehlt. Fehlt der direkte Kontakt aller Sinne zum Kommunikationspartner, erarbeiten sich beide Parteien ein geistiges Abbild des jeweils anderen.

⁴³ Mummendey, Hans Dieter. *Psychologie der Selbstdarstellung*. Verlag für Psychologie - Dr. C. J. Hogrefe, Göttingen 1990, S. 128

Wirkt beim Theater oder Film noch die Bindung zwischen Darstellenden und Publikum auf der Ebene ihrer „wirklichen Körper“⁴⁴ (auch wenn es nur Präsenz-Effekte sind), kann dies bei sozialen Medien nicht behauptet werden. Die Diskussion über die Bedeutung des Körpers im Theater verhält sich in den sozialen Medien wie die Diskussion über den Repräsentationscharakter des Avatars beziehungsweise Profils einer Person.

Die Selbstinszenierung der sozialen Netzwerke

Um eine größere Reichweite zu generieren, haben auch die Betreiber sozialer Netzwerke verstanden, mit ihren eigenen Nutzern zu werben. Neu ist dieses Phänomen nicht, wie ein Eintrag in *Metzlers Lexikon Theatertheorie* zeigt:

„Man konsumiert nicht nur, sondern stellt den Konsum zugleich aus und dar. [...] Eine schier endlose Abfolge von inszenierten Ereignissen weist daraufhin, dass sich eine Erlebnis- und Spektakelkultur gebildet hat, die sich mit der I.[nszenierung] von Ereignissen selbst hervorbringt und reproduziert.“⁴⁵

So ist unsere Gesellschaft schon an die Inszenierung unserer eigenen Auftritte in der Medienwelt gewöhnt. Jeder spielt seine Rolle. Umso einfacher ist dies in Umgebungen, die permanent gespeichert oder überwacht werden.

Da laut *Metzlers Lexikon* alle Bereiche unseres Lebens immer mehr einer allgemeinen Ästhetik unterliegen, ist es immer schwerer auszumachen, ob sich künstlerische und nicht-künstlerische Inszenierungen unterscheiden.⁴⁶

⁴⁴ vgl. Fischer-Lichte, Erika. *Ästhetik des Performativen*. Suhramp, Frankfurt a. M. 2004, S. 52

⁴⁵ Fischer-Lichte, Erika (Hrsg.), Kolesch, Doris (Hrsg.), Warstat, Matthias (Hrsg.). *Metzlers Lexikon Theatertheorie* Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar, S. 150

⁴⁶ vgl. ebenda S. 150

Rollenänderung und Dramaturgie in sozialen Netzwerken

Gibt man Menschen die Möglichkeit sich selbst darzustellen, wird es immer zu verschiedenen Ansätzen der Selbstinszenierung kommen. Ein Großteil wird sich selbst so gut es geht ins beste Licht rücken und versuchen, die Rolle des eigenen Ichs zu spielen. Andere werden sich komplett vom eigenen Ich trennen und eine neue Figur erschaffen. Sei es, um unerkannt zu bleiben oder aus Angst, das eigene Ich könnte der Community nicht gefallen. Im Februar 2014 meldete Facebook, dass es in seinem Netzwerk von 1,23 Milliarden Nutzerkonten zwischen 68 und 138 Millionen „Fake-Accounts“ gäbe. Diese Konten stellen dann nicht - wie in den AGB verlangt - die eigene Person dar, sondern Haustiere, Gegenstände oder verstoßen in anderen Details gegen die Nutzungsbedingungen. Auch Doppel-Accounts werden hier hinzugezählt, da auch diese nicht mit den Nutzungsbedingungen konform gehen.⁴⁷ Diese Zahlen decken aber nicht die Gruppe der Nutzer ab, die sich mittels eines anderen Ichs in den Systemen einloggen. Sie versuchen die Anonymität des Netzwerks zu nutzen, meist um den Kontakt zu einer bestimmten Zielgruppe an Menschen aufbauen zu können. Ein falscher Name und kopierte Fotos sowie auch erfundene Lebensläufe können den Avatar authentisch wirken lassen und immer weiter von seinem Urheber weg driften.

Vergleicht man in diesem Zusammenhang die Rollenvergabe im klassischen Theater, so kann man feststellen, dass im Sprech- und Musiktheater vorwiegend Figuren auf der Bühne stehen, die nicht mit der Identität des Schauspielers oder Sängers übereinstimmen. Die Akteure nehmen die Identität einer Figur an, die durch die Dramaturgie des Werkes gegeben ist. Nur selten wird die reale Identität des Akteurs in das Stück integriert und würde sich in diesem Sinne selbst spielen. Diese Kongruenz der Identitäten wird jedoch sehr häufig im Bereich der Performance-Kunst oder bei Happenings eingesetzt, um die Authentizität zu verstärken und für das Publikum einen stärkeren Realitätsbezug zu schaffen. Hierbei soll aber weniger die agierende Person als

⁴⁷ vgl. http://www.chip.de/news/Facebook-Bis-zu-140-Millionen-Fake-Accounts_66923093.html
Zugriff am 12.01.15

sich selbst dargestellt werden, sondern dient meist „als Prototyp einer sozialen Gruppe“⁴⁸.

Die Anfangs erstellte Annahme, soziale Netzwerke könnten sich wie das (klassische) Theater verhalten, kann also auf dieser Ebene nicht bestätigt werden. Inkludiert man jedoch die Performance-Kunst, nähern sich die sozialen Netzwerke wieder an die Bühne an. In Anbetracht der eigenen sozialen Gruppe weiß jeder Nutzer, welche der Rolle er gerne spielen möchte und kann diese ohne äußere Einwirkung auch uneingeschränkt spielen, ändern oder karikieren. Kreative User experimentieren schon mit der Idee, die Profile in sozialen Medien mittels dramaturgischer Abläufe performativ zu nutzen. In einem Beispiel wird eine kleine fiktive Geschichte von Sigmund Freud und Kaiser Franz Joseph erzählt, die sich, kommentiert von Maria Theresia und Maria Antonia, zu einem Treffen verabreden und dafür die Facebook-Plattform nutzen. Die Geschichten sollen aktuelle Ereignisse aufgreifen und mit historischen Persönlichkeiten verbinden, unter anderem, um wieder Interesse an Kultur und



ForeverWien
http://www.socialmediacub.at/wp-content/uploads/2012/06/Sigismund_Freud_forever_wien.png
Zugriff am 12.01.15

⁴⁸ Mummendey, Hans Dieter. "Psychologie der Selbstdarstellung" Verlag für Psychologie - Dr. C. J. Hogrefe, Göttingen 1990, S. 39

Kunst in Wien bei den Usern zu wecken.

Hier vermischen sich die Begriffe der Inszenierung und der Aufführung. Wie anfangs beschrieben, ist die Inszenierung der planende Rahmen für die Aufführungen, die jedoch nach ihrer Präsentation unwiderruflich vorbei sind. Anders als beim Lesen eines Rollen- oder Drehbuchs, kann der Leser anhand der Zeitmarkierung erkennen, wann ein Satz gepostet wurde und hat somit zusätzlich eine zeitliche Variable in der Dialogform eingebettet. Dadurch ergibt sich, wenn auch nur abstrakt, die Idee eines Zeitpunktes, an dem diese Aufführung abgelaufen ist. Der Leser durchlebt sozusagen die konservierte Aufführung einer digitalen Inszenierung.

Das Beispiel zeigt auch, dass es ohne große Probleme möglich ist, als historische oder fiktive Figur in sozialen Netzwerken aufzutreten. Diese Parallele zum Theater ist nicht von der Hand zu weisen. Es wird sich also nie genau bestimmen lassen, wer hinter einem Profil steckt und sich damit inszeniert. Diese Möglichkeit einer anonymen Autorenschaft wird später noch genauer beleuchtet werden.

Exkurs: Die olympische Bewegung

Allgemein

Alle vier Jahre versammelt sich die sportliche Elite, um gemeinsam mit der Welt die Olympischen Spiele zu feiern. Sie sind Großveranstaltungen, die neben dem fairen Sportsgeist auch für Zusammengehörigkeit und Frieden zwischen den Nationen stehen. Sie entstanden durch eine lange Tradition, die sich bis ins antike Griechenland zurückverfolgen lässt. Damals veranstaltet als religiöse Rituale zu Ehren des Gottes Zeus in Olympia, stand der Sport weniger im Vordergrund und war nur Teil verschiedener Disziplinen und Künste, in denen sich die Herausforderer messen konnten.⁴⁹ Die namensgebende Stadt Olympia war jedoch nicht der einzige Austragungsort solcher ritueller Spiele. Sie wurden in mehreren Teilen des Mittelmeerraumes zu Ehren der Götter veranstaltet.⁵⁰ Ein Verbot heidnischer Bräuche durch den römischen Kaiser Theodosius I. soll im Jahr 393 n. Chr. das Ende der Feierlichkeiten bedeutet haben, wohingegen aus anderen Quellen hervorgeht, dass

„sich solche <Olympien> bis in die Zeit weit über Theodosius II. hinaus hielten. Die Olympien der Stadt Antiochia am Orontes hielten sich sogar bis in das Jahr 520 n. Chr. Es bedurfte schließlich der Androhung der Todesstrafe durch den Kaiser Iustin (518-527 n. Chr.), um die Veranstalter zur Einstellung der Wettkämpfe in antiker Tradition zu veranlassen - und wir wissen nicht einmal, ob er damit Erfolg hatte.“⁵¹

Auch wenn die Tradition der Spiele somit bis knapp ins Mittelalter Bestand hatte, wurde sie mit einem neuen Geist erst in der Neuzeit wiederentdeckt. Ein Name der damit verbunden ist, ist Pierre de Coubertin. Seiner Vision verdanken wird die Olympischen Spiele der Neuzeit, die mit der ersten Sportveranstaltung

⁴⁹ vgl. <http://www.oeoc.at/museum/main.asp?kat1=11&kat2=132&kat3=237&vid=1> Zugriff am 26.01.15

⁵⁰ vgl. Sinn, Ulrich. *Das antike Olympia: Götter, Spiel und Kunst*. C.H.Beck München, 2009. S.

33

⁵¹ ebenda S. 33

1896 in Athen wieder zu neuem Leben erwacht sind. Zu erwähnen wären auch die Wenlock Olympian Games und Stoke Mandeville Games als geistigen Vorläufer dieser Veranstaltung, da de Coubertin bei weitem nicht der erste war, der die griechischen Spiele wiederbeleben wollte.

Somit waren die Spiele, wie wir sie heute kennen, geboren, jedoch durchlebten sie viele Veränderungen und unterschieden sich so nicht nur durch ihre sportliche Ausrichtung von ihren antiken Pendants, die Jahrhunderte lang in ihren Ritualen unverändert Bestand hatten. Schon von Beginn an war klar, dass alle vier Jahre ein anderer Austragungsort bestimmt werden würde, und die zu praktizierten Sportarten ausgebaut wurden. Ableger der Spiele etablierten sich und somit wurden auch Olympische Winter-, Paralympische und Jugendspiele abgehalten.

Besonders bemerkenswert und für die anstehende Analyse interessant ist auch die Tatsache, dass die Olympischen Spiele der Neuzeit durch ihr weltweites Interesse Nährboden für mediale Innovationen waren. So wurde die erste Fernsehübertragung bei den Spielen in Berlin 1936 ausgestrahlt und konnte somit ein größeres Publikum erreichen als je eine Sportveranstaltung zuvor.

Der Stadt London gebührt eine besondere Rolle in der Reihe der Austragungsorte. Sie ist die erste Stadt, in der die Olympischen Spiele schon drei Mal stattgefunden haben. Nämlich in den Jahren 1908, 1948 und 2012. Die Namen der Maskottchen von 2012, Wenlock und Mandeville, erinnern an die anfangs erwähnten britischen Vorläufer der Olympischen Spiele.

Zeremonien

Seit einigen Jahrzehnten hat es sich etabliert, dass die Stadt, die die Olympischen Spiele ausrichtet, sich und ihr Land repräsentiert und mittels einer großen Eröffnungszeremonie die Welt willkommen heißt. Das Ende der Sportveranstaltung wird ebenso mit einer spektakulären Abschlussfeier zelebriert. Die Tendenz zu immer größeren und einzigartigeren Shows stellt das

jeweilige ausführende Produktionsteam vor immer neue Herausforderungen. Traditionell wird eine Zeremonie in einen künstlerischen Teil, der vom jeweiligen Austragungsort gestaltet werden kann, und einen offiziellen Teil, der vom Internationalen Olympischen Komitee (IOC) vorgegeben wird, unterteilt. Den Spielen voraus geht traditionellerweise ein Fackellauf, durch den das Olympische Feuer in das Stadion gebracht wird.

Viele dieser Traditionen haben rituelle Charakteristiken, wodurch sie an ihre Gegenstücke in der Antike erinnern, wobei der religiöse Kontext fast vollkommen verloren gegangen ist.

Die Zeremonien werden meist mit demselben großen Medieninteresse verfolgt wie die dazwischenliegenden Sportbewerbe.

#London2012

Eröffnungszeremonie

Die Eröffnungsfeier der „Spiele der XXX. Olympiade“ fand am Freitag, den 27. August 2012 in London statt. Um 21:00 Uhr britischer Sommerzeit begann der künstlerische Teil der Feier im neuen Olympiastadion.

Vier Jahre nach den Olympischen Spielen in Peking war die Weltöffentlichkeit der Meinung, die Eröffnungszeremonie der Chinesen könnte an Sensationalität nicht übertroffen werden. Die beinahe militärisch durchchoreographierte Show soll über 100 Millionen US-Dollar gekostet haben⁵² und repräsentierte die 6000 Jahre lange Geschichte Chinas und die Erfolge des Landes. Diesen Umstand ließ das Produktionsteam hinter der Eröffnungszeremonie in London umdenken. Unter der Leitung von (Film-)Regisseur Danny Boyle entstand ein Konzept, das Großbritannien, seine Einwohner und deren Entwicklung in den letzten Jahrhunderten präsentiert, mit Fokus auf das „Gemeinsame“, frei nach dem Motto: „This is for everyone“. 7.500 Freiwillige beteiligten sich an der Realisierung der Masseninszenierung.

Der (Drehbuch-)Autor Frank Cottrell Boyle entwickelte eine vierstündige Show mit dem Titel „Isles of Wonder“, angelehnt an William Shakespeares *The Tempest*. Sie beinhaltete Themen wie die Entwicklung zur industriellen Revolution, eine Hommage an die nationale Gesundheitsorganisation und das alltägliche Familienleben und seine Probleme.

Zur Analyse der Integration von sozialen Medien bei den Olympischen Spielen soll hier stellvertretend genauer auf die Eröffnungszeremonie und ihren Ablauf eingegangen werden. Sowohl die Übertragung der Abschlusszeremonie, der

⁵² <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=93420251> Zugriff am 15.12.14

Zeremonien der Paralympischen Spiele sowie die Sportberichterstattung wurde stark durch soziale Medien unterstützt.

Ablauf der Eröffnungszeremonie⁵³:

Ein Countdown beendete das lange Warten der Menschen im Stadion und an den Bildschirmen zu Hause. Auf Leinwände projizierte Ziffern (Hausnummern, Autokennzeichen, Straßenschilder) zählten eine Minute lang bis zum Beginn der künstlerischen Eröffnungszeremonie herunter, die mit einem Kurzfilm eröffnet wurde. Ein voraufgezeichneter Kameraflug von der Quelle der Themse bis zum Olympiastadion brachte die Zuschauende symbolisch zum Zentrum des Geschehens, wo eine grüne Wiesenlandschaft aufgebaut war, auf der Szenen des einfachen, britischen Landlebens nachgespielt wurden, wie es noch vor 200 Jahren Gang und Gebe war. Mit dem Läuten der Olympischen Glocke, der weltweit größten gestimmten Glocke, durch Tour-de-France-Gewinner Bradley Wiggins begannen die Tiere und Menschen im Zentrum des Stadions, ihrem Alltag nachzugehen.

Unter dem Titel *Green and Pleasant Land* sangen vier Kinderchöre die inoffiziellen Hymnen der Regionen England („Jerusalem“), Wales („Bread of Heaven“), Schottland („Flower of Scotland“) und Nordirland („Danny Boy“). Die Chöre waren alle (bis auf den Chor aus England) nicht im Stadion, sondern wurden über Videoeinspielung miteinander verbunden. Die Einigkeit und Verbundenheit der vier Regionen wurde hiermit umso deutlicher präsentiert, da die räumliche Distanz aufgehoben schien. Mit einem Zitat aus *The Tempest* änderte sich schlagartig das Geschehen. Aus dem nachgebildeten Hügel des Glastonbury Tor erschienen dutzende Arbeiter und begannen, die idyllische Landschaft zu Gunsten des Fortschritts beiseite zu räumen.

Dieses Segment nannte sich *Pandemonium*, in Anlehnung an John Miltons *Paradise Lost*, in dem die Hauptstadt der Hölle ebendiesen Namen trägt.⁵⁴

⁵³ vgl. Media Guide: Opening Ceremony, The London Organising Committee of the Olympic Games and Paralympic Games Ltd., London 2012

⁵⁴ Neben Miltons *Paradise Lost* ist auch Humphrey Jennings' *Pandaemonium, 1660-1886: The Coming of the Machine as Seen by Contemporary Observers* zu den Einflüssen zu zählen. <http://www.theguardian.com/books/2012/nov/06/pandaemonium-humphrey-jennings-review>
Zugriff am 15.12.14

Begleitet vom synchronen Trommelschlag hunderter Trommler verwandelte sich die grüne Wiese immer mehr zu einer Stahlfabrik. Aus dem Boden wuchsen sieben rund 25 Meter hohe, rauchende Schornsteine empor und kündigten die steigende Produktivität und das nahende Industriezeitalter an. Nach einem Moment des Schweigens, der den Gefallenen des 1. Weltkriegs gewidmet war, wurde ein riesiger eiserner Ring in der Mitte des Stadions geschmiedet, welcher durch Seilzüge nach oben gehoben wurde und sich mit vier weiteren glühenden Ringen, die über das Dach des Stadions ins Zentrum schwebten, zu den Olympischen Ringen vereinigte.

Mit einem weiteren Kurzfilm wurde das nächste Segment eingeleitet: Happy & Glorious. James Bond, gespielt von Daniel Craig, eskortierte Queen Elizabeth II., gespielt von sich selbst, im Buckingham Palace zu einem Helikopter, der sie ins Stadion flog. Dort angekommen sprangen sie (nun gedoubelt) mit Fallschirmen aus dem fliegenden Helikopter. Nur wenig später betrat Queen Elizabeth II. das Stadion zusammen mit Jacques Rogge, dem Präsidenten des Internationalen Olympischen Komitees.

Es folgte das Kapitel Second to the right, and straight on till morning, in dem der National Health Service (NHS) und die britische Jugendliteratur zu einem Showsegment verbunden wurden. Kinder und Pflegepersonal des Great Ormond Street Children's Hospital (GOSH) tanzten und sprangen auf leuchtenden Betten, die das Logo des Kinderkrankenhauses darstellten. Die Kinder legten sich schlafen und aus einigen der Betten stiegen überdimensionale Luftpuppen bekannter Bösewichte der Kinderliteratur empor. Um den Kindern die Alpträume zu nehmen, flogen duzende Mary-Poppins-Kindermädchen ins Stadion und vertrieben die bösen Figuren.

Das nächste Segment Interlude stellte einer Hommage an den Britischen Film und insbesondere an das Thema Olympische Spiele dar. Das London Symphony Orchestra spielte das bekannte Thema aus dem Film „Chariots of Fire“ von Vangelis mit Hilfe Rowan Atkinsons. Es wurde ein Film eingespielt, der eine Parodie der Strandlauf-Szene darstellte.

Es folgte das Segment frankie & june say... Thanks Tim. Es wurde der normale britische Familienalltag und die digitale Kommunikation zwischen Jugendlichen

thematisiert. Eine große Tanz-Sequenz durchlief die Jahrzehnte der 1960er bis heute und feierte durch die Einspielung vieler Video- und Musikclips die Jugendkulturen jedes einzelnen Zeitabschnitts. Im Mittelpunkt standen die Protagonisten June und Frankie, die sich zufällig in der U-Bahn trafen und anschließend per Handy Nachrichten austauschten, um wieder zueinander zu finden. Abschließend wurde Sir Tim Berners-Lee präsentiert, der Erfinder des World Wide Webs, durch das diese Online-Kommunikation erst möglich geworden ist. Zu diesem Segment der Eröffnungszeremonie wird im nächsten Kapitel eine genaue Analyse folgen.

Mit der Hymne Abide With Me wurde durch einen Ausdruckstanz von 50 Tänzerinnen und Tänzern die Verbundenheit des Lebens mit dem Tod dargestellt. Auf den Bildschirmen im Stadion wurden Bilder kürzlich verstorbener Personen eingeblendet.

Griechenland eröffnete traditionell mit dem Einzug ins Stadion den Teil Welcome - Athletes' Parade, um die Herkunft der Olympischen Spiele zu ehren. Gefolgt von allen teilnehmenden Nationen, abschließend mit der Gastgeber-Nation Großbritannien, vereinten sich alle 10.490 Athletinnen und Athleten im Stadion, um die Spiele feierlich zu eröffnen.

Unter dem Namen Bike a.m. drehten 75 Fahrradfahrer mit leuchtenden Flügeln als Symbol des Friedens eine Runde durchs Stadion. Sie repräsentierten weiße Tauben, die traditionell Teil der Olympischen Eröffnungszeremonie sind.

„Since long before ancient times – since a dove returned to Noah’s Ark carrying an olive twig as proof that land was nearby – doves have been associated with peace. The story of mass communication that brought us to the internet and the mobile phone, and which includes the postman and the paperboy on their bicycles, begins on the wings of a dove.“⁵⁵

Mit diesem Programmpunkt endete der künstlerische Teil und wurde von der offiziellen Eröffnungszeremonie abgelöst. Das Segment Let the Games Begin

⁵⁵ Media Guide: Opening Ceremony, The London Organising Committee of the Olympic Games and Paralympic Games Ltd. S. 34

beinhaltete Reden des Vorsitzenden des London2012-Organisationskomitees Sebastian Coe und des Präsidenten des Internationalen Olympischen Komitees Jacques Rogge. Abschließend erklärte die Queen die Olympischen Spiele von London offiziell für eröffnet. Die Olympische Flagge wurde gehisst und der Olympische Eid stellvertretend für alle von einer Athletin, einem Trainer und einem Kampfrichter abgelegt.

Als letzter, offizieller Zeremonie-Teil gelangte die Olympische Fackel im Segment *There is a Light That Never Goes Out* ins Stadion. Nach einer 70-tägigen Reise wurde die Fackel ins Stadion gebracht, wo sie sieben Nachwuchssportlern übergeben wurde, die damit im Zentrum der Sportanlage das Olympische Feuer entzündeten. Ein bis zum Schluss behütetes Geheimnis war die Feuerschale, die sich aus 204 Teilen zusammensetzte, welche einzeln von jeder Nation ins Stadion gebracht wurden. Diese Teile vereinten sich zu einer großen Schale und verbanden symbolisch alle Nationen als Träger des Olympischen Gedankens.

Das Finale gestaltete Paul McCartney im letzten Kapitel der Eröffnungsfeier *And in the end...*, begleitet von einem großen Feuerwerk.

Hauptthemen

Das große zentrale Thema, das schon im Vorfeld bekanntgegeben wurde, war die Entwicklung Großbritanniens und seine Bedeutung für die Welt. Neben historischen Schwerpunkten wie der Industriellen Revolution wurden auch über Großbritannien hinaus bekannte Persönlichkeiten aus Vergangenheit und Gegenwart zitiert oder präsentierten sich als Teil der Show.

Zitiert wurden Textstellen aus Werken wie Shakespeares *The Tempest* und Barries *Peter Pan*, wobei auch prägende Elemente dieser Literatur in die szenische und dramaturgische Gestaltung einfließen.

"Caliban's speech...which is one of the most beautiful speeches in Shakespeare, is about the wondrous beauty of the island and in this case

Caliban's deep, personal devotion and affection for it and that was something we all felt going into the show and wanted to reflect,“⁵⁶

sagte Boyle in einem Interview in Bezug auf das Eröffnungszitat des Pandemonium-Segments. Es soll die Britischen Inseln und ihre Einzigartigkeit und Lebendigkeit widerspiegeln.⁵⁷ Viele Elemente wurden auch aus der inoffiziellen Hymne Englands entlehnt, die auf das Gedicht „And did those feet in ancient time“ von William Blake zurückgeht. Mit dem Gedicht wird auf die Industrielle Revolution Bezug genommen, die im Kontrast zu dem ruhigen, behüteten Leben in der Zeit vor der Inbetriebnahme der Maschinen steht.

Ein weiteres Themenpaar, das sich durch die ganze Zeremonie zog, war Jugend und Vernetzung. In jedem Segment traten Kinder oder Jugendliche auf, die gemeinsam Handlungen vollzogen. Vor allem das Segment um Frankie und June spiegelte die Jugendbewegungen der letzten Jahrzehnte - speziell aus britischer Sicht - wider. Auch beim Entzünden der Olympischen Flamme setzten die Verantwortlichen auf jugendliche Sportler anstelle renommierter Star-Athleten.

„Am Ende schickt London einfach ein paar unbekannte Jugendliche vor, die gemeinsam eine Art Blumenstrauß in Brand setzen. Auch das ein klarer Gegenentwurf zu den Exzessen der Vergangenheit: Weg vom Starkult, weg vom großen Einzelnen, dies ist das Zeitalter jugendlicher Schwarmintelligenz!“⁵⁸

⁵⁶ <http://www.telegraph.co.uk/sport/olympics/olympicsvideo/9044505/London-2012-Olympics-Shakespeares-Caliban-the-inspiration-for-Isles-of-Wonder-opening-ceremony.html> Zugriff am 17.12.14

⁵⁷ *Be not afeard; the isle is full of noises,
Sounds, and sweet airs, that give delight and hurt not.
Sometimes a thousand twangling instruments
Will hum about mine ears; and sometime voices
That, if I then had waked after long sleep,
Will make me sleep again; and then in dreaming,
The clouds methought would open, and show riches
Ready to drop upon me, that when I waked
I cried to dream again.*

- Shakespeare, William. *The Tempest*. Act III, Scene II

⁵⁸ <http://www.zeit.de/sport/2012-07/london-2012-olympia-eroeffnung/seite-2> Zugriff am 17.12.14

Diese Schwarmintelligenz wird auch durch die Darstellung der digitalen Vernetzung zum Ausdruck gebracht. Jeder Mensch kann jederzeit überall auf die Kommunikationswege zurückgreifen, um Kontakt zu anderen aufzunehmen - zu sehen als eine weitere Revolution nach der Industriellen, nämlich die Digitale.

Überdies hinaus wurde ein ganzer Programmpunkt den Themen Gesundheit und Heilung gewidmet. Das staatlich geführte Great Ormond Street Hospital, das sich auf Kindermedizin spezialisiert hat, wurde stellvertretend für das britische Gesundheitswesen präsentiert und nicht ohne Grund mit einem Zitat aus *Peter Pan* in Verbindung gebracht, da alle Vertriebs- und Aufführungsrechte von Autor James Matthew Barrie selbst an das Krankenhaus weitergegeben wurden.⁵⁹

Durch Momente des Gedenkens und dem den Themen Leben und Tod gewidmeten Ausdruckstanz im Segment Abide With Me wurde die Zeremonie zeitweise ernsthaft und entfernte sich kurz vom Revolutions-Gedanken.

Wie auch jede Eröffnungszeremonie beinhaltete die Feier in London traditionell die Olympischen Werte wie Solidarität, Gleichheit, Sportsgeist und Aufruf zum Frieden.

Live in TV (Live-Bild)

Die Aufzeichnung der Eröffnungszeremonie wurde von drei Institutionen betreut: der BBC, als öffentlich-rechtliche Medienanstalt, dem Olympischen Broadcasting Service (OBS) und der unabhängigen Filmfirma Done and Dusted. Auch im Internet konnte die Zeremonie live per Stream verfolgt werden. Die Übertragung wurde an Fernsehstationen anderer Nationen verkauft und somit von 900 Millionen Menschen weltweit gesehen.⁶⁰

Bei der Sichtung der Zeremonien fällt auf, dass sich das Geschehen und die Dramaturgie speziell an das Publikum zu Hause richten. Danny Boyle als

⁵⁹ <http://www.gosh.org/gen/peterpan/history/peter-pan-and-the-hospital/> Zugriff am 17.12.14

⁶⁰ <http://uk.reuters.com/article/2012/08/07/uk-oly-ratings-day-idUKBRE8760V820120807?feedType=RSS&feedName=sportsNews> Zugriff am 16.12.14

erfahrener Film-Regisseur entwickelte durch die Einbettung von Einspielungen und Kurzfilmen in die Live-Show eine Inszenierung, die versucht, in jedem Segment auf eine andere Art eine Geschichte zu erzählen. Oft fällt aber auf, dass Zuseher, die sich vor Ort im Stadion befunden haben, nur durch den Fingerzeig der LED-Leinwände erkennen konnten, wo in der Masseninszenierung gerade dramaturgisch wichtige Elemente abliefen. Oft wurden diese Abläufe theatral nicht hervorgehoben und gingen somit im Geschehen unter. Hätte es also Komplikationen bei einer Schlüsselstelle mit einer Kamera oder einem Kameraoperator gegeben, wäre die Erzählstruktur sogar für das Publikum im Stadion ungelöst geblieben. Hier hätten wieder die Zuseher an ihren Fernsehgeräten einen Vorteil gehabt, da die meisten Fernsehanstalten durch Live-Kommentatoren, die durch eine Media-Guide-Mappe über alle dramaturgischen Erzählstränge und Hintergrundinformationen vorab aufgeklärt wurden, die Geschehnisse erklärten und Zusammenhänge herstellen konnten.

Kritisiert wurde im Zusammenhang mit der Berichterstattung der US-amerikanischen Sender NBC, der keine Live-Bilder der Zeremonien zeigte, sondern die Aufzeichnung bedingt durch den Zeitunterschied ins Hauptabendprogramm verschob. Durch diese Entscheidung wurde die Kreativität der amerikanischen Sportfans herausgefordert, einen Weg zu finden, Zugang zu den Live-Internet-Streams europäischer Fernsehanstalten zu bekommen, die aber in den USA aus werberechtlichen Gründen digital gesperrt waren.⁶¹

⁶¹ http://www.huffingtonpost.com/2012/07/27/london-opening-ceremony-live-streaming-video_n_1710606.html Zugriff am 16.12.14

Einfluss der sozialen Medien auf die Eröffnungszeremonie

Schon im Vorfeld der Eröffnungszeremonie bei Casting- und Probenterminen kommunizierte man den Mitwirkenden, die Überraschungen der Events nicht zu verraten und mittels Hashtag *#savethesurprise* zu verschleiern. Auch die Zuseher der geheimen Generalprobe wurden dazu angehalten, die Überraschung nicht zu verderben.⁶² Durch die Schnellebigkeit der sozialen Medien und deren unmittelbare Verbundenheit zu allen internetfähigen Geräten, kann heutzutage nur mehr an den guten Willen der Beteiligten appelliert werden, da in diesem Fall eine flächendeckende Kontrolle nicht mehr möglich ist.

Da die Jugend und ihre Kultur ein Grundthema der Olympischen Spiele und deren Zeremonie sein sollte, arbeiteten die Verantwortlichen und das Regieteam dieses Sujet wie schon an mehreren Stellen erwähnt in die Feierlichkeiten ein. So wurden Jugendliche nicht nur in den Zeremonien als Archetypen ihrer eigenen Jugendgeneration dargestellt, sondern sie waren auch ein großer Teil der Zielgruppe, für die das Rahmenprogramm in den sozialen Medien verwirklicht wurde. Denn nicht nur am Fernsehapparat, sondern auch in den sozialen Netzwerken konnte die Eröffnungszeremonie (sowie das Sportgeschehen und die Abschlussfeier) verfolgt werden. Ganze Teams arbeiteten an den Veröffentlichungen von Inhalten, die parallel zum Live-Geschehen in den sozialen Netzwerken verfügbar gemacht wurden. Wie die anschließenden Tabellen zeigen, wurden im Minutentakt Hintergrundinformationen, Making-Ofs oder Bilderstrecken der Proben

⁶² vgl. <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2178089/London-2012-Olympics-opening-ceremony-Fans-rehearsal-ordered-save-surprise.html> Zugriff am 20.01.15

hochgeladen, um dem Publikum ein möglichst breites Angebot des Events zu bieten.

Die Blogging-Website <http://olympicopeningceremony.tumblr.com> wurde speziell für die multimediale Unterstützung der Zeremonien ins Leben gerufen. Die Live-Ausstrahlung der vier großen Feiern (Olympische und Paralympische Spiele) wurde mittels eben dieser Seite unterstützt und vermittelte so ein reicheres und breiteres Spektrum an Informationen und kreativen Ideen.

Die Blogging-Plattform tumblr ermöglicht es nämlich jedem User verschiedenste



Ceremonie Explorer - Startseite der tumblr Plattform
<http://olympicopeningceremony.tumblr.com>

Themen über die eigene Blog-Seite zu veröffentlichen. Ein Blog oder einst Web-Log ist eine Art digitales Tagebuch oder Journal, das öffentlich oder halböffentlich einsehbar ist, um die eigenen Interessen oder Gedanken mit der Welt im World Wide Web zu teilen. Es unterscheidet sich dahingehend von sozialen Netzwerken, da es nicht zwingend notwendig ist, einen bestimmten Freundeskreis zu haben, da die Beiträge an sich das Kernelement des Bloggings sind und nicht die Vernetzung mit anderen. Viele Blogging-Seiten wie tumblr bieten jedoch an, bestimmten Autoren zu folgen und immer informiert zu werden, wenn ein neuer Beitrag veröffentlicht wird. Somit ergibt sich auf der einen Seite für den Leser der Vorteil, keinen Beitrag mehr zu verpassen, und auf der anderen Seite für den Autor zu wissen wie groß seine Lesergruppe ist. Da die Plattformen auch die Möglichkeit haben und mit dem anhaltenden Trend der sozialen Kommunikation mithalten müssen, können Beiträge nun meist auch kommentiert, bewertet und mit anderen Menschen geteilt werden. Dieser

Schritt ermöglicht es, den eher passiven Blog-Seiten einen aktiven, sozialen Charakter zu verleihen.

Dies schuf dem Regie-Team die Möglichkeit die schon angesprochenen Zusatzinhalten und -informationen bereitzustellen, die das Interesse beim Live-Publikum auch auf die Hintergründe der Inszenierung richten sollten.

In der folgenden Tabelle soll dargestellt werden, wie das Segment frankie and june say... Thanks Tim im Detail abgelaufen ist. Diese Analyse ist anhand des Videos⁶³ des OBS auf Youtube entstanden. Andere Aufzeichnungsversionen können geringfügig im Bereich des Live-Schnitts abweichen. Der Ablauf wird durch die Musiktitel chronologisch aufgelistet. Dementsprechend wird in der Spalte „Song“ der Musiktitel angegeben und in der Spalte „Bildinhalt“ die zu diesem Zeitpunkt zu sehende Handlung. In bestimmten Fällen ist es wichtig zu unterscheiden, ob eine Handlung live (Spalte „L“) oder voraufgezeichnet (Spalte „V“) gesendet wurde. Weiterführende Details enthält die Spalte „Informationen“ und die zum jeweiligen Zeitpunkt veröffentlichten Postings auf der Seite <http://olympicopeningceremony.tumblr.com> sind in der gleichnamigen Spalte „tumblr“ zu finden. Findet sich ein Screenshot zur Szene im Bildanhang, wird darauf in der Spalte „Informationen“ in eckigen Klammern hingewiesen.

⁶³ <http://youtu.be/4As0e4de-rl> Zugriff am 14.01.15

Sendeanalyse:

Song	Bildinhalt / Dramaturgie	L	V	Informationen	tumblr
				Noch bevor die Szene „on-air“ gegangen ist, wurde der Titel auf tumblr freigeschaltet:	frankie & june say... Thanks Tim „Music connects us with each other and with the most important moments in our lives.“
Girls in Grey	Der Titel des Segments wird präsentiert: „FRANKIE / AND / JUNE / SAY... / THANKS / TIM“ Jedes Wort steht auf einem zusammenfaltbaren Stoffteller. Der Text ist auch in französischer Sprache zu lesen „FRANKIE / ET / JUNE / DISENT... / MERCY / TIM“			[SCREEN 01]	„The story starts in an ordinary house – the kind of house in which most British people live. Our fictional family – played by non-professional volunteers, chosen by volunteers – is ready for a Saturday night.“
The Archers (Barwick Green)	Ein Mini Cooper fährt eine Rampe zu einem im Stadion aufgebauten britischen Einfamilienhaus hoch. Eine Mutter und ihr Sohn steigen aus dem Wagen aus. Es ist zu erkennen, dass die Familie multikulturell zusammengestellt ist. Der Sohn spielt mit einer portablen Spielekonsole, während die Mutter Einkaufstaschen trägt.			Auf der Nummerntafel des Mini Coopers ist zu lesen „TBL 2012“. Schon eine Anspielung auf Tim Berners-Lee	„The house is a full size replica of a modern British house. It's made of extremely light-weight material so that it can be flown into place in two pieces.“
Wetterbericht	Als die Mutter zur Tür des Hauses tritt, ist ein Wetterbericht auf den LCD-Wänden des Stadions zu sehen.				
	Einspielung Wetterbericht: „...There is a hurricane on the way...“				
Black and White Rag	Aus einer Wolke über dem Haus beginnt es zu regnen, die Mutter sperrt die Tür auf und ihr Sohn setzt sich auf die Türschwelle und spielt weiter sein Videospiel.				

Song	Bildinhalt / Dramaturgie	L	V	Informationen	tumblr
Sugababes - Push the Button	Im Inneren des Hauses wartet schon die drei Generationen übergreifende Familie auf das Abendessen. Einige sehen fern oder richten den Tisch her. Zum ersten Mal ist June zu sehen, die sich mit ihrer Schwester für den Abend in der Stadt vorbereitet.				Fotostrecke zu den Dreharbeiten „Meet the Family“
	Sohn spielt weiter mit seiner Spielkonsole. Eine Gruppe von Menschen versammelt sich vor einem Fenster des Hauses.				
Orchestral Manoevers In The Dark - Enola Gay	Die Mutter geht zum Fenster und schließt die Vorhänge, öffnet sie jedoch gleich wieder. Nun steht eine Menschenmenge vor dem Fenster und versucht mit Smartphones Fotos zu machen. Sie schließt die Vorhänge wieder.				
	Nach dieser „Fotoattacke“ beginnt die Menschenmenge mit ihren Smartphones als Lichtquelle zu tanzen.				
	Die Mutter holt ihren Sohn von der Türschwelle ins Haus zum Abendessen.			Diese Handlung wird zuerst live von außen gezeigt und dann durch den voraufgezeichneten Film aus dem Hausinneren ergänzt.	
Musical Soundtrack Oliver! - Food Glorious Food	Das große Haus in der Stadionmitte wird mit Clips von Essen und Mahlzeiten aus TV-Show bespielt.				
Rizzle Kicks - When I Was a Youngster	June und ihre Schwester kommen aus dem oberen Stockwerk, fertig zum Ausgehen und verabschieden sich von der Familie.				Fotostrecke zum Kostümdesign des ganzen Segments „Costume Drawings“
	Am großen Haus werden Clips von Eltern gezeigt, die sich über die Abendkleidung ihrer Kinder ärgern.				
	June und ihre Schwester verlassen das Haus und treffen auf der Rampe auf Freundinnen.				

Song	Bildinhalt / Dramaturgie	L	V	Informationen	tumblr
	Frankie und seine Freunde sind zum ersten Mal zu sehen. Sie machen ein Foto von sich selbst.			EINBLENDUNG: Foto und Text „THE LADS! Out on the town!!!“ [SCREEN 02]	
	June und ihre Freundinnen tanzen auf der Rampe und schreiben Nachrichten mit ihren Mobiltelefonen.			EINBLENDUNG: Text-Blasen „Meet me in town at 9.30? EXCITED!!!“ „Getting dressed up with the girlz!!!“ ... [SCREEN 03]	
	Sie machen ein Foto von sich.			EINBLENDUNG: Foto und Text „THE GIRLS! Ready to hit it!!!“ [SCREEN 04]	
The Jam - Going Under- ground	Tänzer haben im ganzen Stadionbereich mit leuchtenden LED-Bögen mehrere Schlangen gebildet. Sie stellen nun U-Bahnzüge dar. Die Mädchen- und Jungengruppen steigen in einen Zug ein und fahren in die Stadt.				
Eric Clapton - Wonderful Tonight	June und Frankie sehen sich in der U-Bahn.				
Chaplin Soundtrack	June wird durch eine Freundin von ihrem Platz weggerissen und verliert ihr Mobiltelefon. Frankie findet es. Auf Stofftellern über seinem Kopf ist zu lesen „That Girl has.. / dropped her phone.“				
The Who - My Generation	June und ihre Freundinnen tanzen in der Menschenmenge, die im Stil der 60er-Jahre tanzt und gekleidet ist.				
The Rolling Stones - Satisfaction	Frankie sucht von der Publikumstribüne aus nach June				Fotostrecke zu den Kostümen und Requisiten des ganzen Segments „Costume and Props“
Millie Small - My Boy Lollipop					

Song	Bildinhalt / Dramaturgie	L	V	Informationen	tumblr
The Kinks - All Day and All of the Night					
The Beatles - She Loves You					
	Frankie versucht von Junes Mobiltelefon aus ihre Schwester zu erreichen. Ein Ausschnitt aus dem Film „Irrtum im Jenseits“ (1946) wird in der Stadionmitte gezeigt: „What’s your Name?“ „June.“ „June? Are you pretty?“			EINBLENDUNG: Text: „I’ve found your phone“ „Where are you?“ „We’re on our way to the 70’s“	
Mud - Tiger Feet	Die Menschenmenge tanzt im Stil der 70er-Jahre.				
Led Zeppelin - Trampled Under Foot					
The Specials - A message to You, Rudy					
David Bowie - Starman	Männer mit Raketen-Rucksäcken fliegen in die Luft.				
Queen - Bohemian Rhapsody	Die Familie zu Hause sitzt vor dem Fernseher und sieht sich einen 3D-Film an				
Sex Pistols - Pretty Vacant	Tänzer mit übergroßen Punk-Köpfen und Sprungstelzen betreten die Bühne.			EINBLENDUNG: Foto von June „Not Bad?x“ [SCREEN 05]	Fotostrecke zu den Kostümen mit den Sprungstelzen „Bouncing Punk heads in Rehearsal“
New Order - Blue Monday	Die beiden Gruppen werden separat auf Hubpodien nach oben gehoben. Um sie herum tanzen alle in Schwarzlicht und neon-färbigen Kostümen.				

Song	Bildinhalt / Dramaturgie	L	V	Informationen	tumblr
Frankie Goes To Hollywood - Relax	June schreibt eine Textnachricht.			EINBLENDUNG: „Outgoing Message: Whats your name?“ [SCREEN 06]	
Soul II Soul - Back to Life	Zu Hause machen die Geschwister von June Fotos mit ihren Smartphones. Alle Tanzgruppen beginnen im Stil der 90er-Jahre zu tanzen. Feuersäulen schießen aus dem Boden hervor. Im ganzen Stadion sind Laserstrahlen zu sehen. Die Tänzerformationen werden kompakter in der Mitte des Stadions.				
Eurythmics - Sweet Dreams (Are Made of This)					
The Prodigy - Firestarter					
Underworld - Born Slippy .N.UXX					
I'm Forever Blowing Bubbles	June und Frankie treffen sich in der Mitte des Stadions vor dem großen Haus.				I'm Forever Blowing Bubbles lyrics
	Ausschnitt aus dem Film „Vier Hochzeiten und ein Todesfall“ (1994) wird auf das Haus projiziert: „the words of David Cassidy in fact, eh, while he was still with the Partridge family, eh, „I think I love you“ “				
Blur - Song 2	June und Frankie küssen sich. Im ganzen Stadion bricht Partystimmung aus. Es werden berühmte Kuss-Szenen aus der Filmgeschichte in der Mitte des Stadions gezeigt.				Fotostrecke „Behind-the-scenes at bubble testing“ Dizzee Rascal Kurzbiographie
LIVE Dizzee Rascal - Bonkers	Live-Performance von Sänger Dizzee Rascal in der Mitte des Stadions. Alle Tänzer beginnen in das Einfamilienhaus zu wandern. Partyszenen aus dem Inneren des Hauses werden eingespielt.			EINBLENDUNG: „June: STATUS UPDATE: IN A RELATIONSHIP. PARTY! MY HOUSE. NOW!!! [SCREEN 07]	
Amy Winehouse - Valerie	June und Frankie tanzen allein am Dachboden des Hauses.				

Song	Bildinhalt / Dramaturgie	L	V	Informationen	tumblr
Muse - Uprising	Die Menschenmassen strömen weiter in das Haus, bis die Stadionfläche leer ist.				Youtube Video zu den Proben der Tanzeinlagen https://www.youtube.com/watch?v=jWLxgd2_3Vk
Tinie Tempah - Pass Out					Fotostrecke zur Planung der Projektionen auf das große Haus in der Stadionmitte „Testing projection on the house“
Emeli Sandé - Heaven	Das Haus beginnt sich nach oben zu bewegen und gibt den Blick auf Sir Berners-Lee frei, der an einem Schreibtisch sitzt und auf einem Computer etwas tippt. In diesem Moment wird im ganzen Stadion der Text sichtbar „THIS IS FOR EVERYONE“			EINBLENDUNG „SIR TIM BERNERS-LEE INVENTOR OF THE WORLD WIDE WEB“ Sein Satz wurde auch zeitgleich auf Twitter gepostet.	Sir Tim Berners-Lee Kurzbiographie Fotostrecke zu den Proben der Tanzeinlagen

Die Tabelle zeigt, wie das Segment aufgebaut war. So kann durch die Orientierung an den Musikstücken eine Chronologie dargestellt werden, die einerseits historische Verweise auf vergangene Jugendkulturen unternimmt, andererseits auf dramaturgische Handlungen aufmerksam macht, um das Geschehen besser zu verstehen. Die Erzählung durchläuft mit markanten Interpreten und weltweit bekannten Singles vergangene Jahrzehnte, wodurch der Werdegang unserer heutigen Jugendkultur akustisch dargestellt wird. Durch die Choreographie und Kostüme im Stadion wurde diese Zeitreise noch um eine Ebene erweitert. Dagegen wird beispielsweise mit dem Song „Going Underground“ von der Gruppe The Jam angedeutet, dass die Protagonisten nun in der Londoner U-Bahn unterwegs sind und somit die theatrale Handlung unterstützt. Es ist jedoch aus der Tabelle auch ersichtlich, dass sich die Produzenten bei Schlüsselementen der Erzählung nicht nur auf die

musikalisch-akustische Ebene verlassen konnten, so war es nötig spezielle Dialoge durch Einspielungen von Filmausschnitten zu etablieren, da es wahrscheinlich einfach war, passende Dialoge im Film- als im Musikgeschäft zu finden.

Das Interessante ist die Einbindung der sozialen Medien als eigenes Element in dieses Kapitel der Eröffnungszeremonie. Wie schon ganz zu Beginn auf tumblr zu lesen war, verbindet uns die Musik mit anderen Menschen und mit den wichtigen Momenten in unserem Leben. Ein Statement, das so nun auch schon auf soziale Netzwerke übertragbar ist. Direkt dramaturgisch wichtig zeigen sich die Kommunikationsmedien durch Einblendungen am Bildschirm, in denen Textnachrichten, Status-Updates oder Fotos zwischen den Protagonisten und deren Freunden hin- und hergeschickt werden. Diese Elemente waren jedoch wie schon angesprochen nur über die LCD-Leinwände oder an den Bildschirmen zu Hause sichtbar und waren somit speziell ein Stilmittel der Bild-Regie und nicht der Eröffnungszeremonie selbst. So wurden die Abbilder der digitalen Medien nur an die Zuseher weitergeleitet, die auch über eine digitale Verbindung bei den Feierlichkeiten teilnahmen.

Eine weitere Tabelle soll nun die Postings auf der Plattform Twitter zu genau demselben Segment chronologisch auflisten. So wie auf der Plattform tumblr wurde hier das Publikum im Minutentakt über Geschehnisse auf und hinter der Bühne informiert und konnte mit den Postings sozial interagieren.

Twitter-Analyse:

 London 2012 @London2012	22:53 27. Juli 2012	Next section: 'Frankie and June say...Thanks Tim'. We start in an ordinary house - our family's ready for Saturday night... #OpeningCeremony
 London 2012 @London2012	22:55 27. Juli 2012	Mum & dad will stay in & watch TV, their son will play video games. But their daughter - June - is getting ready to go out! #OpeningCeremony
 London 2012 @London2012	22:57 27. Juli 2012	June sees a young man - Frankie - on the tube - love at first sight. She drops her phone. He picks it up #OpeningCeremony
 London 2012 @London2012	22:58 27. Juli 2012	Frankie chases June through night clubs playing music from the 60s, 70s, 90s & today. But can he reach her? #OpeningCeremony
 Wenlock @iamwenlock Retweetet von London 2012	22:55 27. Juli 2012	Well this is pretty much the best thing ever :-D #London2012
 London 2012 @London2012	23:06 27. Juli 2012	It's the East End's own Dizzee Rascal, performing live! #OpeningCeremony
 London 2012 @London2012	23:08 27. Juli 2012	British scientist & Londoner Sir Tim Berners-Lee invented the World Wide Web - good news for Frankie and June (and us!) #OpeningCeremony

Dieser Auszug deckt nur die Uhrzeit 22:53 bis 23:08 vom 27.07.2012 ab, also genau die Zeit des Segments frankie and june say... Thanks Tim. Es ist ersichtlich, dass in diesem Zeitraum sieben Nachrichten über den offiziellen

Twitter-Account @London2012 geschickt wurden. So wurde in etwa alle zwei Minuten das Geschehen bei der Zeremonie kommentiert und mittels Hashtag #OpeningCeremony verknüpft, um alle Postings, die diesem Thema zuzuordnen waren, schneller auffindbar zu machen. Im Vergleich zu den Nachrichten auf tumblr richteten sich die Mitteilungen auf Twitter eher an User, die die Zeremonie nicht live verfolgen konnten, da sie allgemeiner und auf die wichtigsten Ereignisse beschränkt waren. Die Informationen auf tumblr gingen mehr ins Detail und waren als Unterstützung und Erweiterung für das Publikum gedacht, das gerade - auf welchem Weg auch immer - an den Feierlichkeiten teilnahm.

Es ist also an dieser Stelle anhand der zwei Beispiele gut zu sehen, wie und auf welche Weise die verschiedenen Informationskanäle genutzt wurden. Da nicht auf jeder Plattform dieselben Inhalte gepostet wurden, ist anzunehmen, dass es für jedes Netzwerk eine spezielle Ausrichtung gab. Das Publikum konnte sich somit selbst entscheiden, auf welchem Weg es über die Zeremonien informiert werden wollte.

Verbindung sozialer Medien und Olympia-Bewegung

Soziale Medien bei den Olympischen Spielen

„Höher, schneller, stärker - sozialer?“⁶⁴ Wird das das neue Motto der olympischen Bewegung? Ein Blick auf die Entwicklung in den letzten Jahren deutet in diese Richtung. Gab es 2008 zu den Olympischen Spielen in Peking nur 100 Millionen aktive Twitter-Nutzer, sprach Twitter in einem Blog-Eintrag nach den Olympischen Spielen 2012 von „*well over 150 million Tweets about the Olympics over the past 16 days*“⁶⁵, was somit eine durchschnittliche Frequenz von rund 6.510 Tweets pro Minute bedeutet. Darunter auch ein Twitter-Rekord: als Usain Bolt sich im 200 Meter Sprint die Goldmedaille sicherte, wurden über 80.000 Tweets pro Minute versendet.⁶⁶

Die Sportlerinnen und Sportler teilten zusammen mit der Weltöffentlichkeit ihre Gefühle, Emotionen und Gedanken. Wie schon angesprochen, kristallisierte sich dieser Trend in den letzten Jahren immer mehr heraus, sodass soziale Netzwerke ein „Must-Have“ für jedes Großereignis geworden sind.

Werden heute die Anzahl der „Gefällt mir“-s und Twitter-Verlinkungen schon als Wertmessung für die Beliebtheit eines Produkts gehandhabt, planten die Verantwortlichen im London Organising Committee of the Olympic and Paralympic Games (LOCOG) diese Tatsache schon 2010 ein und etablierten eine Struktur für alle zu diesen Zeitpunkt beliebten sozialen Netzwerke. In diesem Zusammenhang soll hier genauer auf die Netzwerke *Facebook* und *Twitter* und die Sparte des mobilen Internets (Smartphone) eingegangen werden, da diese den Kern der sozialen Bewegung darstellen und zähl- und messbare Kommunikationsinhalte bereitstellen.

⁶⁴ <http://www.computerwoche.de/netzwerke/web/2519597/> Zugriff am 19.08.2012

⁶⁵ <http://blog.uk.twitter.com/2012/08/the-olympics-on-twitter.html> Zugriff am 22.11.2012

⁶⁶ vgl. <http://blog.uk.twitter.com/2012/08/the-olympics-on-twitter.html> Zugriff am 22.11.2012

Vorbereitungen und Ausrichtung

Ganz dem Ausspruch Clay Shirkys entsprechend, "Communications tools don't get socially interesting until they get technologically boring"⁶⁷, präsentierte Alex Balfour, seines Zeichens Leiter der Abteilung Neue Medien bei den Olympischen Spielen in London, im Juni 2010 die Ausrichtung der Plattformen und Kanäle, die durch die neuen und sozialen Medien gestützt werden sollen. 2006 wurde Balfour Teil des Olympischen Organisationskomitees und mit der Aufgabe betraut, die für das Jahr 2012 bestmögliche Nutzung der sozialen Medien zu erarbeiten. Für diese Zeitspanne von 6 Jahren konnte er sich und sein Team für die Massen an Datenanfragen vorbereiten. Noch 2005 waren in Großbritannien die Anzahl der Haushalte mit einem normalen Internetanschluss gleich der Zahl mit einem Breitbandanschluss. Nur 20 Prozent der Mobiltelefon-Nutzer hatten ein 3G-fähiges Handy.⁶⁸ Somit wurde anfangs der Mobilgerätesektor als Element der neuen Medien nicht weiter verfolgt, was sich aber später drastisch änderte. Soziale Netzwerke waren gerade im Entstehen oder am Wachsen und es war noch nicht klar, welchen Einfluss sie auf die Kommunikation haben würden. Vor allem Facebook war in dieser Zeit noch nicht außerhalb amerikanischer Hochschulen bekannt.

Zu diesem Zeitpunkt beschlossen Balfour und sein Team: „London 2012's new media channels will be the number one way for the public to access, share and participate in the 2012 Games“⁶⁹. Auch war ihnen noch nicht klar, wie sich das Online-Angebot im Laufe der Jahre verändern würde. Um diesem Leitsatz nachzukommen, wurden schon früh die grundsätzlichen Eckpfeiler festgelegt: Die Plattform „London2012“ soll nicht selbsttragend funktionieren, sondern begleitend zu den Veranstaltungen und als Kommunikationsdrehscheibe für alle

⁶⁷ Shirky, Clay. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press, 2008

⁶⁸ Video: Alex Balfour (Head of New Media, London 2012) speaking at Podium: Countdown for the Games <http://youtu.be/bluPbsklx6Y> Aufgerufen 17.12.14

⁶⁹ Balfour, Alex. *Comms lessons from the London Olympics*. Präsentation vom 8. November 2012

Interessierten und Beteiligten fungieren. Diese Plattform der neuen Medien musste folgende Punkte beinhalten:

- die Webseite london2012.com ⁷⁰
- ein eigenes E-Mail-Kommunikationssystem
- Einbindung aller wichtigen sozialen Medien
- Engagement für Sport und seine Unterstützung

Die Webseite war schon früh fixiert worden, da sie als erste Anlaufstelle galt, worauf User zugreifen würden. Es sollten Bereiche zum Kartenkauf, zur Bildung und Weiterbildung, für das Freiwilligen- und Helferprogramm, Landkartendienste sowie ein Online-Shop implementiert werden. Auch das E-Mail-Kommunikationssystem wurde früh installiert, da jede veranstaltungsinterne Kommunikation über dieses System ablaufen sollte. Schon ein Jahr vor den Spielen waren zwei Millionen Menschen in der Datenbank dieses Systems registriert.

In den Jahren 2007-2008 wurde immer klarer, dass die sozialen Medien stärker werden würden, aber nicht der Träger aller Informationskanäle sein konnten. Mit neuen Techniken entwickelten sich auch Möglichkeiten, Informationen effizienter bereitzustellen, wodurch das Neue-Medien-Team immer neue Abläufe und Programme testen musste, die dem Puls der Zeit entsprachen. Balfour spricht von zwei Schlagworten in dieser Zeitperiode: „Enabling“ und „Enhancing“. Einerseits war es wichtig die Produkte im Bereich der neuen Medien zu realisieren, auf der anderen Seite musste das Team schon laufende Programme immer an neue Gegebenheiten anpassen.

2009 wurden die ersten Online-Applikationen für den Fackellauf in Facebook implementiert und über die Twitter-Plattform ein Live-Chat zum Ticketverkauf abgehalten. Somit war dies der Zeitpunkt, ab dem soziale Medien ein Kernpunkt des gesamten Neue-Medien-Programms der Olympischen Spiele wurden. Im März 2010 startete das Online-Ticket-Portal, noch ohne die

⁷⁰ Die Seite london2012.com wurde schon offline genommen und die Domain-Adresse leitet auf die offizielle Homepage des IOC weiter. Durch das Internet-Archiv web.archive.org können aber tägliche Speicherstände der ganzen Seitenstruktur von 2012 betrachtet und zur Untersuchung analysiert werden.

Möglichkeit Tickets zu erstehen. Die User-Zahl an Interessenten schoss innerhalb weniger Tage von Null auf über eine Million. Das Team stellte sich nun der Herausforderung, die meistbesuchte Begleitseite Olympischer Spiele zu schaffen, die den Schwerpunkt auf die Präsentation von Resultaten und den Live-Charakter legt. Sie sollte uneingeschränkt für alle Benutzer verständlich sein und dazu motivieren, sich am Event zu beteiligen.

Ziele und Reichweite

Zu Beginn des Jahres 2012 verzeichneten die sozialen Netzwerke ungefähr 2,7 Milliarden Accounts weltweit. Auch der Mobilgerätesektor war gewachsen, demnach besaßen nur mehr drei Prozent der Menschen in Großbritannien kein Handy und mehr als 60 Prozent aller Handy-Nutzer gaben an, ein Smartphone zu besitzen. Nun stiegen auch die Besucher-Zahlen auf der Webseite, auf insgesamt über 430 Millionen Klicks von über 100 Millionen verschiedenen Usern weltweit⁷¹ (im Vergleich: Vancouver2010: 291 Millionen, Peking2008: 105 Millionen)⁷². Davon entfielen 60 Prozent auf Mobilgeräte wie Handys oder Tablets. Der anfangs vernachlässigte Mobilgerätesektor war nun zum Kerngeschäft des Neuen-Medien-Teams geworden. Auch während der Paralympischen Spiele konnten insgesamt 30 Millionen Klicks verzeichnet werden, wobei hier 52 Prozent auf Mobilgeräte entfielen⁷³. Auch mit Kooperation verschiedener Suchmaschinen und App-Stores konnte das Angebot publik gemacht werden.

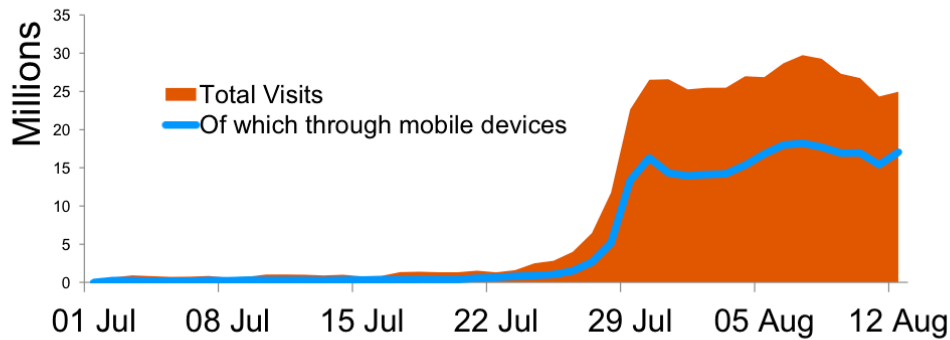
⁷¹ Balfour, Alex. *London 2012 Olympic and Paralympic Games-time Digital Report*. Präsentation vom 13. August 2012 S. 21

⁷² Balfour, Alex. *Social media and the London 2012 Games - Social Media Influence*. Präsentation vom 24. Juni 2010 S. 13

⁷³ Balfour, Alex. *London 2012 Olympic and Paralympic Games-time Digital Report*. Präsentation vom 13. August 2012 S. 23

Games-time traffic: Most visited Games-time channels ever

- 432m total visits from 109m unique users across web and mobile
- 60% of visits from mobile devices



Balfour, Alex. *London 2012 Olympic and Paralympic Games-time Digital Report*
 Präsentation vom 13. August 2012
 S. 21

Die Webseite selbst hatte keine Rechte für Videos oder Live-Übertragung, spezialisierte sich also auf die schnellstmögliche Bereitstellung von Startzeiten und Resultaten. Auch die Präsentation der teilnehmenden Nationen, Athleten und tägliche Hintergrundberichterstattung wurde auf der Seite publiziert. Über die offizielle Handy- und Tablet-App konnten standortbezogene Kartendaten heruntergeladen werden, um die Austragungsorte der einzelnen Sportarten und den eigenen Sitzplatz schneller zu finden. Funktionen wurden eingebaut, um über soziale Medien den eigenen Standort mit Freunden zu teilen.

Da trotz des Fehlens von Live-Bild-Berichterstattung das Gefühl eines Live-Charakters über die neuen Medien spürbar sein sollte, wurde die Seite im Minutentakt aktualisiert. Die gerade ablaufenden Wettbewerbe wurden in Statusleisten hervorgehoben und augenblicklich mit neuen Daten versehen. Alle Ereignisse wurden auch per Twitter oder Facebook veröffentlicht und konnten vom Publikum kommentiert oder geteilt werden. Der Grundgedanke für die Handhabung der sozialen Netzwerke war denkbar einfach, hier sollte - im Gegensatz zu den akkuraten Zahlen der Webseite - der Spaß am Sport und der Veranstaltung im Vordergrund stehen. Tolle Bilder, lustige Momente und Kommunikation zwischen Sportbegeisterten waren in den sozialen Medien wichtiger Bestandteil des Pakets.

Auf allen Kanälen sollten alle wichtigen Zielgruppen barrierefrei ansprechende und informative Beiträge finden. Ein nicht zu unterschätzender Punkt, da das Publikum internationaler und vielfältiger nicht sein konnte. Die Begeisterung für den Sport und die ganze Veranstaltung zieht sich durch alle Altersgruppen, wodurch Benutzerfreundlichkeit und Transparenz des Interfaces oberste Priorität hatten. So wurde die Webseite im Vorfeld über 2000 Stunden lang von Internetnutzern getestet, um die bestmögliche Funktionalität zu garantieren. Es wurden Formatierungshilfen eingebettet, um beispielsweise die Textgröße zu verändern, den Kontrast anzupassen oder die geschriebenen Berichte in Gebärdensprache wiedergeben zu lassen. Bei der Betrachtung von Videos konnten Untertitel mit Transkriptionen eingeblendet werden. Auch wenn über 200 Nationen weltweit über die Webseite Zugang zu den Ergebnissen und Berichten hatten, entschied man sich zugunsten der Qualitätssicherung, die Seite nur in englischer und französischer Sprache zur Verfügung zu stellen.

Im Bereich der sozialen Netzwerke konnten während der Zeit der Olympischen Spiele 1,86 Millionen Facebook-Follower und 1,9 Millionen Twitter-User gezählt werden, die aktiv das Geschehen verfolgten. Durch die Netzstruktur von Facebook konnten die Inhalte an bis zu 49 Millionen Menschen im Netzwerk weitervermittelt werden, ohne dass diese direkt am Event interessiert waren (organische und bezahlte Reichweite)⁷⁴. Überall auf der Webseite wurden Verweise zu den Twitter- und Facebook-Profilen der Athleten integriert, um jedem möglichen Interessenten die Möglichkeit zu geben, sich mit seinen Idolen zu verlinken. Durch die Verwendung von 48 Twitter-Kanälen wurde ein sehr breitgefächelter Informationsstrom angeboten, um jedem Nutzer genau die Berichte zukommen zu lassen, die ihn auch interessierten. Unter diesen Twitter-Kanälen gab es auch zwei Kanäle für die Maskottchen der Spiele und sechs Kanäle von Fotokameras, denen eine eigene Persönlichkeit gegeben wurde

⁷⁴ Facebook unterscheidet zwischen organischer und bezahlter Reichweite von Beiträgen. Bezieht sich die organische Reichweite auf die aktive Verbreitung der Inhalte durch die Nutzer und deren Freundes-Netzwerke, beschreibt die bezahlte Reichweite den Umfang der Nutzer, die die Inhalte aufgrund geschalteter Anzeigen und Interessensangaben betrachten.
<https://www.facebook.com/help/285625061456389>

(zum Beispiel: @L2012PoolCam⁷⁵: Die Unterwasserkamera veröffentlichte Fotos der Schwimmer und kommentierte sie aus ihrer eigenen Perspektive). So wurden nach Angaben von Twitter ungefähr 150 Millionen Twitter-Nachrichten bis zur Abschlusszeremonie mit Thema der Olympischen Spiele versendet.⁷⁶

Auch das Netzwerk von Google+ wurde mit Inhalten bedient, war aber mit 818.000 Nutzern nicht so stark aufgebaut wie Facebook und Twitter. Auch über die Plattform Youtube wurden Live-Berichte und voraufgezeichnete Videos veröffentlicht, wo 1,1 Millionen Betrachter gezählt wurden, bei denen jedoch der soziale Aspekt mehr in den Hintergrund rückt. Die schon angesprochene Idee die Zeremonien über tumblr.com mit Backstage- und Hintergrundinformationen aufzuwerten, wurde schon früh berücksichtigt und deren Inhalte produziert.

Speziell für das Thema London2012 entwickelte Computerspiele ergänzten das Sortiment an digitalen Inhalten. Auch auf Smartphones konnten Spiele aus dem Internet heruntergeladen werden, in denen man sich in diversen Sport-Disziplinen per Tastendruck mit anderen Spielern weltweit messen konnte. Über



Facebook Social-Media Spiel
Olympic Game City

<https://www.facebook.com/olympicgamescity>

⁷⁵ Balfour, Alex. *London 2012 Olympic and Paralympic Games-time Digital Report*. Präsentation vom 13. August 2012 S. 66

⁷⁶ ebenda

Facebook war es möglich ein Social-Game zu spielen, in dem jeder User ein eigenes Olympia-Areal bauen und dort mit seinen Freunden interagieren konnte.

Zusammengefasst: Das Team um Alex Balfour koordinierte zum Zeitpunkt der Olympischen Spiele 77 digitale Produkte mit dem Thema Olympia London2012, die weltweit rezipiert wurden.

Man kann sich fragen, ob die Integration der neuen Medien nur eine Lösung war, um die „herkömmlichen“ Medien neu zu beleben oder ob die neuen Medien bald auch unabhängig funktionieren. Der Medienmarkt hat sich verändert und wird immer flexibler und aktueller. Jeder kann jederzeit Nachrichten und Neuigkeiten in die Welt hinaus senden. Diese Schnellebigkeit haben das Fernsehen und Radio nur sehr selten erreicht, da die Abläufe im Hintergrund aufwendiger und hierarchischer sind. Die Entscheidung, die sozialen Kanäle nicht selbstständig zu schalten, sondern nur als unterstützende Medien, weist darauf hin. Einerseits sind noch nicht alle Zielgruppen der Sportveranstaltung mit den neuen Medien vertraut, andererseits können durch die alten Medien höchstwahrscheinlich mehr Werbegelder eingenommen worden sein, um die ganze Veranstaltung finanziell abzusichern.

Inszenierung und Auftritt in den sozialen Medien

Sport und soziale Netzwerke haben dieselben Wurzeln, so kann es nur logisch sein, dass die Olympischen Spiele den Ausbau der Nutzung von Social Media vorantreiben:

„Sport ist ganz im Sinne von Max Weber (1976, S. 1) ein soziales Handeln, weil es seinem „den Handelnden gemeinten Sinn nach auf das Verhalten anderer bezogen wird und daran in seinem Ablauf orientiert ist.“⁷⁷

⁷⁷ Reichertz, Jo. *Der Mediensport Olympia – Ein globales Integrationsritual?* Spectrum 16 (2004) Heft 2. S. 74

Wie die vorangegangenen Kapitel zeigen, ist es ein großer Aufwand für eine Veranstaltung wie die Olympischen Spiele, eine eigene digitale Identität zu erschaffen. Es wird nichts dem Zufall überlassen und alle Bereiche werden ins kleinste Detail jahrelang durchgeplant. Das Ziel ist es nun herauszufinden, ob und wie die ‚soziomediale‘ Inszenierung abgelaufen ist und welchen Wert die Einbindung der sozialen Medien für das Sportevent hätte haben sollen und ob diese Ziele erreicht wurden.

Zu Beginn ist es wichtig zu erwähnen, dass Großveranstaltungen und Prominente in sozialen Netzwerken oftmals eine Sonderstellung im Vergleich zu privaten Personen einnehmen können. Es gibt für diesen Zweck meist spezielle Abonnement-Systeme, die es dem normalen User möglich machen, den Profilen, wie dem der Olympischen Spiele als Veranstaltung, zu folgen. Es muss dem User also von vorne herein klar sein, dass es sich bei jenem Profil um den Avatar der Olympischen Spiele handelt und nicht um eine Person, die in deren Auftrag Postings online stellt. Es findet eine Personifizierung der Veranstaltung statt oder noch um eine Ebene weitergedacht, um eine „Avatarisierung“. Der Avatar wird selbstständig und berichtet im Namen der Veranstaltung über die fortlaufenden Ereignisse im realen Leben. Diese Avatarisierung war in den herkömmlichen Massenmedien noch nicht möglich, da immer ein Reporter oder ein Kommentator aus subjektiver Sicht die Ereignisse schildern musste. Die Wirkung eines solchen Profils wird vom Publikum direkter und objektiver wahrgenommen als durch eine Vermittlungsperson. Wenn beispielsweise die Profilseite als Avatar der Olympischen Spiele über die Eröffnungszeremonie behauptet „What a fantastic night! #London2012“ (gepostet auf Twitter am 28. Juli 2012, um 06:05)⁷⁸, so fühlt sich dies wertfreier an, als wenn dieselbe Nachricht auf der Profilseite eines Sportkommentators stehen würde, der der Zeremonie beigewohnt hat. Dieser Umbruch von Subjektivität zur Objektivität funktioniert nur, wenn die Nachricht aus der Sicht der Veranstaltung verfasst wurde und kein

⁷⁸ <https://twitter.com/London2012/status/229065008850538498> Zugriff am 26.01.15

menschlicher Urheber genannt wird. Es ist also einerseits notwendig, die Veranstaltung so weit zu einer Person werden zu lassen, dass die Abonnenten des Profils auf die Nachrichten eingehen und mit deren anonymen Autor(en) kommunizieren können, jedoch andererseits den abstrakten Charakter der Veranstaltung beibehalten, um einen möglichst objektiven Informationskanal zu gewährleisten. Im Fall von London2012 wurde wie schon erwähnt die Entscheidung getroffen, mehrere Kanäle auf allen Plattformen zu eröffnen. Somit war es möglich, jedes dieser Profile in einer eigenen Weise zu inszenieren, um ein breites Spektrum an Zielgruppen anzusprechen.

So konnte das objektiv inszenierte Hauptprofil in jedem Netzwerk gefunden werden, wohingegen die speziellen Unterprofile meist die Struktur des Netzwerkes ausnützten, in dem sie angelegt wurden. Beispielsweise wurden die schon angesprochenen Twitter-Profile der Maskottchen Wenlock und Mandeville etabliert, um die Geschehnisse rund um die Sportveranstaltung aus der Sicht ebenjener Figuren zu schildern. Somit arbeiten diese Profile wiederum mit einer subjektiven Betrachtung der Veranstaltung und bilden das Gegenstück zum objektiven Hauptprofil. Beide Kanäle können über dieselben Ereignisse und Sportleistungen berichten, wobei jedoch durch die gänzlich unterschiedliche Inszenierung der Autorenschaft eine völlig andere Sichtweise dargestellt werden kann. Hier eröffnen sich Möglichkeiten, unterschiedliche Gruppen an Rezipienten anzusprechen, die sich durch die herkömmliche Berichterstattung nur schwer für die Sportereignisse hätten begeistern lassen können. Jedoch nicht nur die Inszenierung der verschiedenen Profile kann die Bandbreite an Interessenten vergrößern, sondern schon allein die Tatsache, dass die Veranstaltung multimediale Medienkanäle nutzt, ist für die heutige Zeit schon unerlässlich, da sich in den sozialen Netzwerken schon ein Großteil der Kommunikation abspielt. Werkzeuge wie Hashtags, Querverweise und Verlinkungen in den Statusmeldungen sind zu Hilfsmitteln geworden, um auf sich und das eigene Auftreten aufmerksam zu machen. Die Zahlen der Nutzungsstatistik von Alex Balfour belegen den Anstieg an Usern über die sozialen und digitalen Medien. Hinzu kommt, dass sich die Schnelligkeit der neuen Medien positiv auf die herkömmlichen Medien auswirkt, wenn sie - wie

es hier der Fall ist - gekoppelt mit Informationen bespielt werden. Da schon vorab genau definiert wurde, dass die neuen Medien nur unterstützend zu den herkömmlichen Übertragungsarten hinzugezogen werden sollten, konnte eine Aufwertung und ein Ausbau des gesamten Informationsgehaltes erzielt werden. Die Vorteile der zusätzlichen Distributionskanäle sind leicht zu finden. Wie sich seit den Anfängen des Fernsehens Sendeanstalten gebildet haben, bildeten sich durch Unternehmen geführte Plattformen, um die sozialen Netzwerke zu führen. Durch Bereitstellung der Infrastruktur ist es möglich, neben der Kommunikation mit anderen Nutzern auch kostengünstig, gezielt und marktorientiert öffentliche Informationen zu teilen.

Die Personifizierung und Reduktion auf ein Profil lässt es zu, dass User sich schneller mit der Thematik identifizieren können, ohne einen breiten Katalog an Accounts durchforsten zu müssen. Es trägt zur leichteren Integration in die Freundeslisten oder Bekanntenkreise bei. Da die Nähe zum User oberste Priorität hat, muss die Redaktion hinter dem Profil aktuelle Trends und Netz-Phänomene in die Statusmeldungen einbauen, um am Puls der Zeit zu bleiben. Diese Nähe zum Endnutzer ist auch auf marketingtechnischer Ebene interessant, da es möglich ist, das individuelle Verhalten eines jeden Users zu erfassen, und Werbeträger genau abgestimmte Anzeigen schalten können, um gezielter für ihre Produkte zu werben. Durch diesen Effekt tragen die neuen Medien zu einer neuen Art des Sponsorings bei, die sich immer weiter in den Vordergrund drängen wird. Alle gespeicherten Daten können dazu verwendet werden, Vorlieben und Abneigungen zu bestimmten Inhalten festzustellen und informieren die Plattformbetreiber inwieweit bestimmte, personalisierte Werbemittel angebracht sind.

Diese Tatsache sollte auch kritisch hinterfragt werden, da permanente Überwachung im Geiste der Marktwirtschaft schnell missbraucht werden oder in die falschen Hände geraten kann. Nicht nur müssen die Plattformen gegen Angriffe von außen gut abgesichert sein, sie müssen auch die Sicherheit der Daten garantieren können. Somit ist es immer ein gewisses Risiko, die Kommunikation in offene soziale Netzwerke auszulagern. Um diesem Umstand

Rechnung zu tragen, etablierte das Neue-Medien-Team des LOCOG wie schon angesprochen von Beginn an ein eigenes, internes Kommunikationssystem, das auf eigenen Servern installiert war, um nicht von den Regeln und Nutzungsbedingungen diverser Netzwerke abhängig zu sein. Unter diesem Aspekt bringen soziale Netzwerke nicht nur Freiheiten und liberale Kommunikationsmöglichkeiten, denn die AGB sind einzuhalten und regulieren oft von außen die Interaktionsmöglichkeiten zwischen den Kommunikationspartnern.

Ungeachtet aller Einflüsse von außen muss jedoch die Kommunikation mit der Netz-Community gewährleistet sein. Da es sich um eine lebende und sich stündlich verändernde Gemeinschaft an Interessenten und Fans handelt, ist die Erwartungshaltung sehr groß, über neue Ereignisse informiert zu werden. Um eine Art von Kommunikation zu schaffen, müssen Anfragen und Meldungen von Usern beantwortet und verarbeitet werden.

Um alle diese Inhalte generieren zu können, müssen mehrere Teams rund um die Uhr daran arbeiten, die Profile in allen Netzwerken aktuell zu halten. Dafür werden ganze Redaktionen oder Medienzentralen eingesetzt, damit sofort die bestmöglichen Inhalte produziert werden können. Sei es in Form von Fotos, kurzen Filmen oder aktuellen Netz-Phänomenen, um die Information medienwirksam zu verpacken. Dieser Apparat von eigens angestellten und geschulten Mitarbeitern muss folglich finanziert und ausgebildet werden. Diese müssen auch die Kontrolle und Rechte zu den Inhalten innehaben und verwalten können. Da es sich um multimediale Kanäle handelt, ist es wichtig, einen Überblick über alle Profile und deren Inhalte zu haben. Dieser Aufwand übersteigt die Gestaltung einer einzelnen Homepage bei weitem.

So zeigt sich schon an diesen allgemeinen Überlegungen, dass es Vor- und Nachteile für die Erstellung einer digitalen Identität gibt. Durch die jahrelange Vorbereitung und die Koppelung verschiedener Medien miteinander kann das Auftreten in sozialen Netzwerken für die Olympischen Spiele als Mehrwert und positive Erweiterung der Sportereignisse gewertet werden. Hätte sich das Neue-Medien-Team für andere Realisierungsformen entschieden, wäre es

möglich gewesen, dass die Sparte der sozialen Netzwerke gänzlich unbeachtet neben den sportlichen Bewerben untergegangen wäre.

Sportler und die Blogging-Guidelines des IOCs

Die vorangegangene Frage nach dem Mehrwert der Einbindung sozialer Medien bei den Olympischen Spielen inkludiert bis hier nur die mediale Repräsentation der Sportveranstaltung an sich. Da es sich aber grundsätzlich um ein Zusammenkommen tausender Sportler aus verschiedenen Nationen handelt, muss dieser Aspekt nun auch einbezogen werden. Jeder dieser Athleten besteht unabhängig vom Apparat der Olympischen Spiele als eigene Person, wird jedoch für eben jenen Zeitraum als Teil des Wettbewerbs gesehen und muss sich dessen Regeln entsprechend verhalten. Entspricht diese Annahme auch für sein privates Auftreten oder sein persönliches digitales Profil? Auch diese Frage musste im Vorfeld der Olympischen Spiele geklärt werden.

Viele der angereisten Sportler hatten schon vor Beginn des Sportevents Profile in sozialen Netzwerken, um mit ihren Fans zu kommunizieren oder um werbewirksam einen größeren Bekanntheitsgrad zu generieren. Wie schon erwähnt konnten die persönlichen Seiten der Athleten über die Homepage eingesehen werden und waren somit Teil des großen Angebotes der Neuen-Medien-Offensive des LOGOC. Jede dieser digitalen Sportler-Identitäten kann als Amateur-PR-Autor gesehen werden, da keine professionelle Redaktion hinter den Profilen steckt, sondern der Sportler selbst. Die subjektive Ausrichtung dieser Profile könnte für das Gesamtkonzept zum Problem werden. Nun gibt es für die übergeordnete Instanz - in diesem Fall das LOGOC beziehungsweise das IOC - mehrere Möglichkeiten, um einer eventuellen Rufschädigung vorzubeugen. In Zeiten einer liberalen Internet-Gemeinde könnte es dem Organisator der Sportveranstaltung gleichgültig sein, wie die Sportler ihre digitalen Abbilder führen und welchen Themen sie sich in sozialen Netzwerken widmen.

In diesem Zusammenhang spricht Ramón Reichert in seinem Buch *Amateurs im Netz - Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0* über Herangehensweisen, wie sich Organisationen in so einem Fall verhalten können. Er greift das Beispiel der Firma IBM auf, die im Mai 2005 damit begann, ihren Mitarbeitern den Anstoß zu geben, selbst als öffentliche Repräsentanten der Firma in Form eines (semi)privaten Arbeits-Blogs tätig zu werden.⁷⁹ Die Firma stellte jedoch spezielle Guidelines zum Firmenblogging auf, um genau darauf hinzuweisen, dass die Einträge nichts mit den Strategien und Ansichten der Firma zu tun haben.⁸⁰ Das Abstreiten, etwas mit den Postings der Mitarbeiter zu tun zu haben, wäre eine Möglichkeit, die eigenen Interessen zu wahren und doch Interaktion mit sozialen Netzwerken tätigen zu können.

Wenn man sich nun die Aussendungen des IOC ansieht, das vor den Olympischen Spielen 2012 ebenfalls Richtlinien für die Nutzung sozialer Netzwerke veröffentlichte, ist auffallend, dass sich diese genau in entgegengesetzter Richtung entwickelt haben. War IBM noch bemüht, eine Distanz zu etwaigen unvorteilhaften Einträgen zu schaffen und damit in gewisser Weise die Freiheit ihrer Mitarbeiter zu gewährleisten, versuchte das IOC durch Reglementierung und Strafandrohung die Probleme vor dem Entstehen einzudämmen.⁸¹ Schon 2010 in Vancouver wurden Blogging-Guidelines ausgesprochen, um das Verhalten in sozialen Netzwerken zu regulieren.

Im ersten Satz des vierseitigen Regelwerks werden die Athleten noch aufgefordert, den sozialen Charakter der Olympischen Spiele zu folgen und sich

⁷⁹ vgl. Reichert, Ramón. *Amateurs im Netz - Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. transcript Verlag, Bielefeld 2008. S. 70f

⁸⁰ »As they'll tell you themselves, the opinions and interests expressed on IBMers's blogs are their own and don't necessarily represent this company's positions, strategies or views.«
(www.snellspace.com/IBM_Blogging_Policy_and_Guidelines.pdf)

⁸¹ »However, any such postings, blogs or tweets must be in a first-person, diary-type format and should not be in the role of a journalist - i.e. they must not report on competition or comment on the activities of other participants or accredited persons, or disclose any information which is confidential or private in relation to any other person or organisation.«
(http://www.olympic.org/Documents/Games_London_2012/IOC_Social_Media_Blogging_and_Internet_Guidelines-London.pdf)

in den Netzwerken mit ihren Fans auszutauschen, solange die Postings mit dem Olympischen Gedanken vereinbar sind. Doch gleich wird drauf hingewiesen, dass Nachrichten und Blogs nur in Ich-Form gehalten werden und keine journalistischen Ansätze aufweisen dürfen. Das Hochladen von Video- und Audioaufnahmen ist gänzlich verboten, wohingegen Fotos geteilt werden dürfen. Sind jedoch auf den Fotos andere Menschen zu sehen, muss vorab das Einverständnis dieser eingeholt werden. Das Kommentieren der Leistungen anderer Sportler ist ebensowenig gern gesehen wie das verwenden der Logos aller olympischer Organisationen, die am Event beteiligt sind. Die Athleten und ihre Trainer dürfen keine Eigenwerbung posten oder über ihre Sponsoren schreiben. Abschließend wird noch einmal darauf hingewiesen, dass die Aktivitäten der Sportler und ihre digitalen Profile überwacht werden und mittels Verwarnung oder bis hin zum Ausschluss vom Sportwettbewerb geahndet werden.

Viele Stimmen in den Medien befürchten hier einen Einschnitt in die Meinungsfreiheit und sehen schon eine Annäherung an Zensur durch das IOC. Doch auf der anderen Seite sprach schon Sebastian Coe vor dem Beginn der Spiele seine Bedenken über die Mitteilungsbedürftigkeit und Selbstdarstellung der Sportlerinnen und Sportler aus:

"Personally I have found quite a close correlation between the number of tweets at competitive times and the level of under-performance,"

"I have found a direct correlation between the amount of activity an athlete enters into on social media and their ultimate performance when it really matters - but that's for them to figure out."⁸²

So könnte man dem IOC zugestehen, dass es durch die Blogging-Guidelines versucht, die Athleten auch wieder auf das Wesentliche zu fokussieren und an ihre sportlichen Leistungen denken zu lassen:

⁸² <http://www1.skysports.com/olympics/story/15234/7916362> Zugriff am 20.11.2012

„Menschen sprechen gerne miteinander. Sprechen schafft Kultur, gestaltet und schafft somit auch den Menschen. Sport, verstanden als Sport treiben, ist das Ende der Rede. Obwohl seit etwas mehr als einem Jahrhundert sehr viel über Sport geredet wird, ist der Sport, sobald er beginnt, das Ende der Rede. Sport hat nichts mit dem Diskurs zu [sic!]- nicht das bessere Argument zählt, sondern allein die bessere Tüchtigkeit.“⁸³

⁸³ Reichertz, Jo. *Der Mediensport Olympia – Ein globales Integrationsritual?* Spectrum 16 (2004) Heft 2. S. 75

Abschlussgedanke

Abschließend möchte ich nach all der Analyse der sozialen Netzwerke auch einmal kritisch hinterfragen, in welche Richtung uns die neuen Medien führen. Kann es sein, dass unsere künftige Kommunikation bald ausschließlich über das Internet geschehen wird? Es ist einfacher und billiger als herkömmliche Kanäle. Jeder kann von seinem Laptop, Computer oder Handy auf alle gespeicherten Daten im World Wide Web zugreifen und weltweit kommunizieren. Laufen wir Gefahr uns dadurch von unseren Mitmenschen abzukapseln? Schon als das Fernsehgerät Einzug in unsere Wohnzimmer gehalten hat, strukturierte sich die soziale Kommunikation um. Als auch in Kinderzimmern TV-Geräte zu finden waren, änderte sich die familieninterne Gesellschaftsstruktur weiter hin zum Masseneremiten wie es Günter Anders in seinem Text *Die Antiquiertheit des Menschen* schreibt.

In den USA beginnen nun auch die herkömmlichen Massenmedien aufzuhorchen und fühlen sich in ihrer Vormachstellung bedrängt.

„The more connected we get the more alone we become.“

#SaveTheLivingRoom

ist in einer Folge der Serie Southpark zu lesen. Sie beziehen sich genauso wie Anders auf die Tatsache, dass wir durch unsere Maschinen langsam die Verbindung zur realen Welt verlieren und mit unseren virtuellen Abbildern in einer digitalen Welt versinken.

In einem Text zu den Olympischen Spielen 2012 beschreibt Frank Cottrell Boyce eine Zukunftsvision: er führt den Leser in das London 200 Jahre nach dem Erklingen der Olympischen Glocke im Olympiastadion. Die Welt ist umweltbewusster geworden, Menschen leben in genmanipulierten Pflanzen-Häusern und arbeiten mit biotechnischen Computern. Die Erinnerung an den Abend der Eröffnungsfeier wird durch das Läuten der Glocke reproduziert und damit die gespeicherten Daten aus den alten Medien wie Facebook, Blogs oder

Youtube. Die Informationen werden übertragen durch Pollen, auf denen Daten gespeichert sind, die vom menschlichen Körper verarbeitet werden können. Doch ob die Menschen in dieser Zukunft noch etwas mit diesen Daten anfangen können, bleibt dahingestellt. Begreifbar wird jedoch, dass vor allem durch den Klang der Glocke und der Musik die Menschen verbunden wurden und sich wie eine Gemeinschaft fühlten.

Übertragen auf das Thema der sozialen Netzwerke kann man festhalten, dass Menschen sich gerne mitteilen und so Teil einer Gruppe werden wollen.

Abschließen möchte ich diese Arbeit mit einem Zitat aus eben diesem Text von Boyce, das genau den wichtigsten Aspekt der sozialen Netzwerke auf unsere Menschlichkeit zurückführt, der genauso auch auf die Welt des Sports und der Olympischen Spiele anwendbar ist:

„File sharing and downloading were the catalysts of social networking. [...] What’s the point of playing if you don’t share? We play best when we’re together. Maybe that’s what we really want from all public art – not insight or knowledge but an excuse to get together in a state of pleasant perplexity, to be part of each other’s lives. Because, in the end, what matters most to us is each other.“⁸⁴

⁸⁴ <http://olympicopeningceremony.tumblr.com/tagged/stage1#sthash.cZwXmDOq.dpuf> Zugriff am 15.12.14

Literatur

Begriffe: Inszenierung, Medialität, Performativität, Aufführung

Fischer-Lichte, Erika. *Ästhetik des Performativen*. Suhramp, Frankfurt a. M. 2004

Fischer-Lichte, Erika (Hrsg.), Kolesch, Doris (Hrsg.), Warstat, Matthias (Hrsg.) *Metzlers Lexikon Theatertheorie*. Verlag J.B. Metzler, Stuttgart, Weimar 2005

Fischer-Lichte, Erika. *Performativität - Eine Einführung*. Transcript Verlag 2012

Goffman, Erving. *Der Theaterrahmen*. in Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a. M. 1996

Hulfeld, Stefan. Abstract zu Vorlesung „Theatralität und Rationalismus. Theater im 18. Jahrhundert“ am 26.05.08. Universität Wien

Maser, Siegfried. *Grundlagen der allgemeinen Kommunikationstheorie*. 2. Auflage Berliner Union-Stuttgart 1971

Begriffe aus der Psychologie: Persönlichkeit, Identität, Wahrnehmung

Mummendey, Hans Dieter. *Psychologie der Selbstdarstellung*. Verlag für Psychologie - Dr. C. J. Hogrefe, Göttingen 1990

Soziale Medien, digitale Medien

Carr, Nicholas. Wer bin ich, wenn ich online bin... - ... und was macht mein Gehirn solange? - Wie das Internet unser Denken verändert. übersetzt von Henning Dedekind; Karl Blessing Verlag, München 2010

Danah M. Boyd/Nicole B. Ellison. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Michigan State University, 2007

Dörner, Andreas. Politainment - Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main 2001

Moorstedt, Tobias. Jeffersons Erben - Wie die digitalen Medien die Politik verändern. Suhrkamp, Frankfurt am Main 2008

Neuberger, Christoph. *Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Internet*. Gutachten, Abgabetermin: 30. November 2004, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Reichert, Ramón. *Amateure im Netz - Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. transcript Verlag, Bielefeld 2008

Shirky, Clay. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press, 2008

CIO (15. Dezember 2003): CIO: Fast Forward 2010 – The Fate of IT, 2004 – The Year of Web Services

Olympia

Reichert, Jo. *Der Mediensport Olympia – Ein globales Integrationsritual?* Spectrum 16 (2004) Heft 2

Sinn, Ulrich. *Das antike Olympia: Götter, Spiel und Kunst*. C.H.Beck München, 2009

IOC Guidelines Blogging, Posting, Social Media

Balfour, Alex:

- Social media and the London 2012 Games - Social Media Influence. Präsentation vom 24. Juni 2010
- London 2012 Olympic and Paralympic Games-time Digital Report. Präsentation vom 13. August 2012
- Comms lessons from the London Olympics. Präsentation vom 8. November 2012
- Using new media to increase participation in sport. Präsentation vom 29. November 2012

Video: Alex Balfour (Head of New Media, London 2012) speaking at Podium: Countdown for the Games. <http://youtu.be/bluPbsklx6Y>

Media Guides: Ceremonies, The London Organising Committee of the Olympic Games and Paralympic Games Ltd.

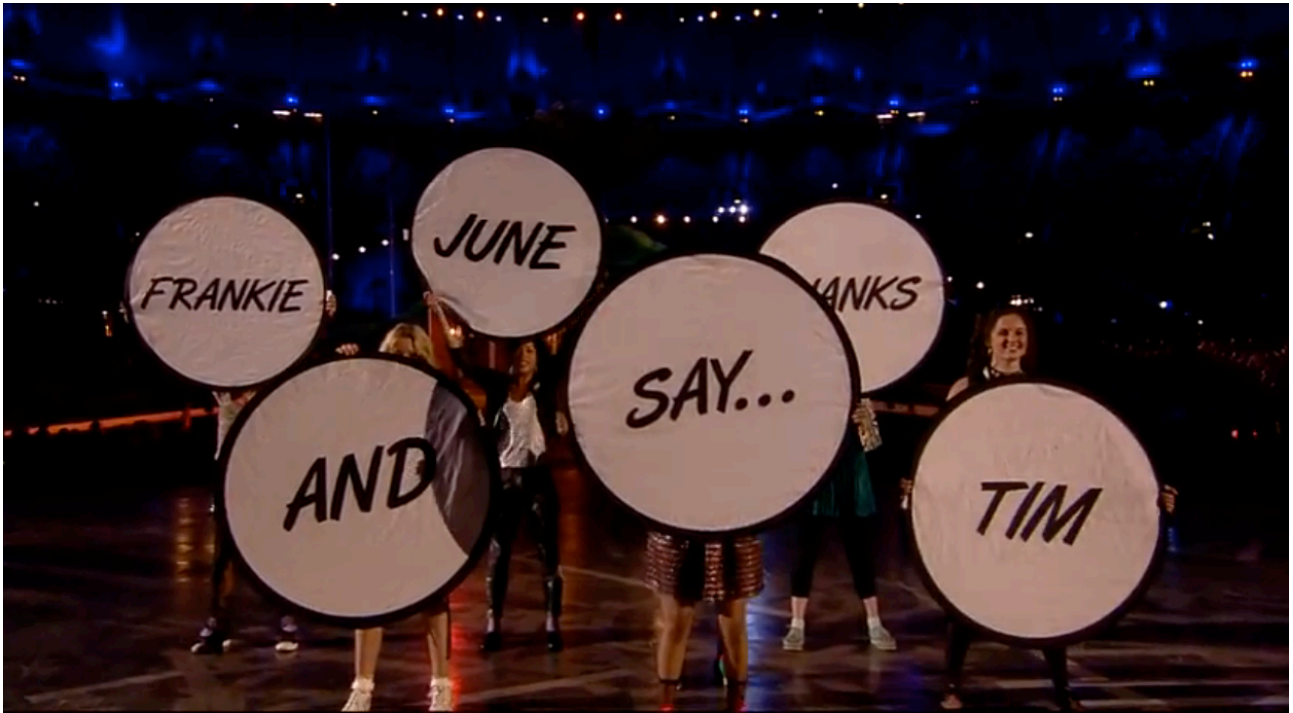
<http://exploretheceremonies.tumblr.com>

<http://www.facebook.com/London2012>

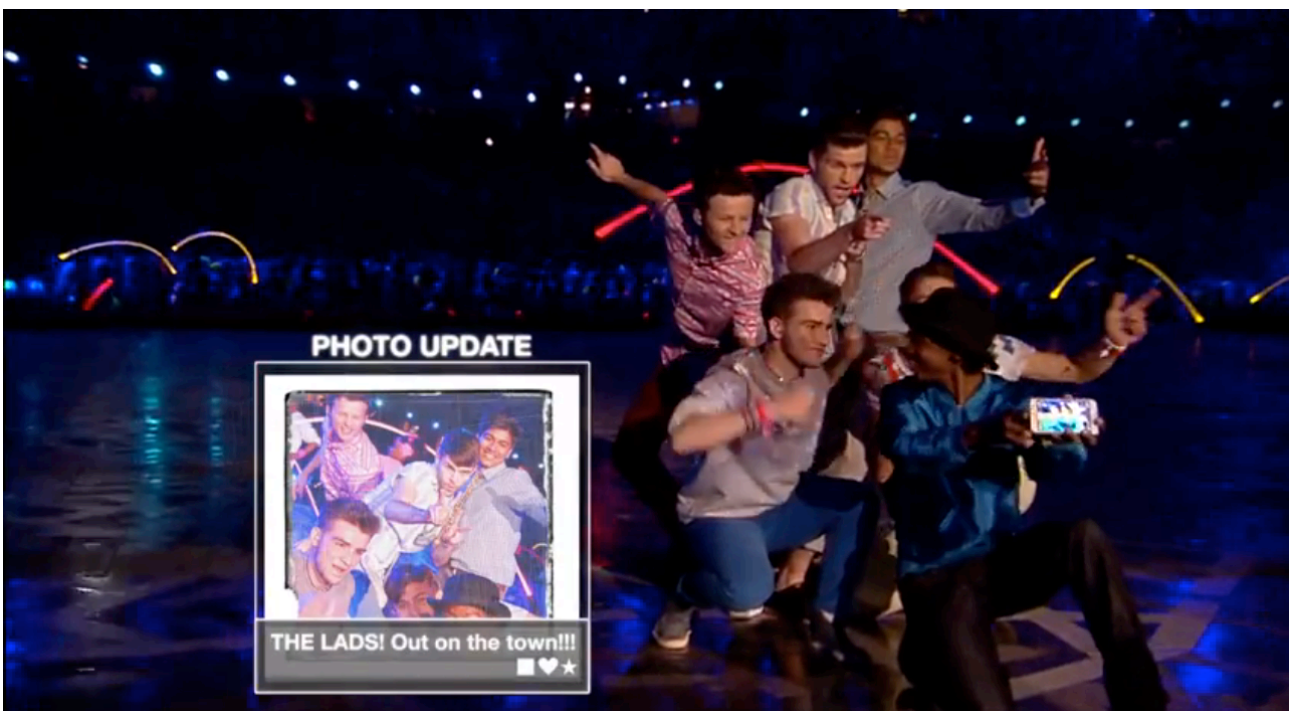
<https://twitter.com/London2012/>

Bildschirmfotos

Screen 01



Screen 02



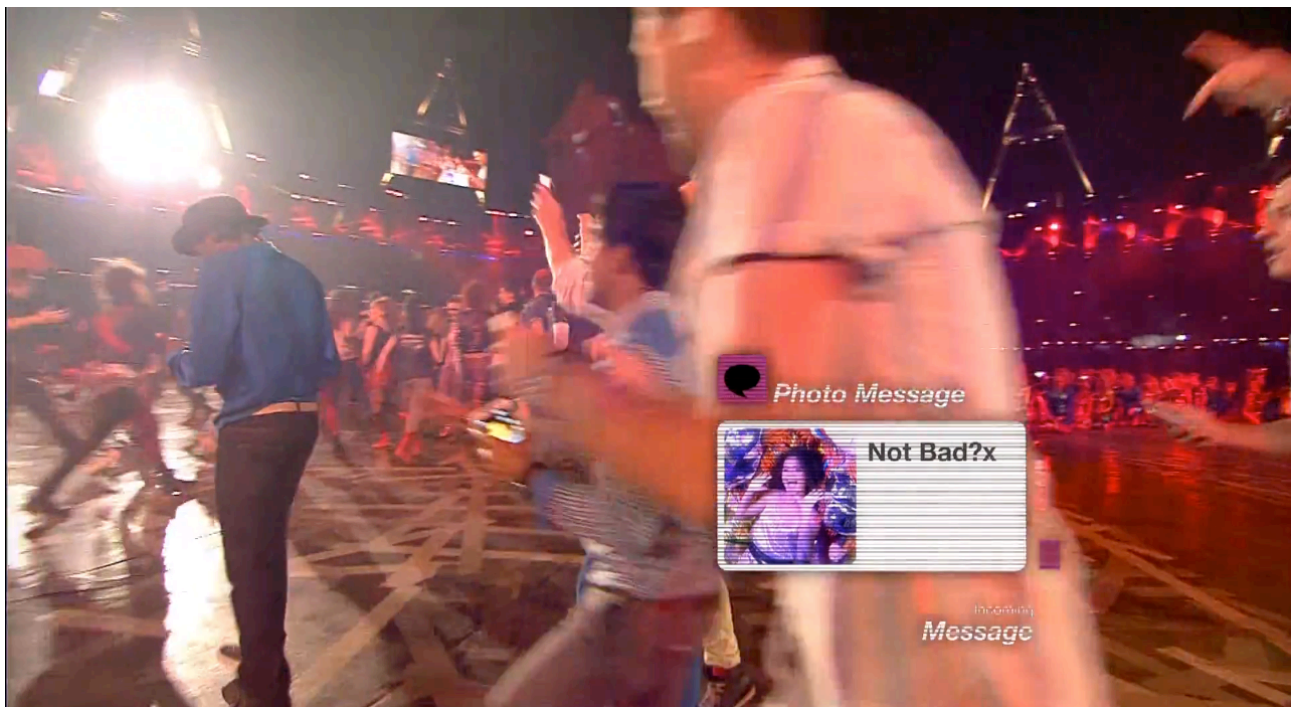
Screen 03



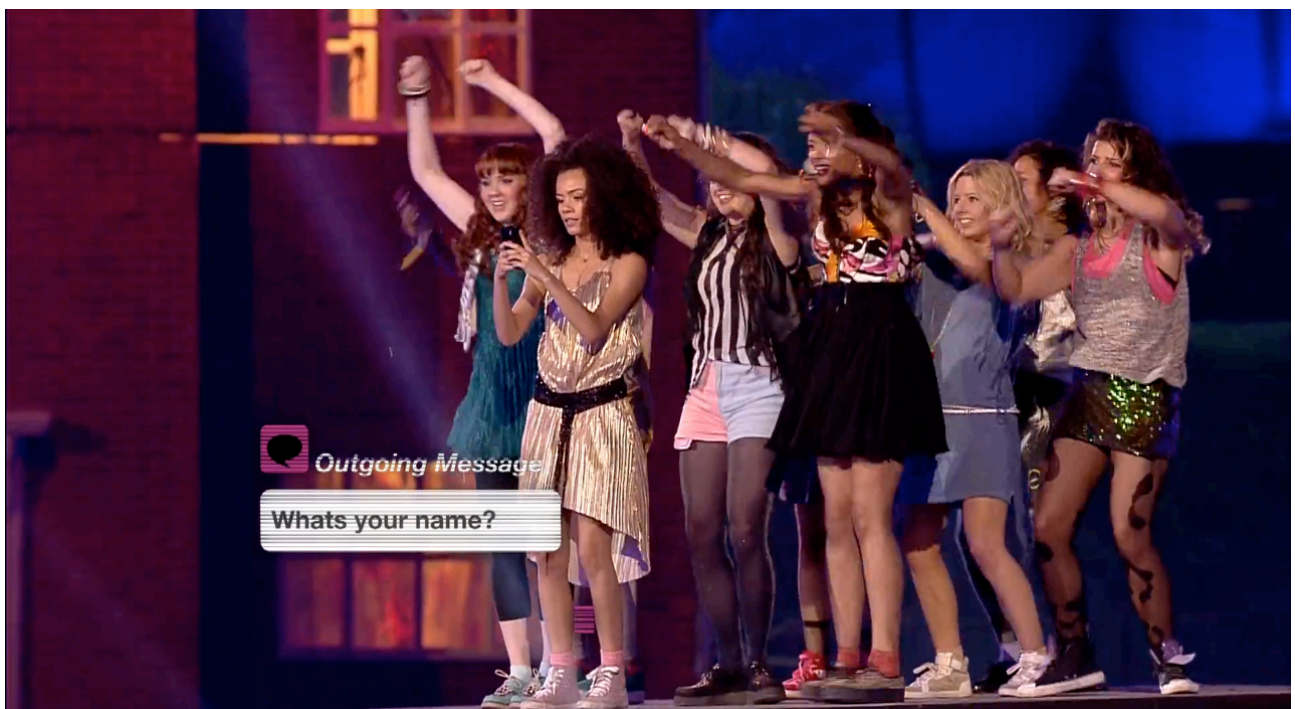
Screen 04



Screen 05



Screen 06



Screen 07



Zusammenfassung

Diese Arbeit setzt sich mit dem Thema der Selbstinszenierung in sozialen Netzwerken auseinander. Einleitend soll aufgezeigt werden, wie sich das eigene Ich definiert und wie es im Zusammenhang zu den Begriffen der Aufführung, Inszenierung und Theatralität steht. Über die Geschichte der Selbstpräsentation und ihrer Formen gelangt die Analyse zum Begriff des Impression Managements. Nach der Untersuchung dieser Selbstdarstellungsformen und ihrer Mechanismen baut darauf die allgemeine Untersuchung von sozialen Netzwerken auf. Von den historischen Anfängen bis zum heutigen Untersuchungsstand wird der Aufbau der sozialen Medien beleuchtet und mit den Gegebenheiten im Theater, Fernsehen und anderen Massenmedien verglichen. Die somit erarbeiteten Themenbereiche der Selbstdarstellung und der sozialen Netzwerke werden anschließend zusammengefügt und miteinander in Verbindung gebracht.

Die ausgeführten Untersuchungen werden darauf auf das Auftreten der Olympischen Spiele 2012 in sozialen Medien angewendet. Unter Rücksichtnahme der erarbeiteten Schwerpunkte zum Thema der Selbstdarstellung, wird am Beispiel eines Segements der Eröffnungszeremonie die Verbindung zu sozialen Netzwerken betrachtet. Der künstlerischen Einbindung in die Feierlichkeiten wird die aktive Nutzung eben dieser sozialen Medien gegenübergestellt und auf Elemente der Inszenierung und Selbstdarstellung untersucht.

Anhand der Entwicklung ebendieser sozialen Dienste um die Olympischen Spiele soll gezeigt werden, welche Inszenierungsmöglichkeiten durch die digitalen Medien möglich ist. Planung, Ausrichtung und Zielsetzung werden ebenso angesprochen wie die Vor- und Nachteile der digitalen Vernetzung mit den Fans und Sportlern. Es soll gezeigt werden, dass für die Veranstalter und die User auf beiden Seiten ein Mehrwert entsteht, der die intensive Auseinandersetzung mit dem Thema der sozialen Netzwerke als Inszenierungsraum rechtfertigt.

Wissenschaftlicher Werdegang und Lebenslauf

Name Dominik Kepczynski

Schulbildung

1997 – 2005 Akademisches Gymnasium Innsbruck
Abschluss: Matura

2005 – 2006 Österreichisches Bundesheer
Rettungssanitäterausbildung

Praktische und berufliche Erfahrung

2005 – 2007 Landesjugendtheater Innsbruck
Schauspiel, Ton- und Bühnentechnik

2007 – heute Innsbrucker Ritterspiele
Mitglied, Schauspieler

2011 – 2012 Chor und Orchester der Universität Wien
Organisation und Eventmanagement

2011 – heute Wiener Staatsoper
Live-Bild-Regisseur bei Opernübertragungen

Sprachen

Deutsch Muttersprache

Englisch Fließend in Wort und Schrift

Französisch Grundkenntnisse