

My_site.de – Webpages als Medien der Selbstdarstellung

Sabina Misoch

Review Essay:

Jamshid Makhfi (2002). Medienkultur.

Eine qualitative und quantitative Analyse von Webpages.

Münster: Lit. Verlag, 167 Seiten, ISBN 3-8258-6158-9, 20,90 Euro

Keywords:

Homepage,
Website,
Selbstdarstellung,
Identität, Internet,
qualitative
Sozialforschung,
quantitative
Sozialforschung,
Goffman

Zusammenfassung: MAKHFI untersucht in seiner Studie Webpages Marburger Studierender, um anhand dieser Analyse eine Aussage über den kulturellen Stand des WWW machen zu können. Hierzu orientiert sich der Autor an den von GOFFMAN im Rahmen direkter Interaktionen entwickelten Kategorien der "Selbstdarstellung im Alltag" und überträgt diese auf den Bereich des Internet. Durch die Frage, "was", "wie" und "wozu" sich Studierende im Internet präsentieren und unter der Verwendung qualitativer als auch quantitativer Methoden gelangt MAKHFI zu sieben Formen der studentischen Darstellung via Homepage. Diese werden als Ausdruck des kulturellen Standes des Internet interpretiert, wobei der Autor zum Schluss seiner Studie konstatiert, dass die Homepages von Studierenden hauptsächlich für private und nicht für wissenschaftliche Zwecke genutzt werden, eine Tatsache, die er als allgemeine "Verprivatisierung" des Netzes auslegt. Der Rezensionssatz referiert die zentralen Aussagen der Studie MAKHFIS und unterzieht diese einer kritischen Prüfung. Beanstandet wird u.a., dass der Autor die Kategorien GOFFMANs auf den Bereich der Selbstpräsentation im Virtuellen überträgt ohne zu reflektieren, dass hier gänzlich andere Darstellungsvoraussetzungen vorzufinden sind als im "real life". Des Weiteren wird das empirische Vorgehen kritisiert: So kommt MAKHFI anhand qualitativer Analyse zu anderen Darstellungskategorien als mittels seiner quantitativen Befragung, ohne diese Differenz zu problematisieren. Auch die von ihm aus den Studienergebnissen abgeleiteten Schlüsse sind wenig überzeugend; als besonders problematisch wird hierbei der Versuch gesehen, von einer speziellen "Stichprobe" (*studentischer Websites*) auf den "kulturellen Stand des Netzes" zu verallgemeinern. Als genereller Nachteil der Studie erweist sich, dass das Datenmaterial kaum in einen Diskurs von der Selbstdarstellungsnotwendigkeit in hochtransformativen Gegenwartsgesellschaften eingebettet wird. Ausgehend von der Kritik an dem Buch wird in dem Rezensionssatz eine definitorische Bestimmung des Mediums "Homepage" vorgeschlagen und ein Überblick über den aktuellen Forschungsstand zu diesem Themenbereich gegeben. Zudem wird gezeigt, welchen Bedingungen Selbstdarstellungen auf Websites unterliegen und dass diese bei Analysen nicht unberücksichtigt bleiben dürfen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht werden die Besonderheiten und das genuin Neue von Homepages aufgezeigt (z.B. dass sich Privatpersonen mit massenmedialer Reichweite präsentieren können, Hybridmedium) und ein Modell der Kommunikationsstrukturen via Website wird entworfen. Ausgehend von diesen Ausführungen werden mögliche Themen der zukünftigen Homepage-Forschung benannt.

Inhaltsverzeichnis

[1. Einführung / Definitionsraum: \(private\) Homepage](#)

[2. Forschungsstand](#)

[3. Selbstdarstellung auf Websites](#)

[4. Resümee](#)

[5. Ausblick](#)

[Literatur](#)

[Zur Autorin](#)

[Zitation](#)

1. Einführung / Definitionsraum: (private) Homepage

Dass Individuen sich anderen gegenüber darstellen, gehört für uns zur Alltagsnormalität und es ist davon auszugehen, dass das gesamte menschliche Verhalten von unbewussten oder bewussten Prozessen der Darstellung durchdrungen ist (MUMMENDEY 1995). Dies gilt insbesondere für hochtransformative Gesellschaften und es kann davon ausgegangen werden, dass die Alltagserfahrungen der Fragmentierung, Beschleunigung, Unübersichtlichkeit, Reizüberflutung usw. dazu führen, dass sich für Individuen – um weiterhin sichtbar zu bleiben oder um Sichtbarkeit zu erlangen – eine erhöhte Notwendigkeit der bewussten Selbstdarstellung ergibt (ausführlich hierzu u.a. NECKEL 2000; HAHN 1998; MISOCH 2004a). Bereits SIMMEL (1903) beschrieb zu Beginn des letzten Jahrhunderts die Schwierigkeit des Individuums, sich angesichts des beschleunigten Lebens in der Großstadt zur Geltung zu bringen und dass daraus die Notwendigkeit der pointierten und bewussten Selbstdarstellung entstehe. Für diese Prozesse haben sich in den technisch entwickelten Gegenwartsgesellschaften neue Räume etabliert und Individuen können das Netz als (virtuelle) Bühne für bewusste Darstellungen des eigenen Selbst nutzen. Besonderer Stellenwert kommt hierbei den privaten Homepages zu, da diese der ausschließlichen Darstellung von Privatpersonen und deren Interessen dienen. Private Websites im Netz erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und es kann davon ausgegangen werden, dass bereits mindestens 1 Million der Deutschen eine eigene Homepage betreiben – mit steigender Tendenz (MISOCH 2004a, S.11). Betrachtet man aktuelle Daten, so wird davon ausgegangen, dass 6,4% (ACTA 2004) bis zu 11,3% (AGIREV 2003II) der Onliner über eine eigene private Homepage verfügen. [1]

Nun stellt sich die Frage, *was* Menschen von sich *warum* präsentieren und *wie* dies mittels Website realisiert wird und welche verschiedenen Darstellungsstile sich hier unterscheiden lassen. Diesen Fragen geht MAKHFI in seiner Diplomarbeit mit dem Titel "Medienkultur" nach – veröffentlicht als Band 3 der Reihe "Beiträge zur Computersoziologie" und herausgegeben von Achim BÜHL – indem er Homepages (Marburger Studierender) anhand quantitativem als auch qualitativem Vorgehens einer Analyse unterzieht. Ziel seiner Untersuchung ist zum einen, diese Fragen nach dem "was", "wie" "warum" beantworten zu können

und zum anderen möchte der Autor anhand dieser Bestandsaufnahme eine Aussage darüber treffen können, "in welchem kulturellen Entwicklungsstadium sich das World Wide Web momentan befindet" (S.2). [2]

Bevor ich mich MAKHFIs Analyse zuwende ist es sinnvoll, den Gegenstandsbereich der Studie zu klären. Was ist eine Homepage und wie kann diese definitorisch erfasst werden? [3]

Der Terminus der "Homepage" umfasst zwei Bedeutungsebenen:

1. Zum einen wird im allgemeinen unter einer Homepage (STORRER 1999) die Start- bzw. Eingangsseite einer Internetpräsenz (einer Firma, Institution, Privatperson o.ä.) verstanden, wobei diese als Begrüßungsseite fungiert und den Ausgangspunkt der weiteren internen Verlinkungen der Web-Site bildet.
2. Zum anderen wird in einer weiter gefassten Definition (MISOCH 2004a) unter dem Begriff der Homepage die gesamte Web-Site bzw. Internetpräsenz verstanden d.h. die Summe aller zusammengehörigen Hypertext-Dokumente und Seiten, die einem Betreiber – einer Institution, Firma oder Person – zugeordnet werden können und die durch eine Adresse (URL) im Netz eindeutig lokalisierbar sind. [4]

MAKHFI definiert Homepages als "in HTML programmierte Dokumente, die im WWW publiziert werden" (S.8) und die "durchaus mehrere miteinander verzweigte Seiten" enthalten können; d.h. er orientiert sich an der o.g. weiter gefassten Definition des Begriffs. Da der Autor die Websites Marburger Studierender untersucht, hat er es mit privaten, personen- oder themenbezogenen Homepages zu tun. Will man diese mittels einer Definition gemeinsam erfassen, so könnten diese bestimmt werden als die gesamte Web-Präsenz, die unter einer URL lokalisierbar ist, die – ausgehend von der Reichweite – theoretisch ein disperses Massenpublikum erreichen kann, die – ausgehend vom Sendestatus – einer oder mehreren Privatpersonen zugeordnet werden kann und die – ausgehend vom Inhalt des Gesendeten – ausschließlich privater, persönlicher oder themenfokussierter Natur ist und deren Betreiber keine kommerziellen Interessen verfolgt/verfolgen. [5]

Da im Vorwort des Herausgebers (BÜHL, S.V) die von MAKHFI untersuchten Websites als *private Homepages* bezeichnet werden, beziehe ich mich im Folgenden hauptsächlich auf diese Unterkategorie. [6]

2. Forschungsstand

Homepages sind wissenschaftlich noch nicht allzu intensiv untersucht. Dies hat seine Ursache zum einen darin, dass es sich um ein relativ neues Phänomen handelt und zum anderen darin, dass bisher die anderen Kommunikationsformen und -räume im Netz, wie die Chats oder MUDs, größeres Forscherinteresse fanden als die WWW-Seiten. MAKHFI liefert in seiner Studie einen Überblick über den Forschungsstand (S.10-12), doch ist diese Darstellung sehr knapp und

äußerst lückenhaft; so werden – unter dem Hinweis der Vernachlässigung dieses Themenbereiches in der bisherigen Forschung – nur die Studien von PANTLE (1996), CHANDLER (1998) sowie CHANDLER und ROBERTS-YOUNG (1998) erwähnt und erläutert. Auch unter der Berücksichtigung des Veröffentlichungsdatums von 2002 muss konstatiert werden, dass der Bereich der Homepages zwar wissenschaftlich vernachlässigt wurde, dass jedoch weitaus mehr Arbeiten dazu vorliegen als der Autor darstellt. [7]

So finden sich seit 1995 einige Arbeiten und Studien zum Phänomen "private Homepage" und den in diesem Rahmen erfolgten Selbstdarstellungen. Frühe Arbeiten zum Themenbereich setzen sich mit dem Phänomen der Kontrollierbarkeit der Selbstdarstellung (im Sinne des Impression-Managements) auseinander, die zu einer konstruierten, elaborierten und in hohem Maße selektiven Selbstpräsentation führen könne (MILLER 1995; SHAPIRO & SHAPIRO 1997; WALKER 2000). Andere Ansätze betonen, dass private Homepages im Dienste der (adoleszenten) Identitätsbildung stehen können (CHANDLER 1998; CHANDLER & ROBERTS-YOUNG 1998) oder interpretieren private Homepages als Möglichkeiten der stabilisierenden Selbstpräsentation (RUBIO 1996). Mit der Darstellung sozialer Identitätsanteile auf Web-Sites setzt sich HEVERN (2000) anhand der Analyse der Selbstdarstellungen Behinderter und Homosexueller auseinander, und KILLORAN (1998) untersucht die Überarbeitungs- und Aktualisierungspraxis privater Web-Sites. Die Studien von BUTEN (1996), MILLER und MATHER (1998), SHAPIRO und SHAPIRO (1997) sowie DOMINICK (1999) liefern anhand empirischer Studien Daten zur bisher kaum bekannten Grundgesamtheit der Homepageinhaber. Einen ausführlicheren Überblick über diese frühen Arbeiten zum Forschungsfeld bietet DÖRING (2001). [8]

Neuere Ansätze setzen sich u.a. aus semiotischer Sicht mit dem Phänomen private Homepage auseinander (KARLSSON 2002) oder analysieren die Persönlichkeitsmerkmale von Homepageinhaber/innen und deren Selbstdarstellung bzw. -darstellungstechniken (SCHÜTZ, MACHILEK & MARCUS 2003; MACHILEK, SCHÜTZ & MARCUS 2004). Andere aktuelle Studien untersuchen aus sozialpsychologischer / soziologischer Perspektive die Modi der Selbstdarstellung auf privaten Homepages vor dem Hintergrund postmoderner Transformationserfahrungen (MISOCH 2004a) oder untersuchen Korrelationen zwischen experimentellen Selbstdarstellungen und bestimmten Personenmerkmalen (MISOCH 2004b). Auch die auftretenden Sampleprobleme bei empirischen Studien wurden analysiert (SCHÜTZ & MACHILEK 2003) sowie die Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Selbstdarstellungen auf privaten Websites und in MUDs (RENNER 2003) untersucht. [9]

3. Selbstdarstellung auf Websites

Beschäftigt man sich mit Präsentationen via Homepage, so setzt man sich mit dem Phänomen der Selbstdarstellung auseinander und es liegt nahe, GOFFMANs Studien hierzu heranzuziehen, in welchen die Formen der Selbstdarstellung im Alltag unter theaterwissenschaftlichen, d.h. inszenatorischen Gesichtspunkten analysiert und verschiedene Darstellungskategorien erarbeitet

wurden (GOFFMAN 2001). Auch MAKHFI bezieht sich in seiner Studie auf GOFFMAN – so wie außer ihm u.a. auch MILLER (1995), CHANDLER (1997) oder SHAPIRO und SHAPIRO (1997). [10]

MAKHFI nimmt die von GOFFMAN im Rahmen der Selbstdarstellung im Alltag entwickelten Kategorien als theoretischen Bezugsrahmen für seine Studie und versucht diese auf die Darstellungen der von ihm untersuchten Homepages Marburger Studierender zu übertragen. Er geht dabei in vier Schritten vor: zuerst werden anhand der "Lektüre" der Homepages die Homepage-Kategorien entwickelt (I), dann je eine Homepage pro Klassifikation anhand Inhaltsanalyse exemplarisch dargestellt (II), danach wird je ein Betreiber pro Klassifikationstyp interviewt (III) und zum Abschluss erfolgt noch eine online-Erhebung, in der die Ergebnisse der vorherigen Analyseabschnitte als Items umgesetzt werden sollten (IV). [11]

MAKHFI erhält auf Grund seines Vorgehens in Abschnitt I (S.22-31) sieben verschiedene Kategorien der Darstellung von Marburger Studenten/innen auf eigenen Websites, die die Frage nach dem "wer" und "was" beantworten sollen: 1. Bewerbung; 2. neutrale Selbstdarstellung; 3. coole Selbstdarstellung; 4. indirekte Selbstdarstellung; 5. projektorientierte Selbstdarstellung; 6. Projektvorstellung und 7. Präsentation wissenschaftlicher Arbeiten. Interessant ist, dass bereits MILLER (1995) in Anlehnung an GOFFMAN Homepage-Kategorien anhand eines unsystematischen Sampling erstellt hat. Die Kategorien nach MILLER sind: 1. pure self presentation; 2. faculty self presentation; 3. family home pages; 4. cool home pages; 5. cool self presentation; 6. electronic cv; 7. advertisement home page. Es wird deutlich, dass sich hier zwischen MILLER und MAKHFI Überschneidungen ergeben bei den Kategorien der "coolen Darstellung" und der "Bewerbung" (electronic cv). Da MAKHFI sich auf eine rein studentische Stichprobe bezieht, ist nachvollziehbar, dass die Formen der familiären, kommerziellen oder institutionellen Homepage nicht relevant werden – da Studierende (meistens) in noch keinem beruflichen Kontext stehen und (noch) keine Familie haben – und sich die Darstellungen dieser hauptsächlich am eigenen Selbst orientieren. Der Autor ordnet zum Abschluss dieses Abschnittes die Inhalte der Homepages den einzelnen Kategorien zu und stellt dies in Form einer Tabelle dar, so dass der Leser erfährt, welche Homepage-Typen Links oder Sound oder Schnappschüsse auf ihrer Site integriert haben (S.31). [12]

In Abschnitt II (S.32-56) beschreibt MAKHFI den Aufbau der exemplarischen Seiten pro Klassifikationstyp, wobei er hier als Resümee festhält, dass "die Studierenden höchst unterschiedliche Präsentationen publizieren" (S.56). In den darauf folgenden themenfokussierten Interviews (III), die die Frage nach dem "warum" beantworten sollen, kommt MAKHFI zu dem Schluss, dass "die Motivationen [eine Homepage zu betreiben, S.M.] [...] sehr divergierend" sind. "So wird eine Homepage unter anderem dazu genutzt, um soziale Netzwerke aufrechtzuerhalten bzw. zu vergrößern [...]. Manche Studierende publizieren eine Homepage, um die Möglichkeit der Veröffentlichung zu nutzen" (S.62). Die Motivanalyse des Autors ist m.E. wenig überzeugend, da die Ergebnisse auf

jeweils nur einem Interview basieren und sogar in einem Fall kein Interviewpartner gefunden werden konnte. [13]

Im letzten Abschnitt (IV) wurde zum Zwecke der Quantifizierung der gefundenen Kategorien eine Online-Erhebung durchgeführt (n = 240). Die Datenauswertung zeigte, dass 13,8% der Darstellungen als Bewerber, 24,2% als Selbstdarsteller, 15,0% als indirekte Selbstdarsteller, 17,9% als projektorientierte Selbstdarsteller, 17,1% als reine Projektdarsteller und 12,1% als Wissenschaftler identifiziert werden können. Diese Quantifizierung ist zum einen übersichtlich, zum anderen für den Leser verwirrend, da sich dieser fragen wird, wo die vorher erarbeiteten Kategorien der "coolen" und "neutralen Selbstdarsteller" geblieben sind und wie der Autor zu den neuen Kategorien "Wissenschaftler" und "Selbstdarsteller" (ohne bestimmendes Adjektiv) gelangt. Zwar enthält dieser Abschnitt (S.63ff.) durchaus spannende Ergebnisse – u.a. dass ein Hauptmotiv unabhängig von der Homepage-Kategorie der Wunsch nach Vergrößerung des sozialen Netzwerkes ist –, doch gehen diese Ergebnisse in der allgemeinen Unübersichtlichkeit der Studie unter und werden kaum reflektiert. [14]

So zieht MAKHFI als Schlussresümee seiner Studie, dass sich sieben verschiedene Formen der Präsentation via Homepage bei Marburger Studenten/innen empirisch belegen lassen, dass unterschiedliche Gestaltungsformen und Motivlagen vorliegen. Das Darstellen vornehmlich privater persönlicher Inhalte belege seiner Ansicht nach die allgemeine "Verprivatisierung und Kommerzialisierung" des Netzes (S.101). [15]

4. Resümee

MAKHFI hat in seiner Studie den Versuch unternommen, unter Verwendung qualitativer und quantitativer Methoden die Inhalte, Gestaltungsformen und Motivlagen studentischer Homepage-Betreiber in Marburg zu analysieren. Hier konnte der Autor zeigen, dass man nicht generalisierend von "dem Motiv" zur Website-Erstellung oder "dem klassischen Homepage-Inhaber" sprechen kann, da sich auch innerhalb der rein studentischen Stichprobe zeigte, dass die Motive und Ausführungen gravierend variieren – von der sachlich-wissenschaftlichen Projektvorstellung bis hin zur cool-trendigen Selbstdarstellung. [16]

Problematisch ist für mich diese Studie vor allem aus folgenden Gründen:

1. MAKHFI überträgt die GOFFMANSchen Kategorien – die im Rahmen direkter Interaktionen unter der Bedingung der physischen Kopräsenz entwickelt wurden – auf den Bereich der Selbstdarstellung im Netz, ohne zu reflektieren, dass eine *virtuelle Bühne* gänzlich andere Darstellungsbedingungen besitzt als die "Bühne des realen Lebens": Müssen Selbstdarstellungen im real life gut inszeniert werden und permanent aktiv kontrolliert werden, um bei den Rezipienten den erwünschten Eindruck zu hinterlassen und sind Darstellungen in diesem Rahmen immer von der unbewussten Zeichengebung "bedroht", so gibt es im Virtuellen – um es in der GOFFMANSchen Terminologie auszudrücken – nur "cues given" und keine

"cues given off". Wenn GOFFMAN (2001, S.231) resümiert: "Der ganze Apparat der Selbstinszenierung ist natürlich umständlich; er bricht manchmal zusammen und enthüllt dann seine einzelnen Bestandteile", so gilt dies eben *nicht* für den kontrollierten und konstruierten Akt der Darstellung mittels Website, da es hier nicht zur Übertragung nicht bewusst gegebener Zeichen kommen kann. Das Moment der Ausdruckskontrolle, welches von MAKHFI als ein Element der GOFFMANSchen Kategorien untersucht wird, liegt bei Selbstdarstellungen im Virtuellen demnach *immer* vor und stellt m.E. kein sinnvolles Analysekriterium dar.

2. Problematisch ist der Anspruch MAKHFIs, anhand der Analyse privater Homepages Marburger Studierender den "kulturellen Entwicklungsstand des Web" (S.2) aufzeigen zu wollen. Stichproben mit privaten Websites können nicht das Web abbilden und studentische Stichproben führen noch zu weiterer Geltungseinschränkung der Ergebnisse, die dann nicht einmal für den Bereich der privaten Homepages als gültig anzusehen sind, da Studenten/innen hier nur einen Teil der Grundgesamtheit ausmachen.
3. Mir ist des Weiteren nicht klar, wie MAKHFI anhand der vorgelegten Analyse der Homepages Marburger Studierender zu dem Ergebnis kam, das WWW sei stark privatisiert und kommerzialisiert. So konnte ich in der Lektüre des Buches keine Kategorie entdecken, die "Kommerzialisierung" abbildete (und im Fragebogen keine entsprechenden Items) und es liegen anhand der Untersuchung von MAKHFI auch keine empirischen Ergebnisse vor, die eine Aussage zur Kommerzialisierung dieser untersuchten Seiten zulassen würde. Die kritisierte "Privatisierung" liegt m.E. nahe, denn wenn man Homepages von Studierenden untersucht, die im Vorwort vom Herausgeber auch treffend als *private Homepages* bezeichnet werden, so muss man sich nicht wundern, wenn man mit privaten Inhalten konfrontiert wird.
4. Insgesamt wäre es gewinnbringend gewesen, wenn der Autor nicht nur aufgezeigt hätte, dass es verschiedene Motive zur Homepage-Erstellung und entsprechende Darstellungsstile bei studentischen Homepages in Marburg gibt und wie viele Studierende sich wie mittels Homepage darstellen, sondern darüber hinaus diese Ergebnisse für den Leser interpretiert und diese evtl. in einen gesellschaftstheoretischen Diskurs eingebettet hätte. So blieb mir bis zum Schluss der Lektüre verborgen, welche Kernaussage das Buch vermitteln soll, was vor allem schade ist, da der Autor äußerst aufwendig qualitativ und quantitativ verfahren ist. Viele der empirisch ermittelten Daten bringen m.E. keinen wirklichen Erkenntnisgewinn und die Studie hätte durch eine klar formulierte Ausgangshypothese sowie durch ein "Weniger" an Empirie und ein "Mehr" an Theorieeinbettung und konziser Themenfokussierung deutlich gewonnen. [17]

5. Ausblick

Die bisherige Forschung zum Themenfeld private Homepage ist, wie bereits im Forschungsüberblick gezeigt wurde, vornehmlich (sozial-) psychologisch motiviert. Dies hat seine Ursache wahrscheinlich darin, dass Prozesse der Selbstdarstellung vor allem im Hinblick auf die zugrunde liegenden Motivationen ein interessantes Forschungsobjekt darstellen (SCHÜTZ et al. 2003). Auch der Versuch, diese Identitätsvermittlungen mittels Web-Sites in einen gesellschaftstheoretischen Kontext einzubetten, wurde bereits unternommen (MISOCH 2004a). Was m.E. bisher fehlt, sind kommunikationswissenschaftliche Ansätze, die das radikal Neue der Kommunikation mittels Homepage fokussieren. Handelt es sich hierbei doch um ein Kommunikationssetting, welches Privatpersonen die Möglichkeit bietet, sich selbst (oder andere Themen) mit *massenmedialer Reichweite* darzustellen. Dies ist, medienhistorisch betrachtet, völlig neu, war der Besitz von Massenkommunikationsmitteln bisher Institutionen oder speziellen Organisationen vorbehalten, die als Sender fungierten und damit den Medieninhalt bestimmten. Traditionelle Selbstdarstellungen von Individuen waren räumlich und kontextuell eingebettet und dadurch in ihrer Reichweite stark eingegrenzt und publikumsbezogene bzw. öffentliche Darstellungen der eigenen Person waren hauptsächlich privilegierten Persönlichkeiten oder Personen des öffentlichen Lebens vorbehalten. Dass sich Privatpersonen ohne größeren finanziellen Aufwand mit (theoretisch) massenöffentlicher Wirksamkeit präsentieren können ist ein Novum, welches durch das Internet und dessen Dienste ermöglicht wird. [18]

Neben diesem Aspekt, dass Individuen durch Betreiben einer Web-Site massenmedialen Sendestatus erhalten, handelt es sich bei Homepages um eine spezielle Kommunikationssituation. Im Gegensatz zu anderen Kommunikationssettings, die in einem Zusammenhang stehen und dadurch kontextuell gerahmt sind, sind Web-Sites ein (*unidirektionales Kommunikationsangebot*) seitens des Homepage-Betreibers an die disperse WWW-Öffentlichkeit. Diese Situation ist insofern ungerahmt, als dass sie in keinem speziellen Kontext (ent-)steht und dieser erst durch den Inhalt der Site hergestellt wird. Da es sich nicht um eine bilaterale Situation im Sinne eines kommunikativen Bezugs aufeinander handelt, fungiert die Web-Site demnach als selbst generierte Rahmung für die (potentiellen) nachgelagerten Kommunikationsprozesse. Dieses Setting kann am ehesten mit der Plakatwerbung im Konsumbereich verglichen werden: Auch hier fungiert die Präsentation (in diesem Falle des Produkts) als Auslöser für Handlungen. Die Selbstpräsentation via private Web-Site soll u.a. kommunikative Prozesse evozieren, wenn z.B. 67% der Homepage-Betreiber in einer Befragung angaben, ihre Web-Site aus dem Wunsch nach Rückmeldungen d.h. einer Vergrößerung des sozialen Netzwerkes heraus erstellt zu haben (MISOCH 2004a). Auch in der Studie von MAKHFI zeigte sich dieses Motiv als relevanten Auslöser für das Betreiben einer Web-Site. [19]

Strukturell bzw. kommunikationswissenschaftlich sind private Homepages *Hybridmedien*, da sie sowohl Individual-, Gruppen- als auch

Massenkommunikationselemente beinhalten (können). Als WWW-Seiten können sie des Weiteren Text, Sound, Grafiken, Fotos, Videos, Animationen, Links usw. enthalten, so dass sie treffenderweise als *Hypermedien* bezeichnet werden können. Will man die Struktur der auf privaten Homepages integrierten Kommunikationsdienste und deren Direktionalität veranschaulichen, so kann dies wie folgt aussehen:

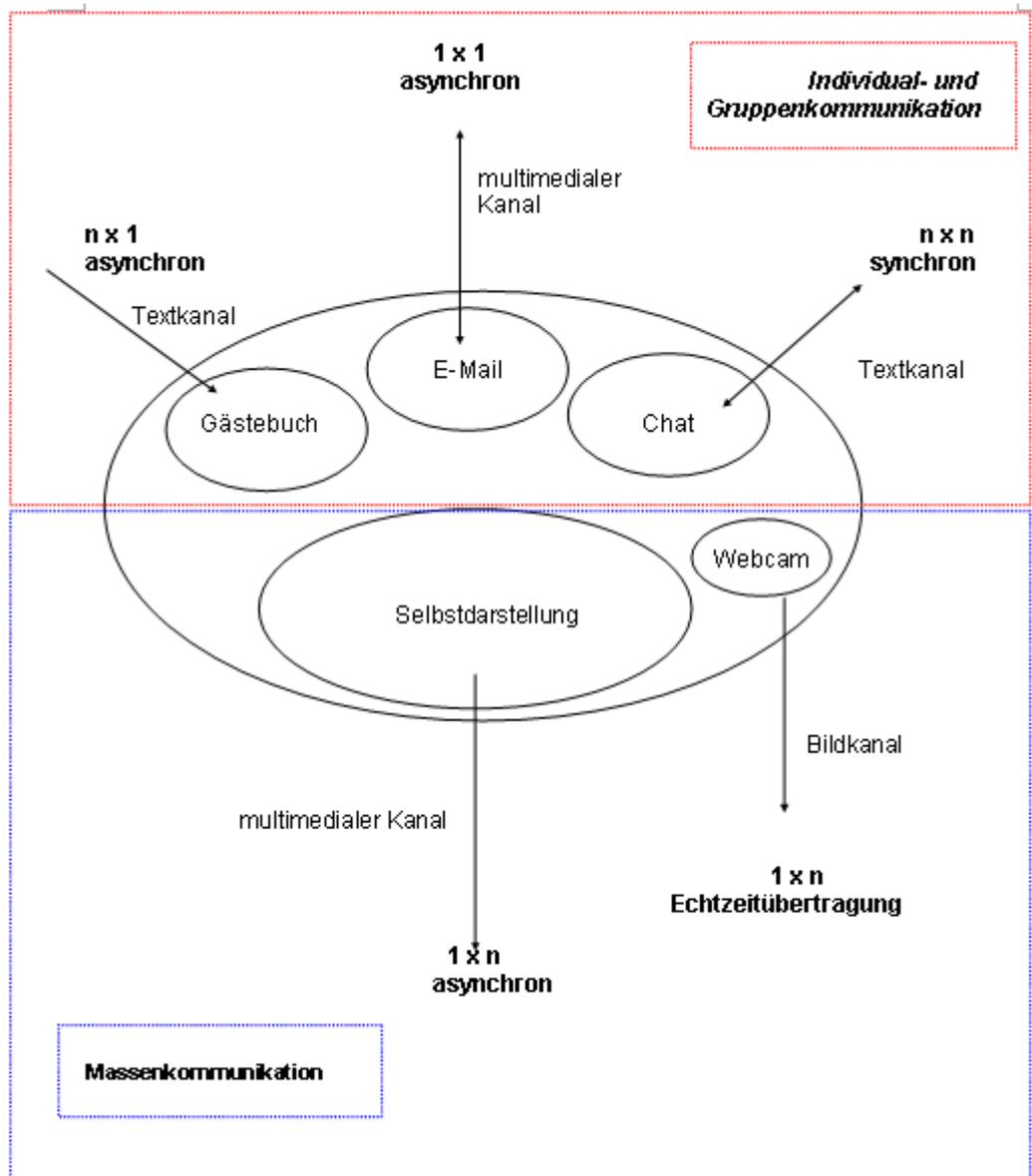


Abb. 1: Kommunikationsmodell private Homepage (modifiziert; aus MISOCH 2004c) [20]

Zukünftige Forschungsprojekte könnten z.B. folgende Themenstellungen fokussieren: Wie kann – auf Grund möglichst breiter Datenbasis – die Grundgesamtheit der Homepage-Betreiber beschrieben werden? Lassen sich Web-Site-Betreiber durch spezielle Mediennutzungsmuster oder -präferenzen kennzeichnen? Handelt es sich somit um eine Sondergruppe innerhalb der Onliner? Da sich sowohl bei MAKHFI als auch bei anderen Studien zeigt, dass

der Wunsch nach Kontakt ein relevantes Motiv zur Homepage-Erstellung darstellt, wäre es lohnend zu fragen: Erreichen Homepage-Betreiber das von ihnen angestrebte Ziel mittels ihrer Site? Eignet sich dieses Medium wirklich zu Generierung von Neukontakten? So könnte als Schlussresümee festgehalten werden: "Wir [...] seh'n betroffen, den Vorhang zu und [...] [viele] Fragen offen" (BRECHT 1964, 143). [21]

Literatur

- ACTA (2004). Allensbacher Computer- und Technik-Analyse. Verfügbar über: <http://www.acta-online.de/> [Zugriff: 10.11.2004].
- AGIREV (2003). Online Teichweiten Monitor 2003 II. Verfügbar über: <http://www.agirev.de/> [Zugriff: 10.11.2004].
- Becker, Barbara & Paetau, Michael (Hrsg.) (1997). Virtualisierung des Sozialen. Frankfurt/M.: Campus.
- Brecht, Bertolt (1964). Der gute Mensch von Sezuan. Berlin: Suhrkamp.
- Buten, John (1996). Personal home page survey. Verfügbar über: <http://www.asc.upenn.edu/USR/sbuten/phpi.htm> [Zugriff: 10.11.2004; Site existiert nicht mehr].
- Chandler, Daniel (1998). Writing oneself in cyberspace. Verfügbar über: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/homepgid.html> [Zugriff: 10.11.2004].
- Chandler, Daniel & Roberts-Young, Dilwyn (1998). The construction of identity in the personal homepages of adolescents. Verfügbar über: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/strasbourg.html> [Zugriff: 10.11.2004].
- Döring, Nicola (2001). Persönliche Homepages im WWW. Ein kritischer Überblick über den Forschungsstand. Medien & Kommunikationswissenschaft, 49(3), 325-349.
- Dominick, Joseph R. (1999). Who do you think you are? Personal home pages and self-presentation on the World Wide Web. Journalism and Mass Communication Quarterly, 76(4), 646-658.
- Goffman, Erving (2001). Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper. (Orig. 1959)
- Hahn, Alois & Willems, Herbert (1998). Zivilisation, Modernität, Theatralität: Identitäten und Identitätsdarstellungen. In Herbert Willems, & Martin Jurga (Hrsg.), Inszenierungsgesellschaft (S.193-213). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hevern, Vincent W. (2000). Alterity and self-presentation via the Web: Dialogical and narrative aspects of identity construction. Verfügbar über: <http://www.socsci.kun.nl/psy/congress2000/papers/hevern.htm> [Zugriff: 10.11.2004].
- Karlsson, Anna-Malin (2002). Literacy traditions in change: A semiotic study of the personal homepage. Verfügbar über: <http://www.nordiska.se/Selbstentwürfe/personal/karlsson-am/eng/thesis.htm> [Zugriff: 10.11.2004; Site existiert nicht mehr].
- Killoran, John B. (1998). Under construction: revision strategies on the web. Verfügbar über: <http://www.brocku.ca/english/jkilloran/cccc1999.html> [Zugriff: 10.11.2004; zugangsbeschränkt].
- Machilek, Franz; Schütz, Astrid & Marcus, Bernd (2004). Selbstdarsteller oder Menschen wie Du und ich? Intentionen und Persönlichkeitsmerkmale von Homepagebesitzern. Zeitschrift für Medienpsychologie, 16(3), 88-98.
- Miller, Hugh (1995). The presentation of self in electronic life: Goffman on the internet. Verfügbar über: <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/goffman.htm> [Zugriff: 10.11.2004].
- Miller, Hugh & Mather, Russell (1998). The presentation of self in WWW home pages. Verfügbar über: <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsych/millmath.htm> [10.11.2004].
- Misoch, Sabina (2004a). Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz: UVK.
- Misoch, Sabina (2004b). Selbstdarstellung Jugendlicher auf privaten Websites. Merz, 5, 43-47.
- Misoch, Sabina (2004c). Theoretische Modellierung von Kommunikationsstrukturen auf privaten Homepages (Abstract). Verfügbar über: http://www.dgpuk.de/fg_cvk/dortmund_2004/abs_misoch.htm [Zugriff: 10.11.2004].

- Mummendey, Hans Dieter (1995). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen: Hogrefe.
- Neckel, Sighard (2000). *Die Macht der Unterscheidung. Essays zur Kulturosoziologie der modernen Gesellschaft*. Frankfurt/M.: Campus.
- Opaschowski, Horst W. (1999). *Generation @. Die Medienrevolution entlässt ihre Kinder: Leben im Informationszeitalter*. Hamburg: Kurt Mair Verlag.
- Pantle, Henrik (1996). *Unterschiede persönlicher Homepages*. Verfügbar über: <http://www.informatik.hu-berlin.de/pantle/Arbeiten/homepages.html> [Zugriff: 10.11.2004; Site existiert nicht mehr].
- Renner, Karl-Heinz (2003). *Selbstdarstellung im MUD und auf privaten Homepages – Unterschiede und Gemeinsamkeiten*. In Evelyne Keitel, Klaus Boehnke & Karin Wenz (Hrsg.), *Medien im Alltag: Nutzung – Vernetzung – Interaktion* (S.263-274). Lengerich: Pabst.
- Rubio, Steven (1996). *Homepage. I'm nobody*. Verfügbar über: <http://eserver.org/bs/24/rubio.html> [Zugriff: 10.11.2004].
- Schütz, Astrid & Machilek, Franz (2003). *Who owns a personal home page? A discussion of sampling problems and a strategy based on a search engine*. *Swiss Journal of Psychology*, 62(2), 121-129
- Schütz, Astrid; Machilek, Franz & Marcus, Bernd (2003). *Selbstdarstellung auf privaten Homepages: Ausgangspunkt und erste Ergebnisse*. In Evelyne Keitel, Klaus Boehnke & Karin Wenz (Hrsg.), *Medien im Alltag: Nutzung – Vernetzung – Interaktion* (S.234-262). Lengerich: Pabst.
- Shapiro, Elayne J. & Shapiro, Leonard D. (1997). *Presentation of self in virtual life. Web page personas in cyberspace*. Verfügbar über: <http://www.cs.pdx.edu/~len/webpage.doc> [Zugriff: 10.11.2004].
- Simmel, Georg (1903/1957). *Die Großstädte und das Geistesleben*. In ders., *Brücke und Tür* (S.227-242). Stuttgart: Köhler.
- Storrer, Angelika (1999). *Was ist eigentlich eine Homepage?* Verfügbar über: <http://www.ids-mannheim.de/grammis/orbis/hp/hpframe.html> [Zugriff: 10.11.2004].
- Suler, John (2000). *Identity management in cyberspace*. Verfügbar über: <http://www.rider.edu/suler/psycyber/identitymanage.html> [Zugriff: 10.11.2004].
- Turkle, Sherry (1999). *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*. Reinbek: Rowohlt.
- Walker, Katherine (2000). *"It's difficult to hide it": The presentation of self on internet home pages*. *Qualitative Sociology*, 23(1), 99-120.

Zur Autorin

Sabina MISOCH ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Potsdam am Institut für Pädagogik im Bereich Lehr-Lern-Forschung & Multimedia.

Forschungsschwerpunkte: Computervermittelte Kommunikation, Medien & Jugend, private Homepages, Identität & Selbstdarstellung, Postmoderne.

Kontakt:

Dr. Sabina Misoch

Universität Potsdam
Humanwissenschaftliche Fakultät
Institut für Pädagogik
Lehr-Lern-Forschung & Multimedia
Karl-Liebknecht-Str. 24 – 25
D -14476 Potsdam-Golm

E-Mail: misoch@rz.uni-potsdam.de

URL:

http://141.89.99.185:8080/uni/professuren/10/b/70/open2sites?seite=mitarbeiter_start_seite

Zitation

Misoch, Sabina (2004). *My_site.de – Webpages als Medien der Selbstdarstellung*. Review Essay: Jamshid Makhfi (2002). *Medienkultur. Eine qualitative und quantitative Analyse von Webpages* [21 Absätze]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 6(1), Art. 21, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0501213>.