

V. Die virtuelle Romantik

Der Pluralismus der Perspektiven im Subjekt und damit die sich immer weiter ausdifferenzierende Sinnstiftungsoptionen sind als Epochencharakteristika bezeichnend und durchaus nicht neu. Schon die sogenannte Postmoderne beschrieb die Auflösung übergeordneter Strukturen und die prägende Kraft der individuellen und subkulturellen Perspektive. Der Versuch, anhand des übergeordneten Modells des virtuellen Kontextes Sinnstiftung und damit die Kontextualisierung in komplexen Erscheinungsfeldern zu beschreiben, ist auch als Reaktion auf das zu verstehen, was sich in der postmodernen Theorie als Tendenz schon länger offenbart. Durch die Digitalisierung ist das Nebeneinander unterschiedlichster Relationen und Weltbilder weiter parzelliert worden. Das *eine*, das umfassende Selbstbild, das als Ergebnis eines Kontextes entstehen kann, ist einem Patchworksystem von Fragmenten gewichen, die als Gemengelage unterschiedlicher Kontexte und empfundener Realitäten den Strom der Sinnzusammenhänge bilden, der die Fixpunkte des Individuums umfließt.

Die Lebensform der meisten Menschen bestand vor der Moderne mutmaßlich aus einem starren System, in dem die Erscheinungen und der Sinngehalt der Welt vergleichsweise konfliktarm und singulär verbunden waren. Die großen Weltreligionen und die mit ihnen eng verbundenen Herrschafts- und Gesellschaftsstrukturen stehen dafür sinnbildlich. Durch die Moderne und vor allem durch die stetige Bedeutung von medialen Inhalten – hierbei enorm gesteigert durch die Digitalisierung – entsteht tendenziell eine Gleichzeitigkeit vieler verschiedener sinnstiftender Systeme und Weltansichten. Es ist in der globalisierten Mediengesellschaft dabei unerheblich, ob diese imaginär oder vermeintlich real sind, da sie fast ausnahmslos rein medial erfahren werden. Für die persönliche Weltansicht eines glühenden Verehrers ausgedachter Universen, z.B. in der Fantasy- oder der Science-Fiction-Literatur, können deren Inhalte sicherlich genau so bedeutend sein wie andere Kontexte.

Das Nebeneinander vieler unterschiedlicher Kontexte bedingt dabei, dass diese erst durch eine vermeintliche Realisierung – durch »echte« Erscheinungen – verortet und legitimiert werden. Hinzu tritt ein weiterer Aspekt in Form der Simulationstechnik: die Idealisierung. Vor allem virtuelle Kontexte stehen zwar als Modell in einer Wechselwirkung mit »der Realität«, allerdings ist in einer zunehmend medialen Kultur diese vermeintliche Realität wiederum selbst medialen und damit virtuellen Ursprungs. Als geschaffene und gestaltete Inhalte sind virtuelle Kontexte kein Abbild, sondern eine idealisierte Interpretation von Erscheinungen. Die virtuellen Kontexte unter anderem von Städten, Popstars oder

anderen Bezügen sind überwiegend simulierte und imaginierte Bilder einer vermeintlichen Realität, wie sie in einer bestimmten Imagination sein sollte. Die Prägung von virtuellen Kontexten auf die Realität ist damit im Resultat eine Wahrnehmung und Gestaltung der Welt anhand imaginerter und idealisierter Phantasmen.

Als wäre diese Relation objektiv zu erfassen nicht schon kompliziert genug, sind die Sinnzusammenhänge des Virtuellen nicht immer gegeben oder offensichtlich. Virtuelle Kontexte müssen nicht immer sinnstiftend wirken, sie können fehlerhaft sein oder in ihren Relationen nicht nachvollziehbar, nicht verständlich. Je flüchtiger Erscheinungen wahrgenommen werden – das ist gerade in den komplexreduzierten Darstellungen der Werbung der Fall – bzw. umgekehrt: je komplexer die Erscheinungen dessen sind, was sich im permanenten Bilderstrom des Digitalen wiederfindet, desto unwahrscheinlicher ist es, dass ein virtueller Kontext als sinnstiftendes Element bestimmter Erscheinungen nachvollzogen werden kann. Unterkomplexität und Überkomplexität verhindern gleichermaßen sinnstiftende Verknüpfungen.

Das zeitgenössische Individuum ist einer Vielzahl von Eindrücken und Informationen ausgeliefert, die in seinem Lebensumfeld und besonders in den medialen Welten auf den Menschen einprasseln. Stetig wird damit der umfassende Kontext, den jeder Mensch von seiner Umwelt als sinnstiftendem Ganzen kreiert, durch Fragmente gestört, die nicht ohne Weiteres integriert werden können. Mehr noch: Durch das ständige Dauerfeuer unverstandener medialer Fragmente ist die Ausbildung eines konsistenten Sinnzusammenhangs nahezu unmöglich geworden. Die einzige Konstante, die innerhalb dieses Kontext-Patchworks bleibt, ist damit das Individuum selbst, das als isolierte Instanz Sinnstrukturen im Zusammenhangslosen sucht – und natürlich auch findet. Der reflektierte Austausch mit Medien ist dabei tendenziell einem Einfügen von Fragmenten in möglichst kompatibel erscheinende Deutungsmuster gewichen. Das Weltbild und damit das individuelle Selbstbild wird zur alleinigen Instanz, die die Erscheinungen ordnet und sich durch diesen Akt der Sinnstiftung wiederum in den Erscheinungen zu bestätigen versucht. Das Ich wird zur alleinigen Instanz der Sinnstiftung im stetigen Strom der virtuellen Fragmente.

Es ist eine Tendenz, die aufgrund ihrer historischen Ähnlichkeit zur Romantik als »virtuelle Romantik« bezeichnet werden kann. Die Ähnlichkeit zur klassischen Romantik, in der das »Innere« des Menschen darstellerisch seinen Spiegel im Äußeren fand, liegt damit auf der Hand; allerdings aufgrund des Umfanges der perfekten Bilder mitunter nicht mehr als ein bewusstes Setzen in die Welt, sondern als Teil eines unbewussten Prozesses. Im Endeffekt sind die meisten zeitgenössischen Phänomene – vor allem in der Digitalisierung – eine unbewusste Fokussierung auf das Ich, das sich durch die ikonische Interpretation von

Erscheinungen aus einem spezifischen Blickwinkel in diesen spiegelt und vermeintlich in seiner Existenz und Beschaffenheit selbst bestätigt. Damit wird die »Realität« den Inhalten von virtuellen Kontexten angepasst und das rein virtuelle Ich bestätigt sich durch seinen Blickwinkel auf das, was »ist«, im Sein.

Die virtuelle Romantik ist dabei eng eingebettet in den übergeordneten Prozess einer globalisierten Medienkultur. Die Orte der Globalisierung sind durch Medieninhalte bestimmt und damit letztlich mentale Vorstellungsbilder, zu denen die realen Verkörperungen die Fixpunkte in der Realität einnehmen. Diese Bestätigung von virtuellen Konstrukten anhand von spezifischen Sinnzusammenstellungen, auf die der Betrachter seine mentalen Konzepte projiziert, ist dabei nicht nur ein weitreichendes Phänomen der Rezeption, sondern auch der Schaffung und Kreation von Erzeugnissen aller Art. Ähnlich wie in der filmischen Stadt verwischen dabei Physis, Realität und Virtualität.

Ein banales Beispiel bildet der Stil von Cafés, die als Orte am virtuellen Kontext einer idealisierten Pariser Lebensweise partizipieren, die durch die Nutzer erkannt und idealerweise performativ als temporäre Lebensweise nachempfunden oder aufgeführt wird. In der menschlichen Lebenswelt im Zeitalter der digitalen Globalisierung sind diese virtuellen Kontexte ubiquitär. Sie strukturieren mal bewusst, mal unbewusst, konkret oder sehr abstrakt die Lebenswirklichkeit im weltweiten Raum und werden durch die Verwendung bestimmter Erscheinungen ins Gedächtnis gerufen. Dazu gehören nicht nur Bilder, Gebäude, Formen oder Stile, sondern auch bestimmte Töne oder Musiken, denen eine Signalfunktion für bestimmte virtuelle Kontexte zukommt. Westliche Interpretationen z.B. von asiatischer oder arabischer Musik evozieren durch Verwendung bestimmter Instrumente Assoziationen zur idealisierten Darstellung ferner Länder. Diese Kontexte sind dabei nicht nur ein Ortsverständnis, sondern, getreu dem Modell des virtuellen Kontextes, immer auch ein Sinnbild für emotionale Zustände und bestimmte, damit verbundene Narrative. Die gerade im Westen häufig anzutreffenden Buddhastatuen oder auch die Maneki-neko-winke-Katze sind prägnante Beispiele für Erscheinungen umfassender virtueller Kontexte, die sich, aus der ursprünglichen Deutung entrissen, als Fragmente des perfekten Bildes der Globalisierung konkretisieren.

Unter den Bedingungen von Liberalisierung, Digitalisierung und Freihandel ist dieser Sachverhalt allerdings nicht deterministisch zu begreifen, vielmehr unterliegt er den – wahrscheinlich unbewussten – Entscheidungen des Individuums für oder gegen bestimmte Kontexte. Das heißt, dass die Weltwahrnehmung in der virtuellen Romantik ein individueller schöpferischer Vorgang ist. Das Individuum setzt die mentale »Landkarte der Welt« anhand der Beziehung zu bestimmten Kontexten selbst zusammen und definiert sie.

Die Komplexität der virtuellen Kontexte und die meist nur in Fragmenten aufgenommenen Sinnstiftungen treten dabei zunehmend in Konkurrenz. In welchen Kontext sich ein Individuum versetzt, wird dabei wesentlich von seinem Vorwissen beeinflusst. Die Schnelligkeit der Digitalisierung und das Auftreten zahlreicher Sinnfragmente machen die Kontexte am attraktivsten, die schnelle Anschlusssicherheit durch Wiedererkennen von Vertrautem ermöglichen. Das führt gleichzeitig zur Etablierung neuer Kontexte als kanonische Bilder einer bestimmten Art der Weltzuwendung und, als Reaktionen darauf, zur Nivellierung der Bildsprache in der virtuellen Romantik, wobei Neues vermieden und Etabliertem, auf Grund seiner schnellen Erkennbarkeit und Signalwirkung, der Vorzug gegeben wird. Die durch stetige Wiederholung entstehenden kanonischen Bilder finden vor allem in den Massenmedien in unterschiedlichen Variationen stetige Verwendung – nicht nur in kreativen Professionen, sondern auch in anderen wie der Wissenschaft. Der Medienphilosoph Frank Hartmann erläutert das beispielhaft anhand der Modell-Visualisierung der menschlichen DNA, die, als Zeichen für »Wissenschaft« verwendet, ein perfektes Bild darstellt. Es stimmt zwar nicht exakt mit der echten DNA überein, aber wird dennoch als deren Abbild publiziert und rezipiert.¹ Auch nahezu alle Werbeprodukte bedienen sich aus demselben, mehr oder weniger klar umrissenen Fundus an Schemen und Images; was ironischerweise dazu führt, dass Werbezeichen aufgrund ihrer hohen Streuung schnell beliebig wirken, deswegen nicht originär an das eigentlich zu bewerbende Produkt gekoppelt sind und im digitalen Bilderrauschen untergehen.

Auch in Architektur oder Mode lässt sich dies beobachten. Bestimmte Erscheinungen werden stetig wiederholt und als Schema mit Signalwirkung in anderen Kontexte verortet. Eine bestimmte Farbe wird zum Trend und bestimmte Eigenschaften des Materials oder der Form bestimmen über die breite Akzeptanz gestalteter Werke. Die in allen Bereichen weit verbreitete Kultur des »Copy-Paste« kann dabei als Oberbegriff für die unreflektierte Übernahme vorhandener Elemente, deren stetige Wiederholung zur Nivellierung führt, verwendet werden.² Copy-Paste als

1 Vgl.: Hartmann, Frank: *Mediologie*, S. 52.

2 Der auf die Schaffung von virtuellen Personen spezialisierte 3D-Artist Christian Thomsen kommentiert, anhand historisch-etablierter Darstellungsweisen für die digitale Visualisierung, diese allgemeine Tendenz zur Vereinheitlichung im Medialen wie folgt: »Die Digital Beauties, wie wir sie heute sehen, sind eher Manifestationen rapide korrodierender historischer Gedächtnisse und einer globalen Kulturverflachung denn bewundernswerte Zeugnisse einer neuen Digitalkultur. Kulturelle Wurzeln werden bedenkenlos herausgerissen, kopiert und ihre Sprösslinge miteinander gekreuzt.« Zitat in: Thomsen, Christian W.: »Digital Beauties«, in: Hoffmann, Yasmin et al.: *Alte Mythen – Neue Medien*, S. 277.

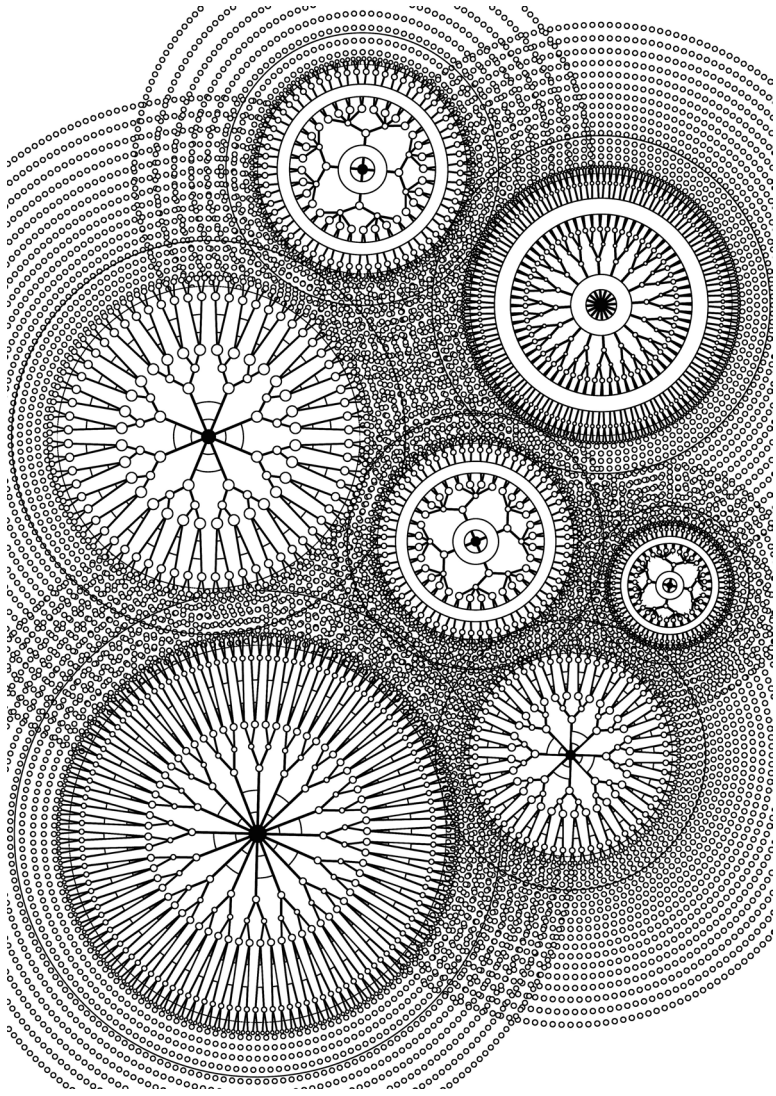


Abb. 21: Als die beiden übergreifenden Phänomene der Gegenwart können Digitalisierung und Globalisierung bezeichnet werden. Beide lassen sich als Zunahme von Komplexität beschreiben. Statt eines subjektiv umfassenden Kontextes menschlicher Existenz, der alle Erscheinungen sinnstiftend vereint, existieren unüberschaubar viele Erscheinungen, die wiederum zu spezifischen Kontexten gehören – inklusive Überschneidungen und Unschärfe. Die Anzahl und die Komplexität sowie die Unerkennbarkeit im Sinne der perfekten Bilder ermöglicht kaum umfassendere Ich-Projektionen, da das Erkennen und Abgrenzen von Wechselwirkungen erschwert ist.

einendes Prinzip ist dabei nicht nur eines der »feindlichen« Übernahme von Konzepten. Ganze Wirtschaftszweige sind damit beschäftigt, mediale Inhalte im Voraus zu produzieren, sodass es nur mehr Sache eines Mausklicks ist, fertige Eindrücke um einen Gegenstand herum zu arrangieren. Weitaus gravierender stellen sich vor diesem Hintergrund allerdings die Kreisläufe der Zitation von Inhalten unter dem Stichwort der Referenz dar. In allen kreativen Branchen ist es üblich, bei beginnenden Entwicklungen ähnliche Projekte von anderen Marktteilnehmern zu sichten – wobei deren Grundlagen meist nicht verstanden, sondern nur das Ergebnis beachtet wird. Damit ist ein Kreislauf von Schemen entstanden, der die Erscheinungen der Kontexte über die inhaltlichen Strukturen stellt. Das Einfügen von virtuellen Fragmenten in das Selbstbild, wie es in der virtuellen Romantik prägend ist, erweitert sich somit auf den Gestalter und damit auf dessen Werk. Die Fragmentierung des Sinns und die Nivellierung der Erscheinungen spiegeln sich damit in den perfekten Bildern der vermeintlichen Realität und bestätigen wiederum das Selbstbild des Rezipienten.

Die virtuelle Romantik als Epochenbegriff konkretisiert sich also dergestalt, dass virtuelle Kontexte in isolierten Fragmenten wahrgenommen werden. Diese Fragmente fügen sich durch Nivellierung und Vertrautheit in die Selbstbilder ein, da sie in ihrer zeichenhaften Bedeutung erlernt wurden. Durch das Aufgreifen in der Gestaltung neuer Kontexte wiederholen sich diese Fragmente stetig und bestätigen sich als perfekte Bilder gegenseitig in ihrer vermeintlichen Realität – als Festigung des Selbstbildes.

Die virtuelle Romantik ist damit ein sinnstiftendes System der Gegenwart. Darin kommt der moderne Mediennutzer ständig mit Fragmenten virtueller Kontexte in Berührung, zu denen er die ursprünglichen Sinnstiftungen und perfekten Bilder nicht kennt. Anhand eines ikonisierten Selbst werden diese Fragmente in einen eigenständigen Kontext assimiliert und miteinander verwoben – ein Patchwork der Sinnstiftung im Zeitalter der globalisierten Massenmedien. Das gilt vor allem für schöpferisch tätige Professionen. Kreative sind unzähligen Referenzfragmenten ausgesetzt, die, zu einem subjektiven Kontext zusammengeführt, grundlegend für meist unbewusste Gestaltungsentscheidungen werden. Da die Ich-Konstruktion als verbindendes Element brüchig ist, ist eine starke Orientierung an erfolgreichen – und damit quantitativ validierten, aber qualitativ unverstandenen – Beispielen zu beobachten, was letztlich ebenfalls zu einer Nivellierung und Homogenisierung führt. Für kreative und gestalterische Schaffensprozesse in der virtuellen Romantik scheint dabei zu gelten, was der Architekturästhetiker Jens Bisky in Bezug auf das sogenannte »gotische Revival« von 1790 anmerkt: »[...] die Werke der Baukunst werden letztlich zu Illustrationen eines vorab geprägten Weltbildes degradiert. Sie appellierten an die Einbildungskraft dann

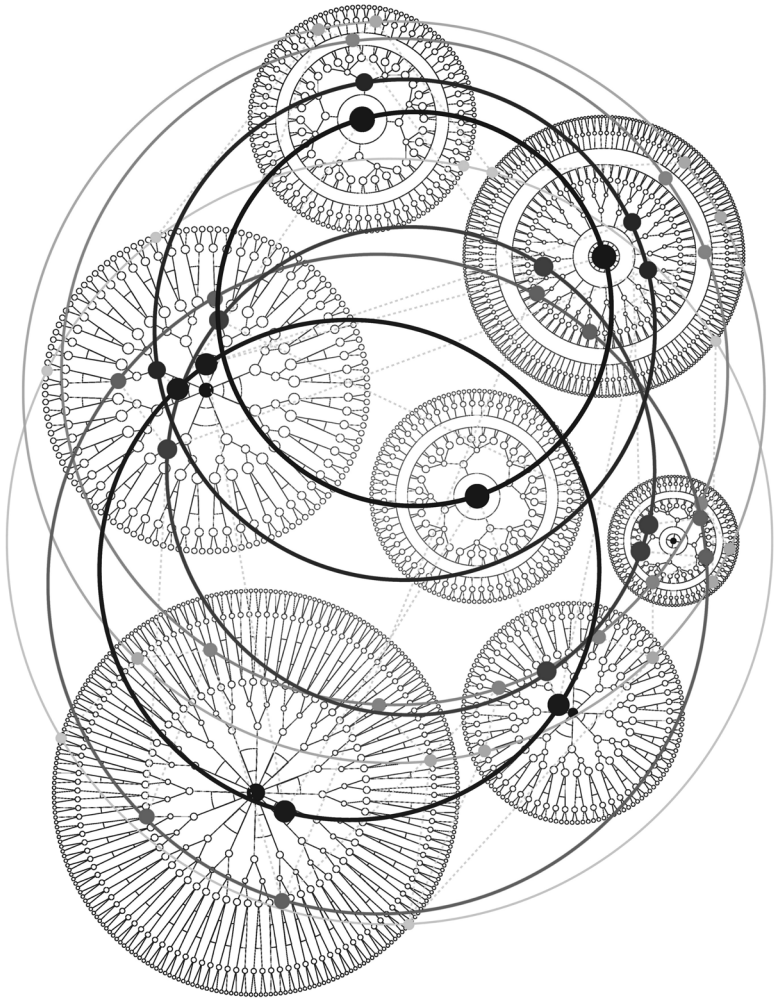


Abb. 22: Die virtuelle Romantik ist ein autopoetisches System zur Reduzierung der Komplexität im Zeitalter der digitalen Globalisierung. Erscheinungen und ihre jeweiligen sinnstiftenden Kontexte sind im Alltagsleben zu zahlreich, um sie sinnstiftend zu erfassen. Die virtuelle Romantik ist dahingehend eine übergeordnete Kategorie, durch die bestimmte Inhalte der virtuellen Kontexte isoliert und zu einem neuen, individuellen Kontext zusammengeführt werden. Eine spezifische Narration z.B. kann dann auf alle Erscheinungen angewandt werden, unabhängig von deren ursprünglicher Narration. Die virtuelle Romantik ignoriert damit ursprüngliche Bezüge und wirkt in der Komplexität der Welt vereinfachend sinnstiftend – aber nur durch die individuelle Perspektive.

und nur dann, wenn sie die Erwartungen des Betrachters erfüllten und seine Sicht bestätigten. Landhäuser und Tempelchen sollten die Landschaft möblieren, in der das Ich des Betrachters sich spiegeln und das Gleichgewicht aller Affekte genießen wollte. Neues fand in diesen Bildern keinen Ort.«³

Ein interessantes Beispiel für die Nivellierung von Medienprodukten bildet das Kunstprojekt der beiden Konzeptkünstler Vitaly Komar und Alexander Melamid, die im Jahr 1994 das »America's most wanted painting« vorstellten.⁴ Aufbauend auf eine quantitative und statistische Befragung von 1001 Amerikanern malten die beiden Künstler ein Bild, welches den ästhetischen Geschmack der größtmöglichen Anzahl von Rezipienten wiedergeben sollte.⁵ Obwohl der persönliche Stil der beiden Künstler einen deutlichen Einfluss auf das Ergebnis genommen hat, bietet das Bild sowie die folgenden, für andere Länder angefertigten Bilder eine treffende Illustration für die Vereinheitlichung der medialen Ausdrucksweise, die unter anderem der Sprachwissenschaftler Uwe Pörksen in ihrer zeichenhaften Ausprägung als Typus der standardisierten Veranschaulichung beschreibt.⁶ Diese Standardisierung der Ausdrucksweise ist hierbei nicht nur auf die Darstellungstechniken und Images beschränkt, sondern betrifft auch anderen Bereiche, die sich als Fragmente hinsichtlich der Strukturlogik des virtuellen Kontextes beschreiben lassen. Vor allem lässt sich in der auf ein Massenpublikum zielenden Filmbranche zunehmend beobachten, wie etablierte Narrative stetig wiederholt und nur marginal variiert werden. Die äußerst erfolgreichen Superheldenfilme des 21. Jahrhunderts bieten dafür ein gutes Beispiel. Dort wird die immer gleiche Geschichte, nur mit wechselnden Akteuren und Gestaltungen, immer wieder re-inszeniert.

Vor allem mediale Erscheinungen verfügen meist über einen lang zurückreichenden historischen Referenzrahmen und werden von zeitgenössischen Medienschaffenden stetig wiederverwendet und variiert. Obwohl dieser Plagiatsprozess in der Selbstbehauptung meist als ein logischer und individuell determinierter Schöpfungsprozess erscheint und auch so kommuniziert wird, kann vor allem wegen des global-digitalen Aspekts der hohen Geschwindigkeit, wegen der möglichen Kommunikationsschwierigkeiten und wegen der daraus resultierenden tendenziell fehlenden Reflexion von einem primär unbewussten Prozess des Wiederholens des Fundierten ausgegangen werden. Bei flüchtiger Betrachtung historischer Referenzen kann schnell der Eindruck entstehen, dass deren

3 Zit. in: Bisky, Jens: *Poesie der Baukunst*, S. 189.

4 Vgl.: Komar, Vitaly/Melamid, Alexander: *Painting by numbers*, S. 7.

5 Vgl.: Ibid., S. 2.

6 Vgl.: Ibid., S. 104–123. Vgl.: Pörksen, Uwe: *Weltmarkt der Bilder, Eine Philosophie der Visiotype*, S. 10.

Inhalte und Themen veraltet und höchstens historiographisch von ver- einzeltem Interesse sind. Zieht man den Betrachtungsrahmen sehr eng auf die technologische Entwicklung bzw. auf technische Methoden, mag das stimmen, aber die grundsätzlichen Zielsetzungen von Menschen, um die es in Bezug auf Medien und ganz besonders auf Virtualität immer auch geht, haben sich scheinbar in der Menschheitsgeschichte nur wenig variiert. Bestimmte Themen bleiben strukturell gleich und ändern sich höchstens in der Art ihrer Erscheinung und in ihrem Anschluss an veränderte Umstände. Auffällig ist dabei besonders die stetige Suche nach dem »Guten Leben«, die sich in immer neuen Variationen zeigt.

Diese Suche findet in den rein virtuellen Konstrukten der Utopien ebenso Ausdruck wie in den niedrigschwelligeren und individuelleren Maßstäben, die daraus hervorgehen. Ein Beispiel für die geschichtlichen und imaginativen Komponenten dafür bildet der im Westen des 20. Jahrhunderts oft vernommene »Traum vom Eigenheim«. Erstens ist dieser Traum eine individuelle Utopie, zweitens eine Reaktion auf Wohnraumnappheit und drittens ein virtuelles Fragment der Vergangenheit, in der die Wohnraumschaffung maßgeblich für die Gründung einer Familie gewesen ist. Historisch fundiert sich fortschreibend, wird dieses Zeichen der Sesshaftwerdung dann in einen neuen virtuellen Kontext eingefügt, zwar unter der Verwendung anderer Mythen, aber dennoch weiterhin sinnstiftend wirksam. Obwohl eine solche Tradierung abstrakt erscheint, darf der Aspekt des Zusammenfallens historischer und utopischer Konzepte nicht unterschätzt werden. Das Beispiel des Eigenheimes zeigt, wie sehr ein Fragment mit anderen verbunden ist – ganze Wirtschaftszeite beruhen darauf, nicht zuletzt um Personen zur Lohnarbeit anzuhalten (Stichwort Lebenssinn durch die Dichotomie von Arbeit und Konsum). Historische Sinnstiftungen tauchen so in immer neuen Erscheinungen auf und etablierte Erscheinungen werden in neue Kontexte eingefügt. Stetig wiederholt und variiert, festigen sich so Fragmente des Virtuellen, seien es Erscheinungsformen, Narrative, Images oder Mythen, die in immer neuen Relationen kontextualisiert werden können, in und am Ich als dem zentralen Fixpunkt des Zusammenhaltes der Fragmente.

Sinnschaffung vollzieht sich also zunehmend anhand eines Kontextes der vertrauten Erscheinungen. Die globalisierte Welt stellt sich aufgrund der Anzahl ihrer Beteiligten als unübersichtliches Chaos dar, in dem stetig neue Eindrücke und Sinnzusammenhänge auf ein Individuum einprasseln. Deswegen ordnet die virtuelle Romantik als autopoetisches System den medialen Raum der Digitalisierung und daraus hervorgehend den realen Raum der Globalisierung anhand von virtuellen Kontexten, die durch Nivellierung, Neueinbindung des Vertrauten und zahlreichen Überschneidungen anhand einer Metaperspektive Übersichtlichkeit evozieren.

Die Welt ist somit zwar divergent, aber in einer bestimmten Betrachtungsweise vereinheitlicht, die den Rezipienten und die globale Kultur sinnstiftend verortet. Das einzelne Individuum kann demnach an bestimmte virtuelle Kontexte »andocken«, aber etwas Neues findet in diesen Kontexten nur partiell statt. Die Inhalte sind nivelliert, historisch fundiert, imaginiert oder simuliert – aber immer in Bezug auf das Selbst kontrolliert. Die virtuelle Romantik ist eine Landkarte von Kontexten, die als Patterns des globalisierten Lebens statisch sind und sich so in die Konsumlogik einreihen. Dadurch entsteht ein System, das aus der Perspektive des globalen Denkens virtuelle Fragmente in einen tendenziell homogenisierten und vereinfachten Metakontext einordnet.⁷

Wahrscheinlich ist dieser vereinfachende Ansatz die einzige Möglichkeit des zeitgenössischen Menschen, mit der Fülle an Erscheinungen und Kontexten zurechtzukommen. Problematisch ist jedoch, dass sehr wohl jede menschengemachte Erscheinung über einen spezifischen virtuellen Kontext verfügt.⁸ In der virtuellen Romantik werden diese Zusammenhänge tendenziell ignoriert und Erscheinungen in neue Sinnverhältnisse eingebettet. Dadurch ist die virtuelle Romantik eine Fragmentideologie, in der aus unterschiedlichen entwurzelten Kontexten ein persönliches, perfektes Patchwork-Bild zusammengestellt wird, das sich als vermeintliche Spiegelung des Selbst – und nur des Selbst! – offenbart.

Dieser Sachverhalt mag im Sinne eines globalen Austausches und einer weltweiten Kommunikation notwendig, ja geboten sein; allerdings sind die Auswirkungen des Phänomens nicht nur auf mediale Inhalte

- 7 Adorno und Horkheimer kritisieren diese Entwicklung schon in der Mitte des 20. Jahrhunderts dahingehend: »Heute aber setzt die Vergangenheit sich fort als Zerstörung der Vergangenheit. War die respektable Bildung bis zum neunzehnten Jahrhundert ein Privileg, bezahlt mit gesteigerten Leiden des Bildungslosen, so ist im zwanzigsten der hygienische Fabrikraum durch Einschmelzen alles Kulturellen im gigantischen Tiegel erkaufte. [...] Daß der hygienische Fabrikraum und alles, was dazu gehört, Volkswagen und Sportpalast, die Metaphysik stumpfsinnig liquidierte, wäre noch gleichgültig, aber daß sie im gesellschaftlichen Ganzen selbst zur Metaphysik werden, zum ideologischen Vorwand, hinter dem sich das reale Unheil zusammenzieht, ist nicht gleichgültig.« Zitat in: Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: »Vorrede von 1944«, in: Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: *Dialektik der Aufklärung*, S. 5.
- 8 Vom Menschen geschaffene Erscheinungen unterscheiden sich dadurch von nicht vom Menschen geschaffenen Erscheinungen, zu denen der Kommunikationswissenschaftler Thomas A. Bauer darlegt: »Die Tatsache, dass nichts, was wir wahrnehmen, eine Ordnung aus sich hat, ist die eigentliche Verunsicherung von Welt, die der Mensch durch Zu-Ordnung (In-Bezug-Setzung) zu bewältigen (>be-weltigen<) gelernt hat.« Zitat in: Bauer, Thomas A.: *Kommunikation wissenschaftlich denken*, S. 146.

beschränkt, sondern berühren auch die Selbstwahrnehmung des Individuums und damit das Selbst. Konsumlogik, Globalisierung und Mediatisierung haben damit auch Rückwirkungen auf die menschliche Identität. Das System der virtuellen Kontexte ist nicht *das* Bild der Welt, sondern existiert als übergeordnete sinnstiftende Struktur des menschlichen Modus im Verhältnis zu den Spezifika seiner sozialen Gruppe. Dadurch müssen dessen Inhalte nicht »real« sein, sondern umfassen auch Wunsch- und Scheinbilder, die in der digitalen Romantik als ein Ankerpunkt der Identität, im Gegensatz zu einer als verwirrend und zu komplex empfundenen Realität, fungieren. Durch die Verwendung der Simulation und der wahrzunehmenden »Verwischung« zwischen diesen beiden Bereichen kann eine Annahme des Medientheoretikers Jean Baudrillard zu den Auswirkungen der Hyperrealität nur als folgerichtig bezeichnet werden. Der Sprachwissenschaftler Markus Spitz fasst sie so zusammen: »Die permanente Simulation von Realität, die Anbetung von Scheinwelten, verhindert nach dieser Auffassung, daß Identität auf der Basis von eigenen, persönlichen Erfahrungen konstruiert wird und befördert im Gegenzug die Instabilität des Selbst, welches aus vorgefertigten und jeweils neu zusammengesetzten Eindrücken und Bildern geformt wird und daher zwangsläufig instabil ist.«⁹ Das Selbst kann demnach eine gesicherte Identität nur erlangen, wenn die Zuschreibungsmodalitäten zur Sinnstiftung extern objektiviert sind. Idealerweise indem diese Modalitäten in sich als real empfundenen Erscheinungen manifestierenden, virtuellen Kontexten angelegt sind und sich so vermeintlich auf die Realität übertragen. Diese ikonische Festigung des Ichs findet sich vor allem in dem auf Zeichen und Images beruhenden »Shoppinglifestyle«, dessen umfassende Zuschreibungs- und Auswahlstruktur letztlich ein individuelles Einpassen in diese globalisierte Logik ist.

Obwohl diese Zuschreibung negativ konnotiert erscheint, ist die Instabilität des Selbst ein Grundelement menschlicher Existenz. In dieser Instabilität finden sich gleichzeitig die Impulse für Wachstum, Wissen und Verständnis. Die virtuelle Romantik ist nicht deswegen als problematisch zu sehen, weil sie unterschiedliche Ich-Konfigurationen in einer vereinfachten Konsumlogik anbietet, sondern weil zum einen in ihr die Sinnstiftung und die Schaffung von Kontexten der Tendenz nach ausschließlich auf das Individuum beschränkt sind. Und zum anderen darin, dass sie wesentlich von perfekten Bildern geprägt ist, deren Kombination mit anderen Kontexten immer weniger gegeben ist, da ihre Künstlichkeit und ihre historische Begrenztheit nicht mehr erkannt werden. Das ist als große Gefahr zu sehen: dass Fragmente von virtuellen Kontexten nicht mehr auf ihren Sinngehalt hinterfragt werden, da sie konstituierende

9 Zitat in: Spitz, Markus Oliver: *Erfundene Welten, Modelle der Wirklichkeit*, S. 14.

Teile eines eigenen Weltbildes – und damit Selbstbildes – geworden sind, und somit eine allgemeine Erstarrung einsetzt.

Damit dürfte die Bedeutung des Ichs und des Selbst für die Frage nach der Kontextualisierung im medialen Zeitalter deutlich geworden sein. Kontexte entstehen in Weltbildern und können nur von einem mit diesen Strukturen verbundenen Selbst nachvollzogen werden. Die virtuellen Kontexte und mit ihnen die realen Kontexte können demnach nicht ohne eine Erweiterung des Betrachtungsrahmens und die Einbeziehung der mentalen Relationen verstanden werden.