

Goffman mediatisieren

Über das Zusammenspiel von Vorder- und Hinterbühne in digitalisierten Praktiken

Stefan Laube

1. EINLEITUNG

Eines der weniger bekannten Werke der Fotografin Annie Leibovitz trägt den Titel *US Attorney John Ashcroft*.¹ Dieser Titel ist raffiniert gewählt: Er suggeriert, dass es sich um ein Portrait handelt, Portraits, wie sie Leibovitz vielfach geschaffen hat. Doch der Titel des Werks führt in die Irre. Im Zuge eines offiziellen Fototermins, der im Amtsgebäude des ehemaligen US-Generalstaatsanwalts John Ashcroft stattfand, fotografierte Leibovitz diesen nicht wie vorgesehen vor dem weißen Hintergrund für Presseaufnahmen. Auf der Aufnahme ist Ashcroft nur eine Randfigur, denn zwei Drittel nehmen eine Reihe unaufgeräumter Requisiten (Stühle, Lampen, elektrische Kabel usw.) ein, eine im Eck verstaute, halb zusammengerollte US-Flagge sowie ein Agent des Secret Service, der den Generalstaatsanwalt nicht aus dem Blick lässt.

Für die Soziologie ist diese Aufnahme zunächst einmal deshalb von Interesse, da die Fotografie eines ihrer bekanntesten Konzepte mit den Mitteln der Kunst in Szene setzt: Erving Goffmans Unterscheidung von Vorder- und Hinterbühne. Die Verwendung dieser beiden Bühnenbegriffe macht unmittelbar deutlich, weshalb der Theorieansatz ihres Schöpfers als »dramaturgisches Modell« oder als »Theatermetapher des Sozialen« bezeichnet wurde. In Goffmans dramaturgischem Modell übernehmen Hinterbühnen eine ganz charakteristische Funktion: Sie dienen zur Vorbereitung und Aufrechterhaltung der Darstellung auf der Vorderbühne. Es handelt sich in Goffmans (2000: 113) Worten um »Inszenierungshilfen«, die durch »Wahrnehmungsschranken« (ebd.: 109) von den Vorderbühnen getrennt sind. Leibovitz lässt diese sonst so

1 | Neben dem Herausgeber danke ich Thomas Scheffer und Katja Schönlán für hilfreiche Kommentare zu früheren Versionen dieses Aufsatzes.

stabile Trennung zwischen Vorder- und Hinterbühne kollabieren. Sie porträtiert nicht nur die designierte Vorderbühne (Ashcroft vor dem weißen Hintergrund), sondern zeigt die normalerweise unsichtbar bleibende Hinterbühne. Noch aufschlussreicher an dem Bild von Leibovitz ist aber, dass es in Szene setzt, was die Soziologie lange Zeit ausgeblendet hat: die nicht-menschlichen Teilnehmer des Sozialen. Die von Leibovitz porträtierte Hinterbühne umfasst nicht nur menschliche Akteure (den Secret Service-Agenten), sondern auch eine Reihe nicht-menschlicher Artefakte und Materialien: Stühle, Lampen, Kabel, Flaggen.

Der vorliegende Beitrag nimmt die Präsenz dieser und anderer Artefakte ernst. Er fragt danach, wie technologische Artefakte und im Speziellen bildschirmbasierte Kommunikationsmedien zum Zusammenspiel von Vorder- und Hinterbühnen beitragen. Die Relevanz dieser Fragestellung ergibt sich unmittelbar aus der fortschreitenden gesellschaftlichen Mediatisierung (Krotz et al. 2014), einem Prozess, in dem Informations- und Kommunikationsmedien zunehmend alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens durchdringen. Die Hinterbühnen von heute sind nicht mehr vornehmlich durch Türenkliniken mit Vorderbühnen verbunden, sondern durch Tastaturen und Bildschirme. Man denke an Telefon und Mobiltelefon, an onlinebasierte Interaktion oder an die Kombination aus beidem. Die Frage, die mit dieser Entwicklung im Raum steht, ist, inwieweit Goffmans Begriffe der Vorder- und Hinterbühne der zunehmenden Präsenz von Kommunikationsmedien gerecht werden (können). In diesem Beitrag möchte ich zeigen, dass sie diese Leistung durchaus erbringen können: Goffmans Theorie der Interaktionsordnung kann diesbezüglich von einer Soziologie der Praktiken profitieren und umgekehrt.

Theorien sozialer Praktiken bilden keine einheitliche Sozialtheorie, sondern »eher ein Bündel von Theorien mit Familienähnlichkeit« (Reckwitz 2003: 283). Gerade ihre Vielfalt und Heterogenität sind eines ihrer identitätsstiftenden Merkmale (siehe dazu auch Laube/Schönian 2013) sind. Schmidt (2012: 31) plädiert angesichts dieser Vielfalt dafür, Theorien sozialer Praktiken als eine spezifische Forschungshaltung zu interpretieren und (nicht nur) als ein Theorieangebot. Ein Schwerpunkt dieser Forschungshaltung ist die Materialität des Sozialen, wie sie in der Beteiligung des Körpers und von Artefakten im Vollzug von Praktiken zum Ausdruck kommt (Reckwitz 2003: 290ff.; Schatzki 2010).² Diese Schwerpunktsetzung regt dazu an, das bei Goffman bereits angelegte Interesse für den Vollzug der Verbindungen zwischen Vorder- und Hinterbühne in Bezug auf Kommunikationsmedien (und andere Artefakte) zu erweitern

2 | Mögliche Erweiterungen der Fokussierung auf den situierten Vollzug von Praktiken sind Gegenstand jüngster Diskussionen. Ich schlage in diesem Zusammenhang den Begriff der »composition« vor, um zu untersuchen, »how a practice makes itself recognizable and how it differs and transforms across diverse settings« (Laube i.E.).

und zuzuspitzen. Goffman analysiert facettenreich die kulturellen Normen der Theatralik auf Vorder- und Hinterbühnen. Die Rollen, die Materialien, Medien und Technologien dabei spielen, bleiben bei ihm aber ein Randthema (Pinch 2010). Die praxistheoretische Forschungshaltung rückt dieses Goffman'sche Randthema ins Zentrum der Aufmerksamkeit: Wie tragen technologische Artefakte und im Speziellen bildschirmbasierte Kommunikationsmedien zum Zusammenwirken von Vorder- auf Hinterbühne bei? Was tun sie, um die für eine Praktik relevanten Bezüge von einer auf die andere Bühne zu tragen? Und welches Können verlangen diese Dinge von den menschlichen Teilnehmern dieser Bühnen ab?

Der vorliegende Beitrag widmet sich diesen Fragen nicht nur in Form einer theoretischen Reflexion, sondern anhand ethnografischer Materialien zur Arbeitstätigkeit im Call-Center und im Finanzhandel.³ Dies scheint mir ein angemessener Weg, um einerseits zu zeigen, wie Teletechnologien Vorder- und Hinterbühnenaktivitäten verzahnen, und andererseits eine Revision der theoretischen Grundannahmen Goffmans durchzuführen. Die Diskussion nimmt dabei folgenden Verlauf: Zunächst rekapituliere ich Goffmans Charakterisierung von Vorder- und Hinterbühne und verorte diese im Kontext einer praxistheoretischen Forschungshaltung. Gleichzeitig stelle ich die Frage, inwieweit Goffmans Konzeptualisierung hinsichtlich der zunehmenden Präsenz von Kommunikationstechnologien erneuerungsbedürftig ist. Anschließend kontrastiere ich zwei Fälle der technologisch-materiellen Gestaltung einer Vorder-/Hinterbühnen-Konstellation. Der erste Fall stammt aus der Arbeitswelt der Call-Center. Im Call-Center gehört neben ein bis zwei Bildschirmen, die u.a. personenbezogene Daten von Telefonkunden visualisieren, ein Multifunktionstelefon zur Grundausstattung jedes Mitarbeiters. Ich zeige, wie das Telefon und dessen Aneignung seitens der Call-Center-Mitarbeiter den Wechsel zwischen Vorderbühne (Interaktion mit dem Anrufer) und Hinterbühne (Interaktion mit den Kollegen im Call-Center) mitbestimmen. Der zweite Fall stammt aus dem Bereich des professionellen Finanzhandels. In Finanzhandelsräumen (*Trading Rooms*), wie sie Investmentbanken und Finanzhandelsunternehmen betreiben, ermöglichen Bildschirmtechnologien die Teilnahme

3 | Die ethnografischen Materialien stammen aus zwei verschiedenen Forschungsprojekten: Ein Projekt inkludierte mehrmonatige Feldforschung des Autors in einem Call-Center, das andere mehrmonatige Feldforschung in einem Finanzhandelsraum. Diese Feldforschungen führten zu einer für die Ethnografie charakteristischen Kombination verschiedener Datenformate: einerseits von Feldnotizen des Ethnografen, die die Äußerungen, Gespräche und Handlungen der Teilnehmer genauso wie deren Materialien und Artefakte beschreiben, andererseits von Interviewtranskripten und Transkripten der Händleräußerungen im Finanzhandelsraum. Für detaillierte Beschreibungen siehe Egger de Campo und Laube (2008) und Laube (2005; 2012; 2016).

am Vorderbühnengeschehen (am Markt), ohne dass die Marktteilnehmer körperlich oder gar telefonisch auf dieser Vorderbühne auftreten müssen. Durch diese symbolische und körperliche Entkoppelung von Vorder- und Hinterbühne ergeben sich neue Möglichkeiten und Anforderungen hinsichtlich des Prozessierens des Vorderbühnengeschehens. Ich verdeutliche diese am Beispiel des Ausdrucks von Emotionen im Trading Room.

2. GOFFMAN ALS SOZIOLOGE SOZIALER PRAKTIKEN

Vorbild für Goffmans Soziologie ist die Welt des Theaters. In Theaterhäusern kann das Publikum nur die ihm zugewandte Seite der Bühne, die Vorderbühne, wahrnehmen, während die Umbauarbeiten auf der Hinterbühne verborgen bleiben. Auf der Hinterbühne

»können Kostüme und andere Bestandteile der persönlichen Fassade auf Fehler überprüft und korrigiert werden. Hier kann das Ensemble, wenn keine Zuschauer da sind, seine Vorstellung proben und sie auf Anstoß erregende Eindrücke hin kontrollieren. Hier können die schwächeren Ensemblemitglieder, die im Ausdruck ungeschickt sind, trainiert oder aus der Besetzungsliste gestrichen werden. Hier kann sich der Darsteller entspannen; er kann die Maske fallen lassen, vom Textbuch abweichen und aus der Rolle fallen« (Goffman 2000: 104-105).

Wohlgemerkt: Goffman geht es hier nicht darum zu zeigen, wie die Dinge »wirklich« sind. Zwar können Darsteller auf der Hinterbühne aus der Rolle fallen, sich entspannen und die Maske fallen lassen. Entscheidend ist aber, dass dies alles Trainings-, Vorbereitungs- und letztlich Optimierungsleistungen für die Aufführungen auf der Vorderbühne sind. Hinterbühnen sind bei Goffman keine inszenierungsfreien Zonen, sondern »Inszenierungshilfen« (Goffman 2000: 113). Außerdem sind Hinterbühnen immer auch potenzielle Vorderbühnen: Entgleisungen gegenüber Kunden/Klienten/Publikum können (gezielte) Darstellungen sein, die das eigene Ansehen und die Solidarität unter Kollegen auf der Hinterbühne fördern.

Goffmans Soziologie hat damit bereits eine deutliche praxistheoretische Neigung. Mit ihr lässt sich soziologisch erfassen, wie Vorder- und Hinterbühnen soziale Aktivitäten miteinander im Vollzug verknüpfen. Vorder- und Hinterbühnen sind aus dieser Perspektive nicht zwei separierte Welten (die eine inszeniert, die andere wahrhaftig), sondern zwei Modi des Prozessierens einer durch und durch inszenierten Welt. Mit Goffman lässt sich besonders gut zeigen, dass Teilnehmerbezüge zwischen Vorder- und Hinterbühnen transferiert werden (können). Diese Transfermöglichkeit stabilisiert soziale Aktivität in einzelnen Situationen, aber auch über einzelne Situationen hinweg.

Vor diesem Hintergrund erscheinen auch die Grenzen zwischen Vorder- und Hinterbühne weniger als Trennungen, sondern als Übergänge und Anbindungen. Diese Übergänge schaffen gleichzeitig gesellschaftliche Zonen der Zugänglichkeit und Unzugänglichkeit, der Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit. So arbeitet Goffman heraus, dass die Passage zwischen Vorder- und Hinterbühne in vielen Bereichen einen speziellen Teilnehmerstatus voraussetzt und sozial kontrolliert wird. Diese Kontrolle können menschliche Akteure ausüben, etwa ein Portier oder Sicherheitsmann, der die Passage zwischen dem öffentlich zugänglichen Teil eines Gebäudes und seinen privaten Bereichen überwacht. Kontrolliert wird der Zugang zur Hinterbühne aber auch durch materielle »Wahrnehmungsschranken« (Goffman 2000: 109). Bei Goffman sind diese Artefakte in erster Linie verschiedene Arten von Türen, aber auch Wände oder Zugangswege (Goffman 2000: 109, 110, 105).⁴

Goffman verweist mit diesen Beschreibungen allerdings nur implizit darauf, dass die Art der materiellen Verbindung zwischen Vorder- und Hinterbühne mitbestimmt, wie Teilnehmerbezüge zwischen den Bühnen transferiert werden (können). Ob der Durchgang zwischen dem Gastraum und der Küche eines Restaurants mit einer normalen Türklinke oder einer Tret-Tür geöffnet werden kann, macht einen erheblichen Unterschied hinsichtlich der Kontrolle des Übergangs von Vorder- und Hinterbühne (Goffman 2000: 109). »If nothing else«, folgert Pinch (2010: 423), »there is something to be learned from Goffman in terms of how the interaction order is materially staged«. Aus Sicht einer praxistheoretischen Forschungshaltung geht das Lernpotenzial aber noch weiter. Mit Hilfe einer Soziologie der Praktiken lässt sich explizieren und analytisch zuspitzen, was bei Goffman implizit bleibt: Wie tragen Artefakte und im Speziellen Kommunikationsmedien dazu bei, die im Rahmen einer Praktik relevanten Bezüge von einer auf die andere Bühne zu transferieren?

Eine Frage, die sich dabei mitstellt, ist, inwieweit hochmediatisierte Interaktionsbereiche überhaupt noch allen Grundannahmen der Goffman'schen Theorie der Interaktionsordnung entsprechen. Was anfangen mit Goffmans Überlegungen angesichts von Tätigkeiten wie denen im Call-Center, wo die Verbindung von Vorder- und Hinterbühne durch das Telefon/den Bildschirm vollzogen wird? Wie aufschlussreich sind Goffmans Theorien für den Finanzhandel, wenn dort doch nicht einmal mehr telefonisch agiert wird, sondern nur über Bildschirme? Diesbezügliche Überlegungen wurden etwa von Knorr Cetina (2009) angestoßen. Sie hinterfragt unter anderem Goffmans Grundan-

4 | Nur am Rande und als Sonderfall erwähnt Goffman (2000: 110) ein Beispiel für eine kommunikationstechnologische Koppelung von Vorder- und Hinterbühne, nämlich Radio- und Fernsehmoderatoren, die unabsichtlich auf Sendung geschaltet werden und dann Dinge sagen oder tun, die nicht für Augen oder Ohren der Rezipienten bestimmt sind.

nahme, dass sich soziale Interaktion auf die körperliche Ko-Präsenz der Interaktionsteilnehmer stützt. Zunehmend visualisieren Bildschirmmedien die für Situationsteilnehmer relevanten Informationen, lösen damit Face-to-Face-Interaktionen ab oder ergänzen diese durch Face-to-Screen-Interaktionen. Die Goffman'sche Konzeption von Situation als räumlichem Zusammentreffen von körperlich anwesenden Akteuren erscheint vor diesem Hintergrund fraglich. Statt mit vermeintlich natürlichen Situationen haben wir es heutzutage vermehrt mit »synthetischen Situationen« (Knorr Cetina 2009) zu tun. In diesen synthetischen Situationen ersetzen oder ergänzen Kommunikations- und Informationsmedien unsere Interaktion von Angesicht zu Angesicht. Sie übermitteln Textbotschaften, Interaktionsbeiträge und Transaktionsaufforderungen, ohne dass die menschlichen Teilnehmer körperlich an einem Ort anwesend sein müssen. Außerdem leisten sie etwas, das für die Fragestellung dieses Beitrags von unmittelbarem Interesse ist: Sie stellen eine neuartige Variante der Vorderbühne dar, einer Vorderbühne, auf der Tätigkeiten medial inszeniert werden können, ohne dass die Teilnehmer körperlich auf ihr anwesend sein müssen.

3. VORDER- UND HINTERBÜHNEN IN DIGITALISIERTEN PRAKTIKEN

Der Hinweis auf die zunehmende Relevanz synthetischer Situationen nährt die Vermutung, dass die telefonisch-bildschirmbasierte Kommunikation zwischen Call-Center-Kunden und -Mitarbeitern und besonders der bildschirmbasierte Finanzhandel der Goffman'schen Konzeption von Vorder- und Hinterbühne ein Stück weit entwachsen sind. Mit Ausblick auf die im Folgenden analysierten beiden empirischen Fälle möchte ich deshalb folgende Arbeitsannahmen formulieren:

(a) *Hinterbühnen, die nur durch einen Knopfdruck von Vorderbühnen getrennt sind, sind zunehmend Alltagsszenarien.* Goffmans Vorder-/Hinterbühnenmodell impliziert die unmittelbare körperliche Ko-Präsenz von Anwesenden, aus der sich die Teilnehmer entziehen können, indem sie sich körperlich in eigene Hinterbühnenräume begeben. Ein klassisches Beispiel sind Pausenräume, in denen Servicekräfte sich über ihre Kundschaft aufregen und sich lustig machen. In Settings wie dem Call-Center aber stellen die Akteure Anwesenheit nicht über körperliche Ko-Präsenz her: Ihre Anwesenheit wird telefonisch vermittelt und auf Seite der Call-Center-Mitarbeiter durch kundenbezogene Daten am Bildschirm hergestellt. Technologische Kommunikationsmedien gestalten die Passage zwischen Vorder- und Hinterbühne aktiv mit. Sie ermöglichen Bühnenwechsel per Knopfdruck.

(b) *Hinterbühnen sind zunehmend Hilfen zur Prozessierung von Vorderbühnen am Bildschirm.* Hinterbühnen sind bei Goffman auf die Arbeit an der Vorbereitung und Aufrechterhaltung von Darstellungen auf den Vorderbühnen ausgerichtet. Was passiert aber, wenn Vorderbühnen gänzlich auf Bildschirme migrieren? Einen solchen Fall liefert der Finanzhandel, in dem Bildschirm-Händler-Konstellationen den früheren Rufhandel (»Parketthandel«) abgelöst haben. Im Finanzhandelsraum von heute wird die Anwesenheit der Marktteilnehmer nicht durch die körperliche Ko-Präsenz der Händler hergestellt. Finanzbildschirme visualisieren das gesamte Vorderbühnengeschehen des Marktes, das in erster Linie von Preisfluktuationen, Handelstransaktionen und News bestimmt wird. Auf diese Weise entstehen neue Möglichkeiten und Anforderungen des Prozessierens des Vorderbühnengeschehens auf der Hinterbühne: das Ausleben und Darstellen von Emotionen als (neuer) Bestandteil der Marktbeobachtungskompetenz von Finanzhändlern.

3.1 Call-Center-Inszenierungen: Bühnenwechsel per Knopfdruck

»Also bei uns ist es so, wir sind keine reine Bestellannahme, sondern es geht um die gesamte *Kundenbeziehung*, auch um *Kundenbindung*. Die Agents müssen hier schon eine kommunikative Fähigkeit besitzen.« Diese Aussage stammt aus einem Interview mit der Geschäftsführerin eines Call-Centers. Sie verdeutlicht, dass von Call-Center-Mitarbeitern (»Agents«) vor allem erwartet wird, dass sie auf alle Anrufer eingehen und jeden Einzelfall individuell betreuen. Was dabei ungesagt bleibt, ist, dass die Anrufe auch nach rigiden zeitlichen und ökonomischen Effizienzvorstellungen abgewickelt werden sollen. Den Mitarbeitern wird die Anzahl der sich in der Warteschleife befindlichen Anrufer auf dem Telefondisplay angezeigt und es wird überwacht, wie lange sie für Gespräche brauchen. Produktivitätssteigerungen werden von Call-Center-Managern in der Einsparung von Sekunden kalkuliert.

Zum Problem für die Teilnehmer werden diese widersprüchlichen Anforderungen dann, wenn Telefonkunden aus dem Raster der Effizienzerwartungen des Unternehmens herausfallen: wenn sie nicht in der Lage sind, Kunden- oder Artikelnummern zu übermitteln (der Kunde ist betrunken, spricht unzureichendes Deutsch o.Ä.), wenn sie zeitaufwendige Sonderwünsche formulieren oder ihre Beschwerden wütend und schreiend vorbringen.

In solchen Fällen, die im untersuchten Call-Center tageszeitenabhängig etwa ein Drittel aller Telefonate ausmachen, stellt der Wechsel von der Vorder- zur Hinterbühne und wieder zurück einen Weg für die Agents dar, die widersprüchlichen Anforderungen der Call-Center-Arbeit zu kompensieren. Die von der Geschäftsführung formulierte Erwartung, alle Kunden kommunikativ auf der Vorderbühne zu »binden« und stellvertretend für das Unternehmen die

»Beziehung« aufrechtzuerhalten, ist ohne diese Bühnenwechsel nicht einzulösen.

Entscheidenden Anteil an diesen Bühnenwechseln hat das Telefon. Das betrifft zunächst die telefonspezifischen visuellen »Wahrnehmungsschranken« (Goffman 2000: 109). Wenn Call-Center-Mitarbeiter mit Kunden telefonieren, stellen die Stimme und das Gehör das Medium der Kommunikation auf der Vorderbühne dar, während sich der Körper der Agents gleichzeitig auf der Hinterbühne befindet, dort aber für den Kunden nicht beobachtbar ist. Diese Modalität der Trennung zwischen Vorder- und Hinterbühne erlaubt den Einsatz einer Vielzahl an nonverbalen Hinterbühnenaktivitäten. Manche Agents haben die Schuhe ausgezogen, die Füße auf dem Tisch, füllen während des Gesprächs Formulare aus, die noch mit dem vorhergehenden Gespräch zu tun haben, reichen Kollegen Formulare weiter, die deren Telefonkunden betreffen, und entsprechen so gar nicht dem Vorderbühneneindruck, den sie mittels ihrer Stimme beim Kunden erwecken. Gesteigert wird dies noch durch gegen Kunden gerichtete Gesten, die von jedem Call-Center-Mitarbeiter zweifelsfrei gedeutet werden können: Dem Kunden wird ein Vogel gezeigt, der Agent verdreht demonstrativ die Augen oder formt lautlos eindeutige Schimpfworte mit den Lippen, die Agents grinsen sich gegenseitig wissend an. Die Hinterbühne des Call-Centers wird also nicht nur von Solisten bespielt, sondern durchaus auch unter Miteinbeziehung der versammelten Kollegenschaft. Mit anderen Worten: Im Call-Center ist die Hinterbühne der Agent/Kunden-Interaktionen stets die Vorderbühne der Agent-zu-Agent Interaktion.

Das Telefon erlaubt den Teilnehmern aber noch mehr als nonverbale Mitteilungen: Durch Betätigung der Lautlos-Taste kann eine zusätzliche Wahrnehmungsschranke aktiviert, die eigene Stimme für den Kunden unhörbar gemacht und auf die Hinterbühne geholt werden. Hier kann sie sich unbemerkt von Kunden an Kollegen richten. Die Teilnehmer selbst nennen diese auf der Lautlos-Taste basierende Technik »Kunden wegschalten«. Selbstverständlich sollen Kunden nicht merken, dass sie »weggeschaltet« werden, was verlangt, dass die Call-Center-Mitarbeiter die Lautlos-Taste im richtigen Moment betätigen. Nicht immer gelingt es, rechtzeitig wieder beim Kunden zu sein, und so werden gelegentlich Ausreden bemüht, mit denen die Teilnehmer ihren verspäteten Auftritt auf der Vorderbühne rechtfertigen. Sätze wie »Hatten Sie jetzt auch eine Unterbrechung?« oder »Entschuldigung, ich glaube, jetzt war die Verbindung kurz weg« werden dann unterstützend eingesetzt. Ist der Umgang mit der Lautlostaste einmal erlernt, wird sie gerne benutzt, um sich der »Sprache der Hinterbühne« (Goffman 2000: 117) in eindeutiger Weise zu bedienen. Einen Eindruck davon, wie diese Hinterbühnensprache im Call-Center klingt, vermittelt die folgende Feldnotiz:

Ein weiblicher Agent versucht einige Minuten lang vergeblich, eine aufgebrachte Kundin davon zu überzeugen, ihr zuzuhören. Der Agent rollt mit den Augen, nimmt abwechselnd stehende und sitzende Positionen ein, schüttelt ungläubig den Kopf und blickt, begleitet von Schulterzucken, hilfeschend um sich. Als sie meinen Blick bemerkt, betätigt sie die Lautlos-Taste und schildert aufgebracht ihre Lage, indem sie sich direkt an mich wendet, ihre Einschätzung der Anruferin aber mit so lauter Stimme verkündet, dass es für alle anwesenden Call-Center-Mitarbeiter hörbar ist: »Ist das eine beschissene Kuh!«.

Diese Feldnotiz verdeutlicht besonders einen Aspekt: Die Errichtung der Barriere zur Vorderbühne nutzen die Telefonarbeiter dazu, sich auf der Hinterbühne abfällig über Kunden zu äußern und damit andere »Ensemblemitglieder« (Goffman) miteinzubeziehen. Dabei kann es, wie in der Feldnotiz, um den Beistand und die Zeugenschaft von Kollegen gehen, aber auch um die Anforderung von instrumenteller Hilfe im Umgang mit Kunden.

Die Lautlos-Taste nutzen die Teilnehmer oft in Kombination mit einer zweiten Taste: der Lautsprecher-Funktion. Es geht dann nicht nur um einen temporären Rückzug des Call-Center-Mitarbeiters auf die Hinterbühne, sondern darum, den Kunden ohne dessen Wissen auf der Hinterbühne anwesend zu machen. Wenn Mitarbeiter im Call-Center »Kunden auf Lautsprecher schalten« (Teilnehmerausdruck), hören die anderen hin, weil sie wissen, dass es sich um einen besonderen Kunden handelt, etwa einen hysterischen, betrunkenen, wütenden oder schreienden Anrufer. Somit werden Kollegen zu Beteiligten, zu Voyeuren auf Einladung, die die Szene mit Genuss mitverfolgen, während der Kunde nicht selten zum Objekt des Spotts wird:

Um den Arbeitsplatz einer Kollegin hat sich eine Gruppe von mehreren Call-Center-Mitarbeitern gebildet. Die Kollegin hat einen Kunden auf Lautsprecher geschaltet, der Damen-Unterwäsche bestellen will, aber nicht genau sagen kann, welchen Artikel, da er angeblich keinen Katalog hat. Die Kollegin blättert gemäß der Aufforderung des Kunden den Versandkatalog durch, während der Kunde seine Vorstellungen des Artikels beschreibt. »Für meine Freundin soll sie sein und mit Spitze«. Der Kunde entscheidet sich für keinen der vorgeschlagenen Artikel, sondern fordert schließlich die Kollegin auf, ihm solche Slips zu schicken, die sie auch selbst gerne trägt. Die umstehenden Agents amüsieren sich prächtig über den Anruf, geben Kommentare ab und wechseln kurze Sätze mit der telefonierenden Kollegin, die zu diesem Zweck immer wieder die Lautlos-Taste drückt. Schließlich legt der Anrufer auf ohne etwas bestellt zu haben und es folgt ein Gespräch über einen »perversen« Kunden mit »Sonderwünschen«.

Auch diese Feldnotiz zeigt, dass das Auf-Lautsprecher-Schalten von Kunden dazu genutzt wird, die anderen Kollegen zu involvieren. Der Hinterbühnen-Talk der telefonierenden Mitarbeiterin wird zur Vorderbühnen-Show für die

Kollegen. Indem der Kunde für die anwesenden Kollegen hörbar gemacht wird, werden die anderen Agents zu Vertrauten und Zeugen zugleich. Zusätzlich wird die Eröffnung eines abfälligen oder zynischen Wortwechsels über den Kunden erleichtert, der unmittelbar nach dem Ende des Telefonates stattfinden kann.

Aus Sicht einer praxistheoretisch informierten Forschungshaltung ist der Vollzug des Wechsels zwischen Vorder- und Hinterbühne im Call-Center ganz grundlegend vom Telefon abhängig. Das Telefon ist hier weder Beiwerk noch ein Requisit der Interaktion, sondern ein voraussetzungsreicher und gestaltender Teilnehmer der Praktik der telefonischen Kundenbetreuung. Voraussetzungsreich ist dieser Teilnehmer deshalb, da die entsprechende Kompetenz im Umgang mit den einschlägigen Tasten des Telefons erst angeeignet werden muss, damit sie auch so eingesetzt werden können, dass Telefonkunden davon nichts bemerken. Erst bei entsprechender Meisterschaft im Umgang mit Lautlos- und Lautsprecher-Taste erweist sich die auf lautlos geschaltete Hinterbühne als Inszenierungshilfe im Sinne Goffmans. Als solche dient sie dann dazu, die widersprüchlichen Anforderungen der Dienstleistungsarbeit im Call-Center zu kompensieren und den Eindruck individueller Kundenbetreuung aufrecht zu erhalten – immer dann, wenn sich Anrufer als Herausforderung für mehr als einen Call-Center-Mitarbeiter erweisen.

3.2 Im Trading Room: Hinterbühnenöffentliches Prozessieren einer Vorderbühne am Bildschirm

Hinterbühnen sind nach Goffman auf die Arbeit an der laufenden Vorbereitung und Aufrechterhaltung von Darstellungen auf der Vorderbühne gerichtet. Das trifft auch auf die telefonischen Wahrnehmungsschranken im Call-Center zu, die den Call-Center-Mitarbeitern schnelle und routinierte Bühnenwechsel ermöglichen. Was aber passiert, wenn Vorderbühnen gänzlich auf Bildschirm migrieren und sich von Hinterbühnen entkoppeln? Wie verändert eine derartige Transformation die in Frage stehende Tätigkeit?

Einen solchen Fall liefert der Finanzhandel, in dem Bildschirm-Händler-Konstellationen den früheren Rufhandel (»Parketthandel«) abgelöst haben. Im Parketthandel wurden Kauf- und Verkaufsgebote von Angesicht zu Angesicht vollzogen. Händler riefen einander Gebote zu, und mit jeder Transaktion, die auf diese Weise getätigt wurde, veränderte sich der Preis der gehandelten Wertpapiere und damit der Wert der von den Händlern gehaltenen Wertpapiere, d.h. ihre *Position im Markt*. Im Trading Room stehen sich die miteinander handelnden Teilnehmer nicht mehr von Angesicht zu Angesicht auf einem Handelsparkett gegenüber, sondern sind räumlich und körperlich separiert. Die Banken und Handelsunternehmen, die sie beschäftigen, betreiben Handelsräume, in denen ausschließlich unternehmenseigene Händler sitzen.

Im unmittelbaren Blickfeld jedes Händlers befinden sich mindestens vier, manchmal bis zu sechs Bildschirme. Diese Bildschirme visualisieren alle für den Vollzug des Handels relevanten Informationen (Preise, Wirtschaftsnews, eigene Positionen im Markt u.a.) und ermöglichen die Abwicklung von Transaktionen ohne Telefonate oder Treffen mit der geschäftlichen Gegenseite.⁵

Diese Transformation hat mehrere räumliche Auswirkungen. Beispielsweise trennt die nun eingesetzte Teletechnologie Kauf- und Verkaufsgebote vom Körper und der Stimme der sie tätigenden Marktteilnehmer und kappt damit eine soziale Quelle der Marktbeobachtung (Zaloom 2003). Auch ergänzen solche Bildschirmsysteme Netzwerke persönlicher Beziehungen als Basis erfolgreichen Handels. Wichtig ist nun nicht mehr der persönliche Kontakt der gegnerischen Händler, sondern die Vertrautheit mit den Marktvisualisierungen am Bildschirm (Knorr Cetina 2003). Für den vorliegenden Beitrag entscheidend ist, dass jene Aktivitäten, die im Rufhandel vorderbühnenöffentlich vollzogen wurden, nun von Bildschirmen vermittelt und visualisiert werden. Diese Bildschirme verleihen dem Markt nicht nur eine neue Morphologie. Sie koppeln das Handelsraumgeschehen in einer neuartigen Weise an die Vorderbühne des Marktes und schaffen damit auch neue Anforderungen und Möglichkeiten der Verarbeitung des Marktgeschehens und der Vorbereitung möglicher Markttransaktionen. Mit anderen Worten: Sie transformieren den Handelsraum in eine ausgedehnte kollektive Hinterbühne, auf der im Vergleich zum Parketthandel gänzlich andere Normen der Ausdruckskontrolle gelten.

Veranschaulichen lässt sich dies am geänderten Status von Emotionen im Finanzhandel. Der folgende Ausschnitt stammt aus einem Gespräch mit einem Händler, der beide Formen, sowohl den Parketthandel, als auch den bildschirmbasierten Handel miterlebt hat:

SL: Sind Emotionen früher im Rufhandel stärker zum Ausdruck gekommen?

H: Nein, ich glaube nicht. Heute gibt es mit Sicherheit fast mehr Emotionen, wenn ein Händler mit einer Position schief liegt. Nur heute sitzt er in seinem Handelssaal und nur seine eigenen Kollegen bekommen das mit. Früher, wenn einer eine Enttäuschung erlebt hat, weil er einen Fehler gemacht hat, hat es oft auch die Konkurrenz gleich mitbekommen.

SL: Und das war vermutlich nicht von Vorteil.

H: Mit Sicherheit nicht. Händler haben dann eher versucht, ihre Emotionen zu verbergen.

5 | Wenn, dann folgen persönliche Treffen den anonymen, bildschirmvermittelten Handelsbeziehungen nach, oft zu viel späteren Zeitpunkten.

Die Analogie zum Pokerspiel bietet sich an. Während früher ein Pokerface aufgesetzt werden musste, um verräterische Gefühle zu verbergen, haben es die heutigen Händler nicht mehr nötig, ihre emotionalen Reaktionen auf »schiefe«, d.h. verlustreiche, oder auch auf gewinnträchtige Positionen zu unterdrücken.

Gewinne und Verluste nicht mehr mimisch und gestisch verbergen zu müssen, ist eine keineswegs unbedeutende Verschiebung. Mit ihr einher geht eine grundlegende Transformation der Marktbeobachtungskompetenz der Teilnehmer. Diese Marktbeobachtungskompetenz umfasst ein ganzes Bündel an lokalen Praktiken der Aufmerksamkeit und Beobachtung, die u.a. den Einsatz und den Ausdruck der eigenen Emotionen voraussetzen.⁶ Besonders deutlich zeigen sich Emotionen im Prozessieren von Marktereignissen mittels Flüchen und Beschimpfungen des Marktes. Das Grundproblem des spekulativen Finanzhandels besteht darin, dass Preise nicht vorhersehbar sind und sich oft blitzartig und unerwartet entwickeln. Flüche treten vermehrt dann auf, wenn sich die aktuelle Preisentwicklung nicht mit der von Händlern erwarteten oder erhofften Entwicklung von Preisen deckt. Meistens handelt es sich bei den Flüchen um kurze Worte oder Phrasen wie »Scheiße!«, »Verdammt!«, »Fuck!« oder »Doof!«. Betrachten wir im Folgenden ein transkribiertes Stück des Handelsraumgeschehens. Im Mittelpunkt stehen Peter und Mike, die auf eine Preisänderung eines Index reagieren:

[F-DAX-Kurve am Monitor sackt nach unten]

Peter: ES FÄLLT WIEDER. ()=

Mike: Das versteh ich nicht. Der Markt fällt wie
ein Stück Scheiße. Fuck!

Peter: = GANZ DO::OF.

Mikes emotionale Äußerung »Das versteh ich nicht. Der Markt fällt wie ein Stück Scheiße. Fuck!« und auch Peters Fluch »GANZ DO::OF« adressieren und reflektieren die sich ändernde finanzielle Situation der Händler. Sie dienen dazu, die Konsequenzen des Marktereignisses einschätzbar zu machen. Für Peter und Mike ist das Absacken des Index eine sehr unerfreuliche Marktentwicklung. Beide Händler spekulieren auf einen Preisanstieg. Würde der Preis steigen, könnten sie ihre Positionen schließen, indem sie für einen höheren Preis verkaufen als sie investiert haben. Die Preisdifferenz könnten sie als Gewinn verbuchen. In dem Moment, indem der F-DAX mehrere Punk-

6 | Diese Marktbeobachtungskompetenz umfasst auch die Disziplinierung und Adaptierung des Körpers der Händler als Marktbeobachtungsinstrument (Laube 2012). Für eine umfassende Darstellung dieser und weiterer Facetten der Marktbeobachtungskompetenz im digitalisierten Finanzhandel siehe Laube (2016).

te verliert, verlieren auch die Positionen, die beide halten, an Wert. Dieser Wertverlust der Position versetzt Mike derart in Wut, dass er flucht (»Fuck!«). Peter macht seiner Enttäuschung durch den solidarischen Ausspruch »GANZ DO::OF« Luft.

Das Transkript zeigt neben dem Fluchen noch eine weitere Form der emotionalen Rekapitulation des Marktgeschehens. Es wird nicht nur geflucht, sondern der Markt wird auch zum Objekt von Beschimpfungen. So flucht Mike nicht nur, sondern spricht vom Markt als einem »Stück Scheiße«. Die Transparentmachung von Verlusten mittels Beschimpfung des Marktes ergänzt und erweitert das Spektrum der Darstellung instabiler, sich wandelnder Positionen der Händler im Markt. Beispiele, die ich während der Feldforschung gesammelt habe, sind: »Eiiih, du kotzt mich an!«, »Du Penner!«, »Ach leck mich doch, Fotzn-Dax« oder, wie im vorhergehenden Transkript, »Stück Scheiße«. Die Personifizierung des Marktes mit Schimpfnamen ist ein Ausdruck dessen, dass Händler finanzielle Verluste als vom Markt zugefügt verbalisieren.

Emotionen sind wesentlicher Bestandteil von Finanzhandelspraktiken. Die Verlegung der Vorderbühne auf die Bildschirme ermöglicht uneingeschränkte Solidaritätskundgebungen und Statusdarstellungen der Händlerkollegen auf der Hinterbühne. Gewinne und Verluste müssen aufgrund der fehlenden Präsenz von Marktgegnern nicht verborgen werden, sondern können vor den Kollegen inszeniert, bezeugt oder betrauert werden.⁷ Das hilft zum einen, die Performance einzelner Händler im Handelsraum transparent zu machen. Zum anderen liefern die Emotionen laufende Einschätzungen des Marktgeschehens, indem sie die Auswirkungen von Marktereignissen für die eigene Position im Markt reflektieren. Sie sind Teil dessen, was Händler »Gespür für den Markt« nennen, und werden von Händlern als hilfreich dabei gesehen, Transaktionsgelegenheiten zu identifizieren.⁸

7 | Finanzhändlern bleibt das ständige Code-Switchen zwischen der formellen Interaktion mit Kunden/Geschäftspartnern und der informellen Interaktion mit Kollegen, das Call-Center-Mitarbeiter leisten müssen, erspart.

8 | In Bezug auf die wirtschaftssoziologische Frage der Kompensation von Nicht-Wissen und Ungewissheit in Märkten legt dies nahe, dass diesbezügliche Techniken nicht nur auf formalisierten Marktanalysen beruhen, wie im Fall der Chartanalyse (Mayall 2006) oder der fundamentalen Markttheorie (Bruegger 1999: 69). Auch Emotionen stellen relevante Orientierungen für die Marktbeobachtung und das Markthandeln der Teilnehmer dar.

4. GOFFMAN MEDIATISIEREN

Goffmans Unterscheidung von Vorder- und Hinterbühne ist nach wie vor ein wertvolles Werkzeug der Gesellschaftsanalyse – vorausgesetzt man entwickelt sie weiter für eine Welt, in der Kommunikation und Interaktion in umfassender Weise von Technologien, Medien und Artefakten (mit)bestimmt werden. Die Hinterbühnen von heute sind längst nicht mehr nur durch Türen oder Wände von den Vorderbühnen getrennt. An ihren Passagen und Trennlinien wirken mittlerweile verschiedene Medientechnologien mit, vom eher traditionellen Medium Telefon bis zu neueren bildschirmbasierten Teletechnologien. Vor diesem Hintergrund leistet dieser Aufsatz einen Beitrag dazu, Goffman zu »mediatisieren«: Er rückt Bühnen-Teilnehmer in den Vordergrund, die bei Goffman nur als Nebendarsteller auftreten.

Besonders die Tendenz der Verlegung von Vorderbühnen auf Bildschirme kann für Studien kommunikationstechnologisch mediatisierter Interaktion aufschlussreich sein. Das in Finanzmärkten vorexerzierte Modell des Zusammenspiels von Vorder- und Hinterbühne wurde mittlerweile vielerorts importiert, sei es in der Praxis politischer Meinungsbildung (Twitter, Facebook), akademischer Selbstdarstellung (Academia.edu) oder der Partnersuche (Parship, Gayromeo). Sind Bühnenwechsel per Knopfdruck schon länger Alltagsszenarien, so wird es das hinterbühnenöffentliche Prozessieren bildschirmvermittelter Vorderbühnenaufführungen zunehmend werden.

Gleichzeitig muss betont werden: Den gesellschaftlich aufgewerteten Status von Medien und Artefakten soziologisch einzuholen ist eine Aufgabe, die weitaus mehr umfasst als der vorliegende Beitrag umzusetzen in der Lage ist. In diesem Sinn wurde Goffman hier bestenfalls ein Stück weit »mediatisiert«. Im Mittelpunkt dieses Beitrages standen Kommunikations- und Informationsmedien und die Wirkungen, die sie hinsichtlich des Vollzugs des Transfers von Vorder- und Hinterbühnen ausüben. Eine praxistheoretische Aneignung der Soziologie Goffmans kann aber zu einer Vielzahl an weiteren Fragestellungen in Bezug auf den sozialen Status des Materiellen anregen.

Eine dieser Fragen betrifft beispielsweise die materielle Ausstattung von Vorder-/Hinterbühnen. Aus praxistheoretischer Sicht wäre etwa das materielle Innere von Büroräumen nicht Kulisse, sondern eine Instanz, die die Relevanzen der Teilnehmer aktiv zwischen Vorder- und Hinterbühnen transferiert. In Bezug auf diese Frage wäre eine, an die Analyse von Büropraktiken (Schmidt 2012: 133-155) anschließende, vergleichende Untersuchung des materiellen Inneren diverser Hinterbühnen lohnend. Dabei besteht keine Notwendigkeit für einen Situationalismus, der sich auf einzelne Situationen und situative Vollzüge beschränkt. Vielmehr kann eine Soziologie der Praktiken auch trans-situativ rekonstruieren (Scheffer 2008), wie die Artefakte, Materialien und Medien jene Bezüge und Wissensobjekte, die im Rahmen einer

Praktik relevant sind (z.B. Preise oder Kundenprofile), von einer Bühne auf die andere tragen.

LITERATUR

- Bruegger, Urs (1999): *Wie handeln Devisenhändler? Eine ethnographische Studie über Akteure in einem globalen Markt*, Dissertation, Universität St. Gallen.
- Edger de Campo, Marianne/Laube, Stefan (2008): »Barrieren, Brücken und Balancen. Gefühlsarbeit in der Altenpflege und im Call-Center«, in: Österreichische Zeitschrift für Soziologie 2 (33), S. 19-42.
- Goffman, Erving (1983): »The Interaction Order«, in: American Sociological Review 48 (1), S. 1-17.
- Goffman, Erving (2000[1956]): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, München.
- Knorr Cetina, Karin (2003): »From Pipes to Scopes: The Flow Architecture of Financial Markets«, in: Distinktion. Scandinavian Journal of Social Theory 4 (2), S. 7-23.
- Knorr Cetina, Karin (2009): »The Synthetic Situation: Interactionism for a Global World«, in: Symbolic Interaction 32 (1), S. 61-87.
- Krotz, Friedrich/Despotovic, Cathrin/Kruse, Merle (Hg.) (2014): *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung*, Wiesbaden.
- Laube, Stefan (2005): »Der Kunde ist König, egal wie dumm er ist«. Professionelle und unprofessionelle Strategien der Gefühlsarbeit im Call-Center, Diplomarbeit, Universität Graz.
- Laube, Stefan (2012): »Im Takt des Marktes. Körperliche Praktiken in technologisierten Finanzmärkten«, in: Herbert Kalthoff/Uwe Vormbusch (Hg.), *Soziologie der Finanzmärkte*, Bielefeld, S. 265-284.
- Laube, Stefan (2016): *Nervöse Märkte. Materielle und leibliche Praktiken im virtuellen Finanzhandel*, Berlin.
- Laube, Stefan (i.E.): »White-Collar Bodywork: Practice-Centrism and the Materiality of Knowledge Work«, in: Michael Jonas et al. (Hg.), *Methodological Reflections on Practice Oriented Theories*, Dordrecht.
- Laube, Stefan/Schönian, Katja (2013): »Same, Same But Different. Review of EASST/4S Conference Track »Comparing and Connecting Concepts of Practice«, in: EASST Review 32 (1), S. 11-13.
- Mayall, Margery (2006): »»Seeing the Market«: Technical Analysis in Trading Styles«, in: Journal for the Theory of Social Behaviour 36 (2), S. 119-140.
- Pinch, Trevor (2010): »The Invisible Technologies of Goffman's Sociology: From the Merry-Go-Round to the Internet«, in: Technology and Culture 51 (2), S. 409-424.

- Reckwitz, Andreas (2003): »Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive«, in: Zeitschrift für Soziologie 32 (4), S. 282-301.
- Schatzki, Theodore (2010): »Materiality and Social Life«, in: Nature and Culture 5 (2), S. 123-149.
- Scheffer, Thomas (2008): »Zug-um-Zug und Schritt-für-Schritt. Annäherungen an eine trans-sequentielle Analytik«, in: Herbert Kalthoff/Stefan Hirschauer/Gesa Lindemann (Hg.), Theoretische Empirie. Zur Relevanz qualitativer Forschung, Frankfurt a.M., S. 368-398.
- Schmidt, Robert (2012): Soziologie der Praktiken. Konzeptionelle Studien und empirische Analysen, Berlin.
- Zaloom, Caitlin (2003): »Ambiguous numbers: Trading technologies and interpretation in financial markets«, in: American Ethnologist 30 (2), S. 258-272.