

## 2. »Because Internet«

### Radikale Verletzbarkeit und ihre medialen Affordanzen

---

Um die technischen, medialen, kulturellen, sozialen und sprachlichen Faktoren, die Social-Media-Plattformen zu besonders geeigneten Publikationskanälen für radikal verletzbare Texte machen, gleichberechtigt und in ihrer gegenseitigen Durchdringung in den Blick zu nehmen, möchte ich im Folgenden von den *Affordanzen* der Sozialen Medien sprechen. Der Begriff *Affordanz* beschreibt diejenigen Eigenschaften eines Objekts, die seine spezifischen Nutzungsweisen nahelegen. Affordanzen machen sowohl den Angebots- wie auch den Aufforderungscharakter eines Gegenstands aus: Sie sind das, was es Nutzer:innen ermöglicht und sie zugleich dazu auffordert, bestimmte Handlungen mit ihm auszuführen und andere nicht.<sup>1</sup> Ein Tisch beispielsweise lädt durch seine Fläche, aber auch durch die kulturellen Konventionen, die mit ihm verbunden sind, dazu ein, etwas auf ihm abzulegen. Das gleiche gilt für Medien wie Twitter, Weibo oder Instagram: Sie verfügen über Eigenschaften, die bestimmte Nutzungsweisen, bestimmte Lese- und Schreibpraktiken ermöglichen oder sogar einfordern und andere ausschließen. Entscheidet man sich, sie zu nutzen, dann »setzt man sich den Affordanzen der technischen Möglichkeiten und schließlich auch den Funktionslogiken des Mediums aus.«<sup>2</sup>

Der Psychologe J. J. Gibson, der den Begriff einführte, verstand unter *affordances* noch recht abstrakt den Ausdruck einer Beziehung zwischen einer Akteurin und deren Umgebung.<sup>3</sup> Ende der achtziger Jahre übertrug Donald Norman das Konzept in die Designforschung und etablierte Affordanzen als Bezeichnung für »those fundamental properties that determine just how [...] [a] thing could possibly be used«<sup>4</sup>. In der aktuellen medienwissenschaftlichen Forschung werden Affordanzen

---

1 Vgl. Penke, Niels: »#instapoetry. Populäre Lyrik auf Instagram und ihre Affordanzen«, in: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 49/3 (2019), S. 451–475, hier: S. 457.

2 Ebd.

3 Gibson, J. J.: *The Ecological Approach to Visual Perception*, Boston: Houghton Mifflin 1979.

4 Norman, Donald A.: *The Psychology of Everyday Things*, New York: Basic Books 1988, S. 14.

zunehmend auch als sozial verstanden.<sup>5</sup> Sie umfassen also nicht nur die technischen Vorgaben, die eine Software macht – beispielsweise die Zeichenbegrenzung eines Tweets; die Vorgabe, dass ein Beitrag auf WeChat oder Instagram immer mit einem Bild zusammen gepostet werden muss; oder die Tatsache, dass ein Beitrag auf Facebook in einem aggregierten Feed zusammen mit den Beiträgen vieler anderer Autor:innen veröffentlicht wird – sondern auch die kulturellen und gesellschaftlichen Normen, die durch die Nutzung der Software entstehen und ihre weitere Nutzung in Zukunft mitstrukturieren.<sup>6</sup> Mit anderen Worten: die Erwartungen der anderen Plattformnutzer:innen an sprachliche Codes, angemessene Inhalte und kommunikative Verhaltensweisen.

Diese Rezeptionserwartungen beeinflussen, welche sprachlichen und inhaltlichen Handlungsräume einer Schreibenden zur Verfügung stehen, welche verschlossen bleiben, weil sie als unpassend gelten, und zu welchen sie regelrecht gedrängt wird, um die Legitimität ihrer Mitgliedschaft in der Kommunikationsgemeinschaft der jeweiligen Plattform zu belegen.<sup>7</sup> Wie alle Rezeptionserwartungen entstehen auch diese erst in der sozialen Praxis des Schreibens und Lesens und können sich darum im Laufe der Zeit, genauso wie die Software selbst, weiterentwickeln und verändern.<sup>8</sup> Auch ihre je eigenen Genre-Regeln lassen sich also als eine Affordanz von Social-Media-Plattformen fassen.<sup>9</sup>

Zu den Affordanzen, die ein radikal verletzbares Schreiben auf Social-Media-Plattformen begünstigen, zähle ich unter anderem:

- a) Den, im Vergleich zum ›klassischen‹ Literatur- und Medienbetrieb, grundsätzlich erleichterten Zugang zu Publikationskanälen;
- b) Die Verschiebung von kuratorischem zu algorithmischem Gatekeeping;
- c) Das Wegfallen von Fiktionalitätsmarkern und Kontextualisierungen im aggregierten Feed;

5 Vgl. Wellman, B. A.; Quan-Haase, J.; Boase, W.; Chen, K.; Hampton, I. Díaz; Miyata, K.: »The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism«, in: Journal of Computer-Mediated Communication 8/3 (2006).

6 Zur Auswirkung des aggregierten Feeds auf die Rezeption von Texten siehe: Lomborg, Stine: Social Media, Social Genres. Making Sense of the Ordinary, New York: Routledge 2014, S. 203.

7 Ebd., S. 21–22.

8 Vgl. Akcelrud Durão, Fabio: »Circulation as constitutive principle«, in: José Luís Jobim (Hg.), Literary and Cultural Circulation, Oxford: Peter Lang 2017, S. 55–71, hier: S. 56.

9 Vgl. hierzu unter anderem: McNeill, Laurie: »Life Bytes. Six-Word Memoir and the Exigencies of Auto/tweetographies«, in: Anna Poletti, Julie Rak (Hg.), Identity Technologies. Constructing the Self Online, Madison: University of Wisconsin Press 2013, S. 144–164, hier: S. 155; Tembeck: Selfies of Ill Health, S. 2; Poletti, Anna; Rak, Julie: »Introduction. Digital Dialogues«, in: Anna Poletti, Julie Rak (Hg.), Identity Technologies. Constructing the Self Online, Madison: University of Wisconsin Press 2013, S. 3–22, hier: S. 4–5; Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 15.

- d) Die Entstehung einer neuen Aufmerksamkeitsökonomie und die Rolle, die Af-fekte und Affizierung für diese spielen;
- e) Die Fokusverschiebung von reiner Publikation hin zu Kommunikation;
- f) Die ubiquitäre Verfügbarkeit und Einbindung des Publizierens in alltägliche Handlungsroutinen, insbesondere bei Plattformen, die auf mobilen Endgeräten genutzt werden;
- g) Den Fokus auf unverbindlich-spielerische Alltagskommunikation und banali-sierte Themenbereiche (Chatten als ›Plaudern‹);<sup>10</sup>
- h) Die Personalisierung bzw. Intimisierung von Öffentlichkeit;
- i) Die Oralisierung von Schriftsprache, die zu einer Art von »konzeptioneller Mündlichkeit«<sup>11</sup> auf Social-Media-Plattformen führt;
- j) Das von all diesen Faktoren mitbedingte Aufkommen einer Authentizitätsästhe-tik, die eine ununterbrochene »Rückbindung des Erzählten an die Person des Erzählenden«<sup>12</sup> hervorruft.

In den folgenden Kapiteln betrachte ich diese Faktoren einzeln, um sie jeweils prä-zise beschreiben zu können. In der Realität des Schreibens und Publizierens auf So-cial-Media-Plattformen lassen sie sich, wie die Aufzählung schon nahelegt, nicht in dieser Weise trennen, sondern greifen reziprok ineinander, verstärken und beein-flussen sich wechselseitig.

## 2.1 Veränderte Publikationslandschaft

### Das Web 2.0 und seine Plattformen

Zu den Gemeinplätzen der Gegenwart gehört die Erzählung, das Internet habe die Möglichkeit, eigene Inhalte öffentlich zu publizieren, grundsätzlich demokratisiert. Betitelt wird sie zumeist mit dem Begriff des *Web 2.0*. Er beschreibt ein Internet, das

- 
- 10 Holger Schulze etwa beschreibt das Publizieren auf Plattformen wie Twitter als eine »Form des täglich verschwätzten Umgangs: ein Plaudern in Schriftzeichen, in Bildzeichen, in Klang-zeichen« (Schulze, Holger: *Ubiquitäre Literatur. Eine Partikelpoetik*, Berlin: Matthes & Seitz 2020, S. 141).
  - 11 Glanz, Berit: »Bin ich das Arschloch hier?: Wie Reddit und Twitter neue literarische Schreib-weisen hervorbringen«, in: Hannes Bajohr, Annette Gilbert (Hg.): *Digitale Literatur II*, München: Edition Text+Kritik 2021, S. 106–117, hier: S. 112. Glanz übernimmt den Begriff aus dem Nähe-Distanz-Modell von P. Koch und W. Oesterreicher und wendet ihn auf die Untersuchung von Social-Media-Plattformen an. Vgl.: Koch, P., Oesterreicher, W.: »Sprache der Nähe – Spra-chce der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte«, in: *Romanistisches Jahrbuch* 36, Berlin 1986, S. 15–43.
  - 12 Glanz, Berit: »Die abgeschnittene Person. Autofiktion in den sozialen Medien«, <https://www.54books.de/die-abgeschnittene-person-autofiktion-in-den-sozialen-medien/>, 04.03.2020, geprüft am 05.03.2020.

weitgehend von Plattformen geprägt wird, auf denen Inhalte nicht zentral von einem einzelnen Anbieter zur Verfügung gestellt, sondern von den Nutzer:innen der Plattform selbst hochgeladen und danach durch Kommentare, »Likes«, Weiterleitungen und andere Adaptionen ergänzt und modifiziert werden können.<sup>13</sup> Social-Media-Plattformen stellen also nicht einfach einen weiteren medialen Kanal zum Konsum von Inhalten bereit, sondern beziehen ihre Attraktivität daraus, dass sie ihren Nutzer:innen einen Raum zum Teilen der *eigenen* Inhalte zur Verfügung stellen.<sup>14</sup>

Gemeinsam ist allen Social-Media-Plattformen die relativ niedrige Eintrittsschwelle: Für ihre Nutzung zahlt man in der Regel nicht mit Geld, sondern mit einer Währung, die allen Nutzer:innen zur Verfügung steht – den persönlichen Daten, deren Auswertung und Weiterverkauf zu Werbezwecken die Gewinne der Plattformbetreiber generieren.<sup>15</sup> Auch die Notwendigkeit von technischen Vorkenntnissen ist in der Regel minimal, sodass das Web 2.0 häufig als grundlegend partizipativer Raum beschrieben wird, dessen Affordanzen sich kategorial von früheren Versionen des Webs unterschieden:

»Web 2.0 encapsulates the idea of making it easy for anyone to publish information on the internet: this is clearly linked to the [...] transition from Web 1.0, which was all about reading or watching content, to Web 2.0, which is much more concerned with providing users with the means for producing and distributing content.«<sup>16</sup>

Aufgrund dieses partizipativen Charakters werden die Nutzer:innen des Web 2.0 auch als »produser«<sup>17</sup> bezeichnet – als aktive Nutzer:innen (*user*), die nicht mehr nur als Konsument:innen, sondern zeitgleich auch als Produzent:innen (*producer*) eigener Inhalte auftreten. Besonders in seiner Anfangszeit wurde darum häufig angenommen, das Web 2.0 könne einen emanzipatorischen Raum bieten, in dem marginalisierte Stimmen und Minderheiten sich eine Aufmerksamkeit verschaffen

<sup>13</sup> Vgl.: Keyling, Till: Kollektives Gatekeeping. Die Herstellung von Publizität in Social Media, Wiesbaden: Springer VS 2017, S. 83; Berger, Jonah; Milkman, Katherine L.: »What Makes Online Content Viral?«, in: Journal of Marketing Research 49/2 (2012), S. 192.

<sup>14</sup> S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 7.

<sup>15</sup> Dieses Phänomen wird mit dem Begriff »audience commodity« beschrieben: Die Ware, die Social-Media-Plattformen (äußerst gewinnbringend) verkaufen, sind ihre Nutzer:innen selbst – beziehungsweise deren Aufmerksamkeit (Nieborg, David B; Poell, Thomas: »The Platformization of Cultural Production. Theorizing the Contingent Cultural Commodity«, in: New Media & Society 20/11 (2018), S. 4275–4292, hier S. 4280).

<sup>16</sup> Hinton, Sam; Hjorth, Larissa: Understanding Social Media, Los Angeles: Sage 2013, S. 18.

<sup>17</sup> Der Begriff stammt ursprünglich von Axel Bruns, siehe: Bruns, Axel: Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Produsage, New York: Peter Lang 2009.

könnten, die ihnen in anderen gesellschaftlichen Bereichen und stärker institutionalisierten Medien verwehrt bliebe.<sup>18</sup> Die medienwissenschaftliche Forschung konstatierte eine Verschiebung »from ›representational‹ to ›presentational‹ media and culture«<sup>19</sup>, deren Teilnehmer:innen die Darstellung ihrer Kulturen oder Identitäten nun selbst bestimmen könnten, ohne auf vermittelnde Redaktionen oder Verlage angewiesen zu sein. Die vergleichsweise leichtere Zugänglichkeit von Social-Media-Plattformen ermöglichte es vor allem Personen, die im ›traditionellen‹ Literatur- oder Medienbetrieb strukturelle Diskriminierung erfahren – zum Beispiel »young women who don't necessarily feel they've got a massive right to the microphone«<sup>20</sup> –, ihre Werke zu veröffentlichen und sich ein Publikum aufzubauen.

Social-Media-Plattformen erscheinen aus dieser Perspektive als logische Publikationsräume für Autor:innen, die nicht nur aufgrund von struktureller Diskriminierung einen erschwerten Zugang zum Literaturbetrieb haben, sondern in ihren Texten sogar bewusst auf Literarizitätsmarker verzichten, die ihnen einen solchen Zugang vielleicht erleichtern würden – Autor:innen also, die in Hinblick auf ihre Anerkennung durch etablierte Institutionen ein verletzbares Schreiben praktizieren. Ihre Texte finden sich möglicherweise zunächst einmal einfach deshalb häufiger auf Social-Media-Plattformen, weil Facebook, Twitter, Instagram etc. sie *überhaupt* veröffentlichen – was nicht zuletzt daran liegen dürfte, dass für die Plattformbetreiber ein deutlich geringeres (ökonomisches) Risiko mit dieser Publikation einhergeht als für einen ›klassischen‹ Verlag.<sup>21</sup> In Abwesenheit der spezifischen Gatekeeper des Print-Markts ermöglichen Social-Media-Plattformen, zumindest potenziell, *jeder* Nutzer:in, Autor:in zu werden – »[i]f you define a ›published‹ writer as someone

---

18 Siehe zum Beispiel: Kergel, David: *Kulturen des Digitalen. Postmoderne Medienbildung, subversive Diversität und neoliberaler Subjektivierung*. Wiesbaden: Springer VS 2018, S. 22.

19 Abidin, Crystal: *Internet Celebrity. Understanding Fame Online*. Bingley: Emerald Publishing 2018, S. 10.

20 Ferguson, Donna: »Keats is Dead...: How Young Women Are Changing the Rules of Poetry«, <https://www.theguardian.com/books/2019/jan/26/new-generation-young-women-poets>, 26.01.2019, geprüft am 02.09.2019.

21 »Significantly, these new outlets for publishing radically reduce the investments of both time and capital required to print a book; a work can be published on Tumblr in minutes rather than weeks (and withdrawn just as rapidly), while the material investment, in turn, requires merely internet access rather than the thousands of dollars needed to print and bind and ship even the standard thermal-bound paperback. [...] The questions are no longer those of restricted economies (Is a work good enough to justify the cost of production? Is it better than another work that could be published in its place? Is a manuscript revised sufficiently to take a final form?) but rather of the general economy conundrum—well, why not?«, Dworkin, Craig: »Poetry in the Age of Consumer-Generated Content«, in: *Critical Inquiry* 44/4 (2018), S. 674–705, hier: S. 694–695.

who's had something they've written reach over a hundred people, practically everyone who uses social media qualifies.«<sup>22</sup>

Eine rein positive Sichtweise auf Social-Media-Plattformen als »das faktische Paradies einer hinreichend demokratisierten technischen Welt«<sup>23</sup> ohne jegliche Zugangsbeschränkungen »[a]ufgrund von Geschlechterrollen, Schichtzugehörigkeit, der Einsortierung als Nichtweiße, auch aufgrund sexueller Orientierungen, Lebensalter oder von Körpermerkmalen«<sup>24</sup> scheint allerdings schon länger nicht mehr haltbar zu sein. Wie hierarchiefrei und emanzipatorisch das Web 2.0 tatsächlich ist, ist angesichts der Diskussion um die Zerstörung des öffentlichen Diskurses durch algorithmisch verursachte Filterblasen, Hasskommentare oder gezielte Desinformation auf Social-Media-Plattformen stark umstritten.<sup>25</sup> Zunehmend zeigt sich, dass On- und Offline keine getrennten Räume sind,<sup>26</sup> sondern ineinander übergehen,<sup>27</sup> zum Teil von denselben Genre-Konventionen<sup>28</sup> und fast immer von denselben Machtstrukturen geprägt werden.<sup>29</sup> So schreibt etwa Javon Johnson über die Kontinuitäten der ungleichen Verteilung von Produktionsmitteln im Internetzeitalter:

»Suggesting that the Internet is democratic without critically examining the means of production is ahistorical and ethically specious. If the means of production is still largely controlled by white men, even well-meaning ones, and the audience is largely white women because history has set up an unequal distribution of goods, then the Internet is grounded in neoliberal logics dressed in a radical democratic garb.«<sup>30</sup>

<sup>22</sup> MacCulloch, Gretchen: *Because Internet. Understanding the New Rules of Language*, New York: Riverhead Books 2019, S. 3.

<sup>23</sup> H. Schulze: *Ubiquitäre Literatur*, S. 104.

<sup>24</sup> Ebd.

<sup>25</sup> Vgl. Pariser, Eli: *The Filter Bubble. How the New Personalized Web is Changing What We Read and How We Think*, New Haven: Penguin Books 2012. Für einen Überblick der Kritik, von der Ausbeutung der kostenlosen (Aufmerksamkeits-)Arbeit der Plattformnutzer:innen durch die Betreiberfirmen bis zur statistisch belegten Tatsache, dass die große Mehrzahl der Nutzer:innen passive Konsument:innen bleiben und sich gerade nicht in selbstbestimmte »produser« verwandeln, siehe: Fuchs, Christian: *Social Media. A Critical Introduction*, Los Angeles: Sage 2014, S., 33; 63; 99.

<sup>26</sup> Vgl. Schmidt, Jan-Hinrik: *Social Media*, Wiesbaden: Springer VS 2018. S., 22–23; S. Hinton, L. Hjorth: *Understanding Social Media*, S. 37.

<sup>27</sup> Vgl. Inwood, Heather: *Verse Going Viral. China's New Media Scenes*, Seattle: University of Washington Press 2014; D. Kergel: *Kulturen des Digitalen*, S. 9.

<sup>28</sup> Vgl. A. Poletti, J. Rak: *Introduction*, S. 20.

<sup>29</sup> Vgl. Johnson, Javon: *Killing Poetry. Blackness and the Making of Slam and Spoken Word Communities*, New Brunswick, NJ: Rutgers University Press 2017, S. 110.

<sup>30</sup> Ebd., S. 112–113.

So ist zuletzt in der medienwissenschaftlichen Forschung immer deutlicher geworden, dass mit der Entwicklung vom Web 1.0 zum Web 2.0 nicht nur ein leichterer Zugang zu Publikationsmöglichkeiten eingetreten ist, sondern dass diese Vereinfachung einhergeht mit »eine[r] Verschiebung der vormals eher selbstorganisierten Strukturen des Netzes hin zu weitgehend durchökonomisierten Plattformen, die sich in den Händen einiger weniger privatwirtschaftlich arbeitender Unternehmen befinden.«<sup>31</sup> Ob eine wirklich selbstbestimmte Nutzung von Social-Media-Plattformen überhaupt möglich ist, wenn es sich bei diesen Plattformen um kommerzielle Angebote von gewinnorientierten Firmen handelt, deren Funktionslogik – ihr Programmcode und die Algorithmen, die die Auswahl von Inhalten für die jeweilige Nutzerin vornehmen – proprietär und damit weder öffentlich einsehbar noch nachvollziehbar sind, erscheint zunehmend zweifelhaft.<sup>32</sup>

Egal jedoch, ob man die Angebote von Social-Media-Plattformen wie Facebook, Youtube oder WeChat als empowernd oder ausbeuterisch auffasst (oder, was am wahrscheinlichsten sein dürfte, eine Gleichzeitigkeit von beidem annimmt<sup>33</sup> und das Web 2.0, wie etwa Caja Thimm, als »Sozialraum mit Wirtschaftsfunktion«<sup>34</sup> begreift): Es handelt sich bei ihnen um Räume, die ohne die Beiträge ihrer Nutzer:innen nicht existieren und auch keine Gewinne für ihre Betreiberfirmen generieren würden.<sup>35</sup> Das bedeutet im Umkehrschluss: Das Interesse an einem möglichst hohen Publikationsaufkommen ist ihnen von Anfang an eingeschrieben und bildet sich grundlegend in ihrem Design ab. Hierin besteht eine zentrale Affordanz des Online-Schreibens und -Publizierens, deren Auswirkungen auf radikal verletzbare Schreibansätze ich im nächsten Abschnitt betrachte.

---

31 E. Wagner: Intimisierte Öffentlichkeiten, S. 169.

32 Vgl. Heesen, Jessica: »Vormacht des Authentischen und Rhetorik der Daten in einer digitalen Gesellschaft«, in: Rhetorik 36/1 (2018), S. 31–42, hier: S. 34; J.-H. Schmidt: Social Media, S. 52, 105; D. Nieborg, T. Poell: The Platformization of Cultural Production, S. 4280; sowie: Van Dijck, José; Poell, Thomas: »Understanding Social Media Logic«, in: Media and Communication 1/1 (2013), S. 2–14, hier: S. 10: »One thing we should always take into account is the fact that generators of online data, particularly social media platforms like Twitter, Facebook, YouTube, and LinkedIn, are never neutral channels for data transmission. An important aspect of datafication is the invisibility or naturalness of its mechanics: methods for aggregation and personalization are often proprietary and thus inaccessible to public or private scrutiny.«

33 Vgl. J. van Dijck, T. Poell: Understanding Social Media Logic, S. 10; S. Hinton, L. Hjorth: Understanding Social Media, S. 33.

34 Thimm, Caja: »Ökosystem Internet. Zur Theorie digitaler Sozialität«, in: Mario Anastasiadis, Caja Thimm (Hg.), Social Media. Theorie und Praxis digitaler Sozialität, Frankfurt a.M.: Peter Lang 2011, S. 19–40, hier: S. 37.

35 S. Hinton, L. Hjorth: Understanding Social Media, S. 60.

## 2.2 Social-Media-Logik

### Von kuratorischer zu algorithmischer Auswahl

Kommerzielle Social-Media-Plattformen sind so gebaut, dass sie ihre Nutzer:innen zu einer möglichst langen Nutzungsdauer und einem möglichst häufigen Publizieren anregen sollen.<sup>36</sup> Ersteres geschieht unter anderem durch die Zufälligkeit der algorithmischen Auswahl, die mit ihrem ständig erneuerten Versprechen von neuen Inhalten oder neuen Inhaltskombinationen Suchteffekte hervorrufen kann.<sup>37</sup> Weiteres wird beispielsweise durch eine Reihe von technischen Vorgaben bei der Bedienung der Plattformen zu stimulieren versucht: So wird man etwa beim Öffnen von Facebook im zentral platzierten Eingabefenster unmittelbar aufgefordert, seine aktuelle Stimmung oder Tätigkeit mitzuteilen (»Was machst du gerade?«), und neuere Plattformen wie WeChat oder Instagram lassen sich nur noch über ein Smartphone – das »Überall-Dabei-Medium«<sup>38</sup> – in ihrem ganzen Funktionsumfang bedienen, sodass ihre mehr oder weniger permanente Nutzung, integriert in alle Arten von anderen Alltagshandlungen, nahegelegt wird.

Für den Publikationsraum Web 2.0 hat dieses auf ein möglichst hohes Publikationsaufkommen ausgerichtete Design eine mittlerweile zur Selbstverständlichkeit gewordene Auswirkung: Es führt notwendigerweise zu einem enormen Inhaltsüberangebot.<sup>39</sup> Das heißt, es ist schlicht unmöglich, sämtliche Beiträge auf einer Social-Media-Plattform zu lesen oder auch nur kursorisch zu sichten. Auf quasi allen heute existierenden Plattformen werden die Inhalte daher von einem Algorithmus vorsortiert, der für jede:n Nutzer:in auswählt, welche Beiträge direkt beim Öffnen einer Seite und welche erst später (oder überhaupt nicht) angezeigt werden. Daraus resultiert eine Affordanz des Online-Publizierens, die in direktem Zusammenhang mit der Eignung von Social-Media-Plattformen für radikal verletzbare Schreibweisen steht: das »Auseinanderfallen der Schritte der Publikation bzw. Selektion und [der] Gewichtung von Inhalten«<sup>40</sup>.

Im Gegensatz zu den Logiken von Literaturbetrieb und traditionellen Massenmedien steht in den Sozialen Medien nicht mehr nur die reine Tatsache, *dass* etwas veröffentlicht wird, für dessen Relevanz. Stattdessen generiert sich diese erst im Nachhinein durch seine Nutzung:<sup>41</sup> Je öfter Nutzer:innen mit einem Inhalt interagieren, ihm also maschinell messbar Aufmerksamkeit schenken, desto höher wird

<sup>36</sup> Vgl. S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 177; L. McNeill: Life Bytes, S. 149.

<sup>37</sup> Siehe hierzu ausführlich: Lanier, Jaron: Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now, New York: Henry Holt & Co. 2018, S. 15.

<sup>38</sup> J. Heesen: Vormacht des Authentischen, S. 37–38.

<sup>39</sup> Vgl. D. Nieborg, T. Poell: The Platformization of Cultural Production, S. 4285.

<sup>40</sup> T. Keyling: Kollektives Gatekeeping, S. 79.

<sup>41</sup> Vgl. ebd., S. 52; 54; swie: Simanowski, Roberto: Abfall. Das alternative ABC der neuen Medien, Berlin: Matthes & Seitz 2017, S. 114.

er vom Plattformalgorithmus bewertet und desto mehr anderen Nutzer:innen angezeigt. Die Inhalte werden also erst *nach* ihrer Publikation gefiltert, und zwar durch die datafizierte (d.h. in maschinenlesbare Form übersetzte) Aufmerksamkeit der Konsument:innen. José van Dijck und Thomas Poell bezeichnen das Prinzip hinter diesem Ablauf als »social media logic«<sup>42</sup> und fassen ihre vier Säulen wie folgt zusammen: »programmability [die bereits erläuterte Möglichkeit, mit eigenen Inhalten das mediale Programm mitzustalten], popularity [die Bewertung eines Inhalts ausschließlich anhand seiner Nutzungszahlen], connectivity [der Fokus auf Interaktion und Kommunikation statt auf reiner Publikation], and datafication [die Übersetzung von Popularität in ein maschinenlesbares und damit algorithmisch auswertbares Format].«<sup>43</sup>

Wie bei jedem Übersetzungsorgang stellt sich auch hier die Frage, welche Ausdrucksmöglichkeiten die Zielsprache überhaupt zulässt, welche Agenda und welche Vorannahmen die Übersetzer:in hat und wie beides sich auf die Übersetzung auswirkt. Materialistisch formuliert: Die Macht liegt nun nicht länger in den Händen derjenigen, die den Zugang zu den Distributionskanälen bewachen, sondern bei denjenigen, die die »limited resource of attention«<sup>44</sup> kontrollieren – das heißt, bei den Plattform-Algorithmen sowie denjenigen, die sie programmieren. Die neue Aufmerksamkeitsökonomie der Sozialen Medien bedeutet somit auch eine neue Wissenslogik, in der die Auswahl dessen, was tatsächlich öffentlich sichtbar und wirkmächtig wird, was also als (künstlerisch, literarisch oder gesamtgesellschaftlich) relevant gilt, nicht mehr im gleichen Ausmaß wie zuvor von Expert:innen getroffen wird:

»This emerging algorithmic logic can be contrasted with the traditional ›editorial logic,‹ which more explicitly relies on the ›choices of experts‘ [...]. [A]lgorithmic logic becomes gradually more central to cultural production, as content developers are progressively orienting their production and circulation strategies toward the recommendation, ranking, and other kinds of end-user facing algorithms of major platforms.«<sup>45</sup>

Algorithmische Kuration begünstigt gleich zweifach Aspekte von radikal verletzbarem Schreiben: Einerseits werden Inhalte, die eine stärkere Affizierung hervorrufen, deutlich öfter von anderen Nutzer:innen geteilt oder kommentiert und damit wiederum durch den Algorithmus bevorzugt – bis hin zum Phänomen des ›Viralgehens‹ (*going viral*), bei dem sich einzelne Inhalte innerhalb kurzer Zeit plattform-

42 J. van Dijck, T. Poell: Understanding Social Media Logic, S. 5.

43 Ebd., S. 11.

44 Wang, Xinyuan: Social Media in Industrial China, London: UCL Press 2016, S. 140.

45 D. Nieborg, T. Poell: The Platformization of Cultural Production, S. 4281.

übergreifend exponentiell verbreiten.<sup>46</sup> Dieses Phänomen lässt sich auch für literarische Texte und Performances beobachten,<sup>47</sup> etwa für Yu Xiuhuas Gedicht *Durchs halbe Land, um dich zu vögeln* oder Hollie McNishs Performance-Gedicht *Embarrassed*: Yus Text wurde innerhalb weniger Tage mehrere Millionen mal auf WeChat weitergeleitet, kommentiert und geteilt, McNishs Video erreichte ebenfalls innerhalb kürzester Zeit mehr als zwei Millionen Aufrufe auf Youtube.<sup>48</sup> Vor dem Hintergrund dieses Versprechens potenziell ›viraler‹ Reichweite lässt sich auf Social-Media-Plattformen eine Tendenz zu möglichst starker emotionaler Aktivierung und Affizierung der Leser:innen beobachten; Andreas Reckwitz spricht in diesem Kontext vom Internet als »Affektmaschine«<sup>49</sup>. Deren Existenz ergibt sich nicht zuletzt auch aus den kommerziellen Interessen der Betreiberfirmen: Für diese ist eine stärkere Affizierung der Nutzer:innen lukrativ, weil sie zu einer längeren Nutzungsdauer führt.<sup>50</sup> Crystal Abidin diagnostiziert entsprechend einen »shift from the attention economy to the affection economy«<sup>51</sup>. Tatsächlich ließe sich sogar von einer Konvergenz beider Ökonomien sprechen: Was affiziert, interessiert; was interessiert, monetarisert. Affekte sind also eine Schlüsselkomponente im Geschäftsmodell von Social-Media-Konzernen, oder, in der polemischeren Formulierung von Craig Dworkin, »one of [capital's] most sedulously colonized territories«<sup>52</sup>. Zugleich aber ist starke Affizierung auch ein Potenzial, das radikal verletzbaren Texten, durch ihre Darstellung von Intimität, tabuisiertem Begehrten und skandalisierten Körpern, fast schon qua definitionem eigen ist. Die Affektkökonomie auf Social-Media-Plattformen erschafft dort also als Nebeneffekt auch einen Publikationsraum, der radikal verletzbare Schreibweisen in gewisser Weise schlicht *nahelegt*.

Andererseits verschiebt sich durch algorithmische Kuration der Moment des Gatekeepings im Publikationsprozess nach hinten, auf einen Zeitpunkt *nach* der Publikation.<sup>53</sup> Da keine Vorauswahl durch Lektor:innen oder andere Menschen mit

46 Vgl. J. Berger, K. Milkman: What Makes Online Content Viral, S. 9; Guadagno, Rosanna E; Rempala, Daniel M; Murphy, Shannon; Okdie, Bradley M.: »What Makes a Video Go Viral? An Analysis of Emotional Contagion and Internet Memes«, in: Computers in Human Behavior 29/6 (2013), S. 2312–2319, hier: S. 2318; T. Keyling: Kollektives Gatekeeping, S. 92.

47 Vgl. van der Starre, Kila: »How Viral Poems are Annotated«, in: Performance Research 20/6 (2015), S. 58–64, hier: S. 58.

48 Vgl. Sang, Shen: The Body as a Room of Her Own, S. 24; H. Williams: The Women Poets Taking Over the World.

49 Reckwitz, Andreas: Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin: Suhrkamp 2018, S. 234.

50 S. Hinton, L. Hjorth: Understanding Social Media, S. 44.

51 C. Abidin: Internet Celebrity, S. 95.

52 C. Dworkin: Poetry in the Age of Consumer-Generated Content, S. 681.

53 Vgl. T. Keyling: Kollektives Gatekeeping, S. 12–13.

Expert:innenstatus mehr erfolgt, gelangen Texte potenziell in einem höheren Stadium, mit weniger Überarbeitung und ohne die institutionelle Legitimierung durch einen Verlag in die Öffentlichkeit.<sup>54</sup> Diese ›Rohheit‹ widerspricht traditionellen Definition von Literarizität, wird von den online adressierten Rezipient:innen aber positiv aufgenommen oder sogar erwartet. Denn auf Social-Media-Plattformen gelten nicht fehlerfreie Rechtschreibung und Grammatik oder eine möglichst komplexe, formal durchgearbeitete Sprache als Qualitätskriterien, sondern vor allem jene sprachlichen Eigenschaften, die einen Text unmittelbar, spontan und ungefiltert wirken lassen. Elke Wagner beschreibt diese Aufwertung des Ungefilterten als ein »Umschalten der Kommunikationslogik des Öffentlichen [...] von Rationalität zu Authentizität«<sup>55</sup>; Jessica Heesen spricht von einer »Vormacht des Authentischen«<sup>56</sup> in der digitalisierten Gesellschaft. Die Auswirkungen, die diese Entwicklung auf die sprachliche Gestaltung von Texten auf Social-Media-Plattformen hat, beschreibe ich in den folgenden Kapiteln unter den Stichworten *Authentizitätsästhetik* und *Schriftliche Mündlichkeit*; zuvor möchte ich aber den Blick darauf richten, in welchem Zusammenhang sie mit Veränderungen des Autor:innenstatus und Erwartungen hinsichtlich der Beziehung von Text und Autor:in stehen.

## 2.3 Fehlende Fiktionalitätsmarker

### Die Rückbindung des Texts ans Subjekt

Mit dem normativen Stil des Authentischen auf Social-Media-Plattformen korrespondiert eine weitere technische Affordanz, die radikal verletzbare Schreibstrategien befördert: Die Tatsache, dass diese Plattformen eine starke Selbstdarstellung von ihren Nutzer:innen einfordern und so zu einer Rückbindung des Textes an ein schreibendes Subjekt einladen. Es entsteht, mit den Worten der Literaturwissenschaftlerin und (Twitter-)Autorin Berit Glanz, »ein Rezeptionsmodus, der nicht mehr klar zwischen Text und Autorin einerseits und Fakt und Fiktion andererseits trennt«<sup>57</sup>.

Diese (nicht nur, aber vor allem) online standardmäßig unterstellte Übereinstimmung des Geschriebenen mit der Lebenswirklichkeit der schreibenden Person erklärt sich einerseits durch das Fehlen von Fiktionalitätsmarkern auf Social-Media-Plattformen. Auch literarische oder zumindest in Teilen fiktionale Texte werden

54 Vgl. Franzen, Johannes: »Autorinnen im Internet: Digitalität in der Gegenwartsliteratur. Lauborgespräch und Lesung mit Sarah Berger und Berit Glanz«, [https://soundcloud.com/use-r-555\\_29240/autorinnen-im-internet-sarah-berger-und-berit-glanz](https://soundcloud.com/use-r-555_29240/autorinnen-im-internet-sarah-berger-und-berit-glanz), 01.12.2019, geprüft am 19.01.2020.

55 E. Wagner: Intimisierte Öffentlichkeiten, S. 121.

56 J. Heesen: Vormacht des Authentischen.

57 B. Glanz: Die abgeschnittene Person.

dort in einem Raum publiziert, der explizit auf nicht-fiktionale Texte ausgelegt ist: Die meisten Menschen dürften Soziale Medien nicht (primär) mit dem Ziel nutzen, einen literarischen Text zu veröffentlichen, sondern, um ihre Lebenswirklichkeit (im Moment des Erlebens) zu teilen – und sei es nur, was sie gerade zum Frühstück gegessen haben.<sup>58</sup> Im Gegensatz zum Buch sind Soziale Medien eben keine exklusiv literarischen Publikationsplattform, an die eine Leserin darum auch nicht mit den erlernten Praktiken für das Lesen literarischer Texte herangeht, sondern – entsprechend ihres Genrewissens – mit denjenigen für Alltagskommunikation und soziale Zusammenhänge, für die Verhandlung von Identitäten. Es geht auf Social-Media-Plattformen, direkter und sichtbarer als in anderen Medien, um das schreibende Subjekt, das sich vom Text und der Textpraxis nicht trennen lässt – ein Grundgedanke radikaler Verletzbarkeit.

Andererseits legt bereits das Design der meisten Social-Media-Plattformen nahe, die Sprecher:innenposition im Text mit derjenigen der Autor:in beziehungsweise der Account-Inhaber:in gleichzusetzen.<sup>59</sup> Um Facebook, Twitter, Instagram etc. nutzen zu können, muss man ein persönliches Profil mit Bild und Selbstbeschreibung anlegen. So ist unmittelbar neben einem Beitrag stets der Name und das Profilfoto der Autor:in zu sehen, als permanente Erinnerung an deren Verbindung zum Geschriebenen. Diese grundlegende Identifizierungzwang auf Social-Media-Plattformen ist ein Resultat ihres Geschäftsmodells, die scheinbar kostenlose Nutzung durch Werbeeinnahmen und Datenverkauf zu monetarisieren, denn: »advertisers want users' 'truthful data«<sup>60</sup>. Verstärkend gilt im Gegensatz zu den frühen Tagen des Internets, die sowohl im chinesisch- wie auch im englisch- und deutschsprachigen Raum durch die Nutzung von Pseudonymen (»Nicknames«) geprägt waren,<sup>61</sup> heute etwa auf Facebook ein Klarnamenzwang, während die Profile auf der chinesischen Plattform WeChat sogar direkt an die Handynummern ihrer Nutzer:innen gekoppelt sind – eine extreme Form der »low anonymity«<sup>62</sup>. Aber auch auf Plattformen, auf denen theoretisch eine anonyme oder pseudonyme Nutzungsweise möglich wäre, geschieht in der Praxis offenbar das genaue Gegenteil:

---

58 Stine Lomborg bezeichnet diese Textform für Twitter mit dem Begriff des »me now tweet«: Ein kurzes Update darüber, was man gerade tut, das seine Wirksamkeit vor allem aus dem Gefühl von Echtzeitkommunikation bezieht und damit wiederum zur intimen Atmosphäre der Plattform beiträgt (S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 151–152).

59 Vgl. E. Wagner: Intimisierte Öffentlichkeiten, S. 67–68; Franzen: Autorinnen im Internet.

60 Georgakopoulou, Alexandra: »Sharing The Moment as Small Stories. The Interplay Between Practices & Affordances in the Social Media-Curation of Lives«, in: Anna de Fina, Sabina Perriño (Hg.), Storytelling in the Digital World, Amsterdam: John Benjamins Publishing 2019, S. 105–128, hier: S. 123.

61 Siehe hierzu: H. Inwood: Verse Going Viral, S. 54–64; G. McCulloch: Because Internet, S. 68–70.

62 X. Wang: Social Media in Industrial China, S. 41.

»Indeed, as we have shifted from the text-based online world of Web 1.0 to a more interactive matrix of online behaviors in Web 2.0, [...] we can see that online applications are taken up for *anything but anonymity*. Instead they are part of a complex response to an older, ongoing cultural demand that we process our selves and our actions into coherence, intelligibility, and recognizability, and thus disavow the instability of identity.«<sup>63</sup>

Social-Media-Plattformen sind, mit anderen Worten, ihrem Wesen nach *Werkzeuge zur alltäglichen Identitätsarbeit*. Dazu wurden sie entworfen, und dazu werden sie in erster Linie genutzt:<sup>64</sup> Um der gesellschaftlichen und kulturellen Anforderung nachzukommen, ein überzeugendes – also: wahres, authentisches – Selbst zu konstruieren und zu präsentieren, indem man es narrativ – also: sprechend, schreibend – herstellt.<sup>65</sup> Betrachtet man sie in diesem Sinne zugleich als Ursache und Symptom einer (spät-)modernen »culture of exposure«<sup>66</sup>, die sich nicht auf das Medium Internet beschränkt, dann wird deutlich: Soziale Medien sind heute in ihrem Kern auch *Bekenntnismedien*.<sup>67</sup>

Es ist darum nur logisch, dass auch literarische Texte, die auf ihnen publiziert werden, als Aussagen über das Selbst der Autor:in interpretiert werden, und dass sie sich mithin anbieten für ein Gerne, dem es um die Aufhebung der Trennung von Autor:in und Werk geht. Für die Sozialen Medien gilt offenbar, ebenso wie für das Genre der Autobiografie, der von Philippe Lejeune beschriebene »autobiografische

---

63 Cover, Rob: »Becoming and Belonging. Performativity, Subjectivity, and the Cultural Purposes of Social Networking», in: Anna Poletti, Julie Rak (Hg.), *Identity Technologies. Constructing the Self Online*, Madison: University of Wisconsin Press 2013, S. 55–69, hier: S. 56–57 (meine Herhorhebung).

64 Siehe S. Hinton, L. Hjorth: *Understanding Social Media*, S. 19.

65 Vgl. Smith, Sidonie; Watson, Julie: »Virtually Me. A Toolbox about Online Self-Presentation», in: Anna Poletti, Julie Rak (Hg.), *Identity technologies. Constructing the self online*, Madison: University of Wisconsin Press 2013, S. 70–92, hier: S. 75.

66 Cross, Mary: *Bloggerati, Twitterati. How Blogs and Twitter Are Transforming Popular Culture*, Santa Barbara: Praeger 2011, S. 124.

67 Vgl. Bächle, Thomas Christian: »Von der digitalen Visitenkarte zur Subjektivation. Ein Ordnungsvorschlag zur Theorienbildung um das Online-Selbst«, in: Mario Anastasiadis, Caja Thimm (Hg.), *Social media. Theorie und Praxis digitaler Sozialität*, Frankfurt a.M.: Peter Lang 2011, S. 41–60, hier: S. 45.

Pakt«<sup>68</sup> zwischen Leser:in und Autor:in: Alles, was hier steht, wird als faktual und autobiografisch verstanden – unabhängig davon, ob es das tatsächlich ist.

## 2.4 Authentizitätsästhetik

### Soziale Medien als Werkzeuge zur Identitätsarbeit

Die wirkmächtige Authentizitätsästhetik, die sich auf vielen Social-Media-Plattformen beobachten lässt, basiert nicht zuletzt auf der »Vorstellung von ungefilterter Kommunikation und aktiven Teilhabemöglichkeiten«<sup>69</sup>, die durch das Plattformdesign nahegelegt wird. Tatsächlich ist eine »strong norm of authenticity«<sup>70</sup> für unterschiedliche soziale Netzwerke – von Twitter über Blogs bis zu Youtube und Instagram – gut dokumentiert.<sup>71</sup> In der anthropologischen Forschung, beispielsweise zur Nutzung der chinesischen Plattformen QQ und WeChat, zeigt sich sogar immer wieder, dass Nutzer:innen sich auf diesen Plattformen *authentischer* fühlen als in ihrem realen Alltag – insbesondere, wenn dieser Alltag offline von starker Deprivierung und entsprechend begrenzten Ressourcen zur Gestaltung des eigenen, »authentischen Ichs geprägt ist.<sup>72</sup>

Authentizität ist dabei kein Wert, der erst mit Social-Media-Plattformen aufgekommen oder wirkmächtig geworden wäre. Eine generelle kulturelle Präferenz fürs Authentische, biografisch Verbürgte, auch in der Literaturproduktion, belegen unter anderem der seit den 1990er Jahren anhaltende ›Memoir Boom‹ in den USA,<sup>73</sup> der internationale Erfolg von autoethnografischen französischsprachigen Autor:innen wie Annie Ernaux oder Edouard Louis, und die seit Jahren andauernde Nachfra-

68 Lejeune, Philippe: Der autobiographische Pakt, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1994 [1986]. Siehe einführend zu Lejeunes Begriff auch: Wagner-Egelhaaf, Martina: »Introduction. Autobiography/Autofiction Across Disciplines«, in: Martina Wagner-Egelhaaf (Hg.), *Handbook of Auto-biography/Autofiction*, Berlin: De Gruyter 2019, S. 1–8, hier: S. 3; zur Weiterentwicklung des Begriffs für die Beschreibung von sprachlichen Autobiografiehandlungen auf Social-Media-Plattformen siehe weiterführend: McNeill, Laurie: »There is no ↳ in Network. Social Networking Sites and Posthuman Auto/Biography«, in: *Biography* 35/1 (2012), S. 65–82, hier: S. 65–66.

69 J. Heesen: Vormacht des Authentischen, S. 35.

70 S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 200.

71 Siehe zu Twitter: A. Marwick, d. boyd: I Tweet Honestly, I Tweet Passionately, S. 124; zu Blogs: S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 198; zu Youtube: J.-H. Schmidt: Social Media, S. 66; zu Instagram: C. Abidin: Internet Celebrity, S. 91–92.

72 Siehe hierzu: X. Wang: Social Media in Industrial China, S. 119. Vgl. auch: Kuang, Wenbo: Social Media in China, Singapur: Springer, Palgrave Macmillan 2018, S. 124–125.

73 Siehe zu dieser Nachfrage nach autobiografischen, autofikionalen und autotheoretischen Texten einführend: B. Yagoda: Memoir, S. 12; L. McNeill: Life Bytes, S. 144.

ge nach »unpolished, [...] ›real life‹ stories«<sup>74</sup> auf dem chinesischen Literaturmarkt. Letztere ist bereits seit dem Entstehen der frühesten Plattformen für Internet-Literatur in China belegt<sup>75</sup> und hat in den letzten Jahren zur Gründung einer ganzen Reihe von Online-Magazinen geführt, die sich ausschließlich der Publikation von nonfiktionalem *Life Writing* widmen.<sup>76</sup> Zunehmend lässt sich dieses Interesse auch auf dem deutschsprachigen Literaturmarkt beobachten, wo ein kleiner Hype um Übersetzungen von Autor:innen wie Sheila Heti, Maggie Nelson, Deborah Levy, Rachel Cusk oder eben Ernaux und Louis bei ersten Verlagen zur Einrichtung eigener Reihen für autobiografische Literatur geführt hat,<sup>77</sup> sodass Claude Haas Mitte des Jahres 2019 zurecht anmerkt: »Die Autofiktion gehört derzeit zu den dominantes-ten und erfolgreichsten literarischen Genres [...] – autofiktive Texte verschiedenster Facetten beherrschten in den letzten Monaten wiederholt Feuilleton und Buchmarkt.«<sup>78</sup>

Die Gegenwart von Authentizität als einem (umstrittenen, aber diskursiv umso wirkungsvolleren) literarischen Wert zeigt sich dabei nicht nur in der Popula-rität autobiografischer Genres, sondern auch in poetologischen Äußerungen: Von einer Aussage des chinesischen Autors Lu Youqing 陆幼青, der die Dokumentati-on seiner Krebserkrankung auf der Online-Literaturseite *Under the Banyan Tree* 榕树下文学网 im Laufe des Jahres 2000 als »wertvoll, weil echt«<sup>79</sup> bezeichnete, bis zu einem 2006 unter dem Titel »Zur Hölle mit der Authentizität!« publizierten Artikel der deutschen Autorin Juli Zeh, in dem sie sich in der Wochenzeitung *ZEIT* gegen einen vermeintlichen »Echtheitswahn« zur Wehr setzt, der die »im Deutsch-Leis-tungskurs mühsam errichtete Mauer zwischen Autor und Erzähler« zum Einsturz bringe und dabei zerstöre, »was Literatur ist.«<sup>80</sup>

74 Koetse, Manya: »Behind the Rise and Fade of China's Literary Sensation Fan Yusu«, <https://www.whatsonweibo.com/behind-rise-fade-chinas-literary-sensation-fan-yusu/>, 11.03.2020, geprüft am 21.12.2022.

75 Hockx, Michel: *Internet Literature in China*, New York: Columbia University Press 2015, S. 43.

76 Hierzu gehören zum Beispiel *Noonstory* 界面 (gegründet 2014), *Truman Story* 真实故事计划 (gegründet 2016) oder *Guyu Story Lab* 谷雨实验室 (gegründet 2017). Vgl. auch: Murphy, Colum: »China's Love Affair With Narrative Nonfiction Underpins Chinarrative«, <https://medium.com/journalism-innovation/chinas-love-affair-with-narrative-nonfiction-underpins-chinarrative-d685f73ff51a>, 03.05.2018, geprüft am 27.01.2021.

77 Vgl. Zeh, Miriam: »Neue Erzählformen. Roman kriselt, Autofiktion blüht«, [https://www.deutschlandfunk.de/neue-erzaehlformen-roman-kriselt-autofiktion-blueht.700.de.html?Dram:article\\_id=456678](https://www.deutschlandfunk.de/neue-erzaehlformen-roman-kriselt-autofiktion-blueht.700.de.html?Dram:article_id=456678), 19.08.2019, geprüft am 14.01.2020.

78 Haas, Claude: »Vom Untergang der Autobiografie im Strudel der Autofiktion. Oder: Realität heute«, in: *Texte zur Kunst* 115 (2019), S. 79–91, hier: S. 79.

79 »真是，就是价值«, Hockx: *Internet Literature in China*, S. 47.

80 Zeh, Juli: »Zur Hölle mit der Authentizität!«, <https://www.zeit.de/2006/39/L-Literatur/komp lettansicht>, 21.09.2006, geprüft am 12.10.2020. Ich komme auf diese Kritik von Zeh ausführlicher in Kapitel 4.2 zurück.

Egal, ob man Authentizität als einen negativen oder positiven Wert für die Beschreibung von Literatur ansieht – als Norm und Anforderung scheint sie allgemeinwährtig zu sein.<sup>81</sup> Dabei stellt sie als »modernes soziales Kommunikationsideal«<sup>82</sup>, wie der Historiker Achim Saupe schreibt, einen Zusammenhang zwischen der »Sachlichkeit und Stringenz [von] Argumente[n]«<sup>83</sup> und ihrer »wahrgenommenen Authentizität und moralischen Glaubwürdigkeit«<sup>84</sup> her. Authentizität wird also, unter dem Eindruck dieses Kommunikationsideals, zum Garant für sachliche Richtigkeit und Glaubwürdigkeit. Dieses Ideal beherrscht laut Saupe seit den 1980er Jahren in zunehmender Weise »alle[] Sparten der öffentlichen Medienarbeit«<sup>85</sup>, von der Werbebranche über Nachrichtenformate und politische Kommunikationsakte bis zur individuellen Inszenierung eines Social-Media-Profiles. Authentizität meint in diesem Sinne also keine ›natürliche‹, vordiskursive Essenz, sondern vor allem einen Stil, dessen Ziel die Produktion von »Authentizitätseffekten«<sup>86</sup> durch bestimmte »ritualisierte[] bzw. habituelle[] Ausdrucksformen«<sup>87</sup> ist.

Dies gilt auch für die Authentizitätsästhetik, die sich auf Social-Media-Plattformen beobachten lässt. Es handelt sich bei dieser Authentizität ebenso wenig um eine ontologische Kategorie, die auf den »unmediated access to some ›essence‹ or ›truth‹ of a subject«<sup>88</sup> abzielt – tatsächlich ist die Abgeschlossenheit und Unveränderbarkeit, die für eine solche essentialistische Definition notwendig wäre, durch die Möglichkeit der permanenten Manipulation und den ephemeren Charakter von Inhalten online ja sogar grundlegend gefährdet.<sup>89</sup> Was in Online-Kontexten stattdessen ausgeübt wird, ist eine *textuelle, sprachlich hergestellte Authentizität*.<sup>90</sup> Wenn Authentizität in den Sozialen Medien also von zahlreichen Beobachter:innen

<sup>81</sup> Vgl. hierzu auch Ben Yagodas Einschätzung der Memoir: »Memoir has become the central form of the culture: not only the way stories are told, but the way arguments are put forth, products and properties marketed, ideas floated, acts justified, reputations constructed or salvaged« (B. Yagoda: Memoir, S. 28).

<sup>82</sup> Saupe: Authentizität.

<sup>83</sup> Ebd.

<sup>84</sup> Ebd.

<sup>85</sup> Ebd.

<sup>86</sup> Ebd.

<sup>87</sup> Ebd.

<sup>88</sup> S. Smith, J. Watson: Virtually Me, S. 75.

<sup>89</sup> Vgl. boyd, danah: »Social Network Sites as Networked Publics. Affordances, Dynamics, and Implications«, in: Zizi Papacharissi (Hg.), A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites, New York: Routledge 2011, S. 39–58, hier: S. 54.

<sup>90</sup> Zu Techniken der sprachlichen Herstellung von Authentizität und Authentizität als literarischer Kategorie vgl. Martínez, Matías: »Authenticity in Narratology and in Literary Studies«, in: Monika Fludernik, Marie-Laure Ryan (Hg.), Narrative Factuality. A Handbook, Berlin: De Gruyter 2020, S. 521–532, hier: S. 525.

als »Leitbild«<sup>91</sup> oder »default norm«<sup>92</sup>, als in diverse Kapitalformen übersetzbare »value«<sup>93</sup> oder als grundlegendes »Qualitätsmerkmal«<sup>94</sup> beschrieben wird, dann geht es dabei jeweils nicht um Authentizität im Sinne einer Essenz des Subjekts, einer Eigentlichkeit, sondern im Sinne eines *Stils*. Digitale Authentizität ist mithin nicht eine Eigenschaft des Individuums, die frei von jeglicher Performativität im privaten, unverstellten Raum angenommen wird, sondern eine öffentliche, rhetorische Performance von Authentizitätseffekten – eine Authentizität, die auf bestimmten Sprachformeln beruht und durch sie hervorgerufen wird.<sup>95</sup>

Der Stil, die konkrete sprachliche Form dieser performativen, formelhaften Authentizität lässt sich als eine Art »calibrated amateurism«<sup>96</sup> beschreiben, oder, in traditionellere Begriffe der Rhetorik gefasst, als eine Form von *sermo humiliis*: ein Stil, der, »by resorting to unlearned, imperfect, fragmented or tainted discourse«<sup>97</sup>, amateurhaft wirken soll und damit den Effekt von Unverstelltheit und mithin Glaubwürdigkeit evoziert – obwohl natürlich rhetorisches Wissen und Können notwendig sind, um ihn zu produzieren. Mit den Worten von Jan-Hinrik Schmidt: »Die Betonung von Authentizität schließt [...] nicht aus, dass sich Nutzer gezielt inszenieren – ganz im Gegenteil!«<sup>98</sup> Eine entsprechende sprachliche Authentizitätsinszenierung nehmen erfahrene Social-Media-Nutzer:innen anhand ihres Genre-Wissens vor; findet sie nicht statt, wirken die Inhalte deplatziert, gestelzt oder unecht, als würde beispielsweise eine erwachsene Person versuchen, an einem Gespräch in Jugendsprache teilzunehmen. Wesentliches Element einer erfolgreich inszenierten Online-Authentizität ist also das Wissen um den entsprechenden authentischen Sprachgebrauch.

Diese stilisiert ›unkorrekte‹ Sprache suggeriert nicht zuletzt eine Nahbarkeit und Zugewandtheit. Indem der Status der Expertin (in diesem Fall also: der ›professionellen‹ Autorin) sprachlich umgangen wird, werden die anderen Nutzer:innen der Plattform, zumindest qua Sprachformel, als ebenbürtige Gesprächspartner:innen, wenn nicht gar als eingeschworene Mitglieder derselben Sprachcommunity, adressiert.<sup>99</sup> Diese nur scheinbar paradoxe »institutionalization of the ama-

91 J.-H. Schmidt: Social Media, S. 31–32.

92 S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 201.

93 A. Marwick, d. boyd: I Tweet Honestly, I Tweet Passionately, S. 122.

94 Winko, Simone: »Lost in hypertext? Autorkonzepte und neue Medien«, in: Fotis Jannidis (Hg.), Rückkehr des Autors. Zur Erneuerung eines umstrittenen Begriffs, Tübingen, Berlin: De Gruyter 2008, S. 511–533, hier: S. 520.

95 Vgl. E. Wagner: Intimisierte Öffentlichkeiten, S. 63; A. Marwick, d. boyd: I Tweet Honestly, I Tweet Passionately, S. 124.

96 C. Abidin: Internet Celebrity, S. 91–92.

97 M. Martínez: Authenticity in Narratology and in Literary Studies, S. 525.

98 J.-H. Schmidt: Social Media, S. 31–32.

99 Vgl. G. McCulloch: Because Internet, S. 60.

teur<sup>100</sup> als sozialer Rolle wie ästhetischem Ideal erinnert an literarische Formen, die historisch vor allem von Gruppen mit gesellschaftlichen und literaturbetrieblichen Marginalisierungserfahrungen entwickelt wurden. Die ungeschriebenen Stilregeln der Sozialen Medien haben offenbar mit ihrem Fokus auf Authentizität und Amateurhaftigkeit Schnittmengen mit den Poetiken einiger Gegenkulturen; man denke etwa an performative Literaturformen wie Spoken Word und Poetry Slam, als emanzipatorische Schwarze Literaturformen,<sup>101</sup> zu denen eine zentrale Betonung von Authentizität, Körperlichkeit, Performance und Wahrhaftigkeit gehört, ebenso wie an die traditionell als weiblich und unliterarisch abgewerteten Formen Tagebuch, Klatsch und Plauderei.<sup>102</sup>

Die Autor:innen des Web 2.0 aktualisieren also ästhetische und ethische Werte, die sich in Gegenkulturen wie Hip Hop, Spoken Word und Poetry Slam bereits seit Jahrzehnten finden lassen – und konvergieren diese mit dem ganz basalen Grund, aus dem Menschen unterschiedlichster Hintergründe Social-Media-Plattformen nutzen. Denn folgt man Ben Yagodas Beobachtung, dass das Erzählen der persönlichen Geschichte bzw. das Berufen auf autobiografische Erfahrungen heute in vielen Kommunikationskontexten die dominante Art darstellt, zu argumentieren und zu überzeugen,<sup>103</sup> dann ist Identitätsarbeit in den Sozialen Medien eben nicht nur eine »ästhetische Praxis«<sup>104</sup>, sondern die Antwort auf eine starke gesellschaftliche Forderung:

»What occurs in contemporary late-capitalist society is a push-and-pull of multiple demands: the Enlightenment demand that one articulate oneself as a rational, reasonable, coherent, and intelligible subject [...], and a decentered and fragmented subjectivity, which fulfills the demand that we express identity in fleeting ways through forms of consumption that emerge at the nexus of late capitalism and postmodernism [...]. Social networking sites are effective in answering the contemporary cultural anxiety between these competing demands.«<sup>105</sup>

In Gesellschaften, in denen es eine solch widersprüchliche Anforderungskonstellation gibt, stellen die online verfügbaren Identitätstechniken also im Prinzip nichts Neues dar, sondern nur eine Fortführung der vielen »everyday nonvoluntarist and

<sup>100</sup> T. Rivera: You Have To Be What You're Talking About, S. 115.

<sup>101</sup> Vgl. J. Johnson: Killing Poetry, S. 17; J. Novak: Live Poetry, S. 16.

<sup>102</sup> Vgl. G. T. Couser: Memoir, S. 42. Ich komme auf diese Parallelen zu gegenkulturellen Literaturbegriffen in den Kapiteln 4.1 und 4.2 ausführlicher zurück.

<sup>103</sup> Vgl. B. Yagoda: Memoir, S. 28.

<sup>104</sup> Reichert, Ramón: Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0, Bielefeld: transcript 2008, S. 7.

<sup>105</sup> R. Cover: Becoming and Belonging, S. 61–62.

nonconscious performances of selfhood«<sup>106</sup>, die sich genauso im nichtdigitalen Raum ereignen.<sup>107</sup> So verweist auch der Kulturwissenschaftler Felix Stalder im Rahmen seiner Theoretisierung einer gegenwärtigen »Kultur der Digitalität«<sup>108</sup> auf die Tatsache, dass diese neue Kultur nicht monokausal durch ›die Maschinen‹ bzw. ›das Internet‹ verursacht wurde, sondern das Ergebnis längerer historischer Entwicklungen ist, die Bedürfnisse hervorgebracht haben, für die diese neuen Technologien, zum Teil rein zufällig, Lösungen bieten: »Die neuen Technologien trafen also auf bereits laufende gesellschaftliche Transformationsprozesse. [...] Verbreiten konnten sie sich nur dort, wo Bedarf für sie schon vorhanden war.«<sup>109</sup> Der Erfolg von Social-Media-Plattformen erklärt sich also auch daraus, dass sie dem Individuum ein Werkzeug zum Erfüllen des gesellschaftlichen »demand[] for selfhood«<sup>110</sup> bieten, das es in dieser perfekt zugeschnittenen Form vorher nicht gab.

Renate Giacomuzzi, die von einem gegenwärtigen »Bedürfnis [...] nach Authentizität«<sup>111</sup> auch bei Leser:innen ›klassischer‹ Literatur ausgeht, hat in diesem Kontext belegt, dass selbst professionelle, im Literaturbetrieb bereits etablierte Autor:innen online nicht ihr Werk, sondern ihre *Person* verkaufen: Sobald sie in ein soziales Netzwerk eintreten, sind sie – wollen sie es erfolgreich nutzen – gezwungen, mit ihren Leser:innen zu interagieren, Nähe herzustellen und die Trennung zwischen fiktiver und realer Autor:innenperson aufzuheben, oder das zumindest qua Kommunikationsstil zu suggerieren.<sup>112</sup> Ein solches Bedürfnis nach »Präsenzerfahrungen, die Autoren und Autorinnen in Werkeinheit mit ihren Texten präsentieren«<sup>113</sup>, lässt sich nicht nur im deutsch- oder englischsprachigen, sondern auch im chinesischen Literaturbetrieb beobachten.<sup>114</sup>

---

106 Ebd., S. 56.

107 Vgl. L. McNeill: Life Bytes, S. 145.

108 Stalder beschreibt als kennzeichnend für diese neue Kultur ebenfalls vor allem Formen der Referenzialität, der Gemeinschaftlichkeit und der Algorithmizität sowie eine Verstärkung der Rolle von Authentizität als Wert, siehe: Stalder, Felix: Kultur der Digitalität, Berlin: Suhrkamp 2021 [2016], S. 12–13.

109 Ebd., S. 21–22.

110 R. Cover: Becoming and Belonging, S. 62; C. Thimm: Ökosystem Internet, S. 23.

111 Giacomuzzi, Renate: »Der ›soziale‹ Autor. Zur Autorrolle im Kontext digitaler Kommunikationsmodelle«, in: Sebastian Böck, Julian Ingelmann, Kai Matuszkiewicz, Friederike Schruhl (Hg.): Lesen X.o. Rezeptionsprozesse in der digitalen Gegenwart, Göttingen: V&R unipress 2017, S. 109–125, hier: S. 119.

112 Ebd., S. 113–114.

113 Penke, Niels; Werber, Niels: »Medien der Literatur. Zur Einleitung«, in: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 49/3 (2019), S. 369–373, hier: S. 370.

114 Siehe H. Inwood: Verse Going Viral, S. 33–35; van Crevel, Maghie: Chinese Poetry in Times of Mind, Mayhem and Money, Leiden: Brill 2008, S. 37; van Crevel, Maghie: »Walk on the Wild Side. Snapshots of the Chinese Poetry Scene«, <http://u.osu.edu/mclc/online-series/walk-on-the-wild-side>, geprüft am 29.01.2019.

Gerade Autor:innen, die ihr Schreiben auf Social-Media-Plattformen begonnen haben und dort quasi literarisch sozialisiert wurden, wie etwa die ›Instapoets‹ auf der Plattform Instagram, verfolgen darum häufig eine »tactic of honesty«<sup>115</sup>: Sie inszenieren eine Einheit von Biografie und Text, von lyrischem und realem Ich, die sich in der Rezeptionserwartung von digitaler Authentizität in vielen Fällen als äußerst erfolgreich erweist. Tatsächlich ist die Erwartung an eine solche Einheit von Autor:in und Sprecher:in auf Social-Media-Plattformen offenbar so naturalisiert, dass sie die Interpretation selbst dann bestimmt, wenn eine Autorin explizit versucht, ihre Texte als fiktional oder nichtbiografisch zu markieren. So beschreibt etwa die Autorin Sarah Berger in einer Podiumsdiskussion, dass ihre Beiträge auf Twitter von Leser:innen stets als persönliche Befindlichkeitsäußerungen verstanden und entsprechend kommentiert würden, obwohl sie in der Selbstbeschreibung ihres Accounts darauf verweise, dass es sich um einen literarischen – und das heißt für Berger offenbar auch: fiktionalen – Blog handele.<sup>116</sup> Die normativ wirksame Authentizitätsästhetik der Sozialen Medien macht diese mithin zu einem idealen Publikationsraum für Schreibweisen, die eine Aufhebung der Trennung zwischen Text und Autor:in als Akt der kritischen Verletzbarkeit inszenieren.

## 2.5 Intimisierte Öffentlichkeiten

Allerdings qualifiziert die potenzielle Gleichsetzung eines Textes mit seinem oder seiner Autor:in allein natürlich noch keine Schreibweise als *radikal* verletzbar. Von radikaler Verletzbarkeit lässt sich erst dann sprechen, wenn auch eine offensive Thematisierung beschämender, das Subjekt in seinem Kern betreffender Themen (und die Verwendung entsprechender literarischer Formen) vorliegt, die unter ›normalen‹ Umständen nicht öffentlich gemacht werden würden. Tatsächlich lassen sich Social-Media-Plattformen, zumindest in Hinblick auf den inhaltlichen Aspekt, auch hier als besonders geeignete Räume für ein radikal verletzbares Schreiben beschreiben, weil auf ihnen die Grenze zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit zunehmend neu verhandelt wird, oder, anders gesagt: weil Öffentlichkeit auf ihnen die Eigenschaften des Privaten annimmt.

Simone Winko hat bereits 1997 in einer Untersuchung zur Selbstinszenierung von Autor:innen im Internet – in einer Zeit also, die sich noch deutlich dem Web 1.0 zuordnen lässt, und bei Akteur:innen, die beruflich eindeutig im Literaturbetrieb und nicht auf Social-Media-Plattformen sozialisiert wurden – eine erstaunlich Bereitschaft dazu festgestellt, intime Informationen im Internet bereitzustellen, die man in klassischeren Kommunikationsformaten des Literaturbetriebs, wie

---

<sup>115</sup> Taylor: The Queen and the Laureate, S. 24.

<sup>116</sup> Franzen: Autorinnen im Internet.

etwa dem Klappentext, eher zurückhalten würde.<sup>117</sup> Dies gilt in deutlich gesteigertem Maße für die heutige primäre wie sekundäre literarische Kommunikationen auf Social-Media-Plattformen, wobei die dort vorherrschende »digital intimacy«<sup>118</sup>, genau wie digitale Authentizität, vor allem eine *sprachlich hergestellte* Intimität ist. Wenn die physische Abwesenheit eines direkten Gegenübers es zu Beginn der frühen Neuzeit mit dem Wechsel von einer oral geprägten Kultur zu einer Kultur der Schriftlichkeit notwendig machte, »Semantiken und kommunikative Stile zu entwickeln, die Co-Präsenz und Authentizität simulieren«<sup>119</sup> (und sich beispielsweise in neuen Praktiken des Briefeschreibens zeigten<sup>120</sup>), so sind auch nun Schreibweisen und Codes gefragt, mit denen sich die Intimität, die sonst durch die physische Anwesenheit eines Gegenübers und die Flüchtigkeit der gesprochenen Sprache entsteht, sprachlich nachbilden lässt.<sup>121</sup> Die heutige Schreibsituation unterscheidet sich allerdings in Bezug auf ihre Öffentlichkeit wesentlich von der des 18. Jahrhunderts: Im Unterschied zu Briefen, die in der Regel nur von der für sie bestimmten Adressat:in gelesen werden, findet Kommunikation in den Sozialen Medien zumeist für jede:n einsehbar statt. Dennoch erinnert ihre sprachliche Form keineswegs an andere Anlässe öffentlicher Kommunikation, wie etwa eine Rede oder eine Pressemitteilung, sondern eher an deren Gegenteil: an ein privates, informelles Gespräch.<sup>122</sup>

Das heißt: einerseits ist sie zumeist »phatic in nature«<sup>123</sup>, dient also zuerst dem Zweck, soziale Bindungen zu erhalten und zu verstärken, und erst danach der Vermittlung von anderen Informationen. Andererseits beinhaltet sie das Veröffentlichen von Informationen, die offline kaum auf öffentlichen Kanälen kommuniziert werden – intime Informationen also, die man zum Beispiel nicht in Arbeitskontexten oder vor fremden Menschen äußern würde, von denen sie auf Social-Media-Plattformen aber de facto eingesehen werden könnten. Sam Hinton und Larissa Hjorth konstatieren angesichts dieser erstaunlichen Offenheit hinsichtlich privater Informationen in den Sozialen Medien einen regelrechten »intimacy turn«<sup>124</sup> der öffentlichen Kommunikation, der zu einer Erosion der Trennung zwischen öffentlichen und privaten Räumen geführt habe. Anhand einer Reihe von Beispielen auf Facebook zeigen sie, dass dieser *turn* durch die (oft falsche) Annahme eines exklusiven, geschützten Raums zustande kommt: Selbst, wenn man weiß, dass die ei-

117 Siehe S. Winko: Lost in Hypertext, S. 520.

118 A. Marwick, d. boyd: I Tweet Honestly, I Tweet Passionately, S. 118.

119 E. Wagner: Intimisierte Öffentlichkeiten, S. 64.

120 Vgl. Koschorke, Albrecht: Körperströme und Schriftverkehr. Mediologie des 18. Jahrhunderts, München: Fink 2003 [1999], S. 175.

121 Vgl. S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 85.

122 Vgl. ebd., S. 207.

123 A. Marwick, d. boyd: I Tweet Honestly, I Tweet Passionately, S. 118.

124 S. Hinton, L. Hjorth: Understanding Social Media, S. 3.

genen Veröffentlichungen auf Social-Media-Plattformen allgemein einsehbar sind, schreibt und publiziert man sie *mit dem Gefühl*, nur zu einem sehr bestimmten Publikum zu sprechen, das man aber zugleich nicht namentlich benennen könnte – oder, wie Kate Kovalik und Jane Scott Curwood eine Instagram-Dichterin zitieren: »It's private even though it's a public account.«<sup>125</sup>

Im Gegensatz zur Intimitätspraktik des Briefeschreibens, wie sie gegen Ende der frühen Neuzeit aufkommt, richtet sich digitale Intimität also nicht an eine einzelne Person oder eine klar definierte Gruppe von Adressat:innen, deren physische Abwesenheit durch bestimmte Kommunikationsformen überbrückt werden soll. Stattdessen ist für sie charakteristisch, dass zwar eine solche intimitätsinduzierende Kommunikationsform gewählt wird, man aber eben gerade *nicht* weiß, an wen sie sich konkret richtet. Es geht auf Social-Media-Plattformen also um das Herstellen einer *Intimität ohne konkreten Adressat:in*, das heißt, um eine »ambient intimacy«<sup>126</sup>, die sich eher als intime Gesamtatmosphäre denn als Herstellung einer Verbindung zu einer bestimmten Person beschreiben lässt. Es ist diese generelle Atmosphäre des öffentlich-intimen Sprechens, in die Autor:innen radikal verletzbarer Texte hineinschreiben. Die Öffentlichkeit, an die sie ihre Texte richten, ist eben nicht wirklich öffentlich – zumindest nicht im Sinne gängiger politik- oder medienwissenschaftlicher Definitionen. Stattdessen handelt es sich um eine »persönliche«<sup>127</sup> oder sogar »intimisierte«<sup>128</sup> Öffentlichkeit, die gekennzeichnet wird durch »die eigentümliche Verschränkung von dem Gefühl, unter sich zu sein und gleichzeitig vor einem großen Publikum zu sprechen«<sup>129</sup>.

Diese paradoxe Gleichzeitigkeit von sprachlich hergestellter Intimität und der Abwesenheit konkreter Adressat:innen macht das Genre von Texten wie etwa Stefanie Sargnagels Facebookposts oder Ianina Iltchevas Tweets aus. Sie erinnern zwar an Tagebucheinträge, markieren aber zugleich das Wissen darum, dass diese vermeintlichen Tagebucheinträge öffentlich einsehbar sind. Der entscheidende Punkt für dieses Schreiben, diesen Stil, ist: Es wird zwar ein Publikum angenommen, direkt adressiert und eingeladen, beinahe voyeuristisch an intimen Informationen teilzuhaben – diese Einladung ist aber nur deswegen möglich, weil das konkrete Publikum unbenannt, anonym bleibt.

Ein solcher »sense of intimacy within anonymity«<sup>130</sup> muss notwendigerweise prekär und empfindlich für Verletzungen und Missverständnisse bleiben. Gera-

<sup>125</sup> Kovalik, Kate; Curwood, Jen Scott: »#poetryisnotdead. Understanding Instagram Poetry Within a Transliteracies Framework«, in: Literacy 53/4 (2019), S. 185–195, hier: S. 193 (meine Hervorhebung).

<sup>126</sup> C. Dworkin: Poetry in the Age of Consumer-Generated Content, S. 683.

<sup>127</sup> J.-H. Schmidt: Social Media, S. 30.

<sup>128</sup> E. Wagner: Intimisierte Öffentlichkeiten, S. 122.

<sup>129</sup> Ebd.

<sup>130</sup> S. Smith, J. Watson: Virtually Me, S. 80 (meine Hervorhebung).

de weil eine genaue Vorstellung des Publikums die spezifische Intimität dieses Schreibstils unterlaufen würde, kann der Raum, in dem geschrieben und publiziert wird, nicht durch eine eindeutige Publikumsdefinition geschlossen werden. Der Ausschluss von nicht-gemeinten Adressat:innen – die Sicherheit, dass niemand diese intimen Bekenntnisse liest, der nicht sorgfältig mit ihnen umgeht – kann also nur durch die sehr weiche Barriere eines sprachlichen Codes, eines Jargons oder Sozioleks zu erreichen versucht werden, der ein bestimmtes Publikum einladen und ein anderes eher abweisen soll.<sup>131</sup>

Diese spannungsgeladene Grundsituation macht einen Teil der potenziellen Verletzbarkeit von Texten in den Sozialen Medien aus: Es besteht immer die Möglichkeit, dass das von der individuellen Autorin imaginierte Publikum sich von den tatsächlichen Leser:innen ihres Profils, Blogbeitrags oder Tweets unterscheidet.<sup>132</sup> Dass die potenzielle Rezeption, die potenziellen Les- und Deutungsarten eines Textes von seiner Autorin nicht kontrolliert werden können, gilt natürlich für alle literarischen Texte. Dieses grundlegende Charakteristikum von Öffentlichkeit erhält aber eine andere Brisanz, wenn die Trennung von Autorin und Text aufgehoben wird und die Inhalte der Texte so intim sind, dass die Autorin sich selbst beziehungsweise ihre soziale Position mit der Veröffentlichung des Textes gefährdet. Die Radikalität dieser Verletzbarkeit besteht, wie schon mehrfach betont, darin, dass sie nicht nur eine ästhetische Entscheidung ist, sondern reale lebensweltliche Konsequenzen für ihre Autor:innen hat.

Wenn Beiträge in den Sozialen Medien »weder in den leeren Raum des Null-Publikums noch in den unbestimmten Raum des Massenpublikums hinein geschrieben werden«<sup>133</sup>, dann handelt es sich bei diesem ambivalenten, intimisiert-öffentlichen Zwischen-Raum auch um einen idealen Raum für radikal verletzbares Schreiben: Einen Raum, in dem die überwiegende Mehrheit der Teilnehmer:innen das Gefühl hat, sie spräche nur mit der eigenen Peer Group oder Community, tatsächlich aber komplett öffentlich spricht. Wenn auf Social Media mithin inhaltlich das Private öffentlich und stilistisch das Öffentliche privat wird, wenn diese Plattformen also aufgrund ihrer kulturellen, formalen und sprachlichen Affordanzen einen Raum der »öffentlichen Idiome privater Gefühle«<sup>134</sup> darstellen, dann ist es nur folgerichtig, dass dieser Raum auch Platz zum Verhandeln genau derjenigen Scham bietet, die andernorts Themen, Personen und Erfahrungen in die Stille des Privaten verdrängt.

---

131 Vgl. S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 188.

132 Vgl. A. Marwick, d. boyd: I Tweet Honestly, I Tweet Passionately, S. 115.

133 Trilcke, Peer: »Ideen zu einer Literatursoziologie des Internets. Mit einer Blogotop-Analyse«, in: Textpraxis. Digitales Journal für Philologie 7/2 (2013), S. 1–54, hier: S. 17.

134 C. Dworkin: Poetry in the Age of Consumer-Generated Content, S. 683, meine Übersetzung.

## 2.6 Context Collapse

### Destabilisierte (Kon-)Texte, Destabilisierte Gattungsgrenzen

Diese besondere Eignung von Social-Media-Plattformen für ein proaktiv verletzbares Schreiben gilt umso mehr, als sich auf ihnen durch das Zusammenfallen privater und öffentlicher Räume häufig ‚peinliche‘ Momente ergeben. Ein solches Konvergieren zuvor getrennter sozialer Räume und Rollenerwartungen im uniformen Stream von Plattformen wie Facebook oder Twitter bezeichnet die Medienwissenschaftlerin danah boyd als »context collapse«<sup>135</sup>. Während sich, boyd zufolge, soziale Kontexte und die damit verbundenen Kommunikationsstile und Selbstperformances offline meist trennen lassen – man also beispielsweise bei einem Familienessen anders spricht und handelt als bei einem beruflichen Vorstellungsgespräch oder auf der Geburtstagsfeier einer Freundin – fallen all diese Kontexte in der intimisierten Öffentlichkeit des Facebook-Feeds oder der Twitter-Timeline, zumindest potenziell, zusammen: »[S]ocial network sites [...] flatten[] multiple audiences into one.«<sup>136</sup> Es kommt zum »presence bleed«<sup>137</sup>, einem ineinanderlaufen zeitlich und räumlich getrennter Rollenperformances in permanenter Gegenwart, in der verschiedene Präsentationsformen des Selbst verschmelzen und die Grenzen zwischen privaten und öffentlichen, zwischen persönlichen und professionellen Identitäten nicht mehr klar abgesteckt sind.

Social-Media-Nutzer:innen werden so immer wieder »von der Öffentlichkeit ihrer [eigenen] Mitteilungen überrascht«<sup>138</sup>. So äußert etwa Stefanie Sargnagel in ihren Facebook-Posts – auch und gerade in denjenigen, die zu einem späteren Zeitpunkt in Buchform zweitveröffentlicht wurden – Verwunderung oder gar Irritation über das Interesse für ihre Texte von Seiten etablierter Institutionen des literarischen Feldes wie Verlagen oder Literaturhäusern, an die sie sich mit ihrem Schreiben selbst (zumindest suggeriert sie das mit ihrer inszenierten Überraschung) gar nicht wenden wollte:

»Große deutsche Verlage schreiben mich plötzlich an: ›Wir haben gehört, Ihre kurzen Texte kommen gut an. Wir wären daher interessiert, aber nur an LANGEN Texten. Oder Kurzgeschichten. Das ist so, wie Ihre kurzen Geschichten, nur LÄNGER. LÄNGER IST BESSER! LÄNGER, LÄNGER, LÄNGER, WIE UNSERE LANGEN SCHWÄNZE!«<sup>139</sup>

<sup>135</sup> D. boyd: Social Network Sites as Networked Publics, S. 52.

<sup>136</sup> A. Marwick, d. boyd: I Tweet Honestly, I Tweet Passionately, S. 122.

<sup>137</sup> Gregg, Melissa: Work's Intimacy, Cambridge: Polity Press 2011, S. 2.

<sup>138</sup> E. Wagner: Intimisierte Öffentlichkeiten, S. 56.

<sup>139</sup> Sargnagel, Stefanie: Statusmeldungen, Reinbek: Rowohlt 2018, S. 90–91.

Eine solche Konfrontation mit einem nicht intendierten Publikum führt für reguläre Social-Media-Nutzer:innen zu Missverständnissen, zu »Peinlichkeiten und Fremdschämen«<sup>140</sup>. Für Autor:innen wie Dodie Bellamy, Yu Xiuhua oder Ianina Iltcheva aber, deren Schreiben auf derartige Verunsicherungen ausgelegt ist, stellt genau diese vorprogrammierte Vermischung von Rezeptionskontexten eine Affordanz ihrer Arbeit dar: Sie brauchen die kommunikative Atmosphäre und das potenzielle Risiko einer intimisierten Öffentlichkeit, in der sich Texte nicht an die Allgemeinheit, sondern an ein ganz bestimmtes und zugleich notwendigerweise nicht exakt definiertes Publikum richten. Da dessen Zusammensetzung sich aus der sozial-medialen Umgebung und dem Kommunikationsstil der jeweiligen Plattform ableitet, kann sie sich jederzeit verändern.<sup>141</sup> So hat die »imagined audience«<sup>142</sup> dieser Autorinnen, genauso wie die aller Social-Media-Nutzer:innen, einerseits immer den Charakter einer Community, mit aller dazugehörigen soziokulturellen Intimität.<sup>143</sup> Andererseits, und das ist an dieser Stelle mindestens ebenso stilprägend, lebt sie davon, niemals in Gänze bekannt und damit potenziell auch bedrohlich zu sein.

*Context Collapse* bedeutet aber nicht nur, dass man zu sehr unterschiedlichen Publikum spricht, obwohl man nur ein ganz bestimmtes im Kopf hat. Sie bedeutet im Umkehrschluss auch, dass sich unterschiedlichste Inhalte in einem Medium, auf einer Anzeigefläche vermischen und dort durch die »listenförmige Anordnung [...] in eine relative Vergleichbarkeit«<sup>144</sup> gerückt werden: Wenn alle Inhalte in einem einzigen, aus Sicht der Konsument:in zunächst ungeordneten, permanent weiterlaufenden Newsfeed angezeigt werden, dann heißt das auch, dass rein formal keine Trennung von literarischer und anderweitiger Kommunikation stattfindet.<sup>145</sup> Alle Inhalte stehen erst einmal gleichberechtigt nebeneinander, und ob es sich um Texte handelt, die mit einem literarischen (Selbst-)Verständnis verfasst und gelesen werden oder nicht, ist im Zweifelsfall gar nicht so leicht auszumachen, weil die hierfür etablierten Legitimationssymbole fehlen. Diese technische Affordanz kommt einem radikal verletzbaren Schreiben offensichtlich zugute: Einen Teil seiner Radikalität bezieht dieses ja eben aus dem Anspruch, sich einer Hinterfragung seiner literarischen Legitimität auszusetzen, indem sie auf Symbole und Sprachcodes, auf Literarizitäts- und Fiktionalitätsmarker verzichtet, die diese eindeutig markieren würden.

Die Vermischung unterschiedlichster Inhalte auf einer einzigen Anzeigefläche stellt aber noch in einer weiteren Hinsicht eine Affordanz für radikal verletzbares

<sup>140</sup> E. Wagner: *Intimisierte Öffentlichkeiten*, S. 56.

<sup>141</sup> Vgl. A. Marwick, d. boyd: *I Tweet Honestly, I Tweet Passionately*, S. 115.

<sup>142</sup> Ebd., S. 130.

<sup>143</sup> Vgl. S. Hinton, L. Hjorth: *Understanding Social Media*, S. 44.

<sup>144</sup> Vgl. E. Wagner: *Intimisierte Öffentlichkeiten*, S. 102–103.

<sup>145</sup> Vgl. W. Kuang: *Social Media in China*, S. 170.

Schreiben dar: Sie verunsichert die im (zumindest deutschen) Literaturbetrieb nach wie vor meist getrennten Sphären von *high* und *low*, von E- und U-Kultur. Konkret heißt das: Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Überschreitung von (bisher gültigen) Privatsphäregrenzen, die sich online durch *Context Collapse* und *Presence Bleed* vollzieht, und der Überschreitung, dem Exzess in den Texten, die sich einer verletzbaren Ästhetik bedienen. Denn in ihnen mischen sich, wie in den Feeds, in die sie eingebettet sind, Elemente, die üblicherweise nicht dem literarischen oder künstlerischen Bereich zugeordnet werden, weil sie als rein popkulturell, als kommerziell, platt, kitschig, naiv, banal oder zu persönlich gelten, mit solchen, die sich auch in einer konservativen Definition eindeutig als literarisch identifizieren lassen. Wie sich an den Feuilletondebatten um diese Texte erkennen lässt, erwächst daraus auch eine Verunsicherung der Definition des Literarischen selbst, die nicht selten als Angriff auf etablierte Qualitätskriterien und Institutionen interpretiert wird.<sup>146</sup>

Exemplarisch zeigt sich eine solche Verunsicherung der Trennung zwischen Hochliteratur und Genre etwa im Werk von Dodie Bellamy, dessen Transgressivität sich (auch) aus einer Vermischung des ›Niederen‹ und des ›Gehobenen‹ speist, mit der Bellamy, der Literaturwissenschaftlerin Kaye Mitchell folgend, »fundamental mechanisms of ordering and sense-making in Western cultures«<sup>147</sup> hinterfragt. Tatsächlich ist es die von Bellamy praktizierte Vermischung von ›billigen‹ und kitschigen Elementen, von der tagebuchartigen Schilderung emotionaler Ausbrüche und peinlicher Situationen sowie dem ironiefreien Genuss popkultureller Artefakte einerseits und von Reflexionen kritischer Theorie andererseits, die ihr Werk zugleich radikal und verletzbar macht – und die in erstaunlicher Weise den Aufbau eines Social-Media-Feeds widerspiegelt.<sup>148</sup>

Die Vermischung von Sphären, die eigentlich getrennt bleiben sollten – »the body's capacities for reaching out and spilling across domains we would like to keep separate«<sup>149</sup> – lässt sich Elspeth Probyn zufolge als eine grundlegende Voraussetzung für das Entstehen von Scham verstehen. Es ist darum auch diese Kapazität des Körpers wie des Feeds, aus- und überzulaufen, zu lecken, sauber getrennte Bereiche miteinander zu vermischen und zu kontaminieren, die Social-Media-Plattformen zu einem produktiven Ort für die literarische Erkundung von Verletzbarkeit macht.

---

<sup>146</sup> Ich untersuche einige dieser Definitionsämpfe in Kapitel 4.2.

<sup>147</sup> K. Mitchell: Vulnerability and Vulgarity, S. 167.

<sup>148</sup> Ebd., S. 165.

<sup>149</sup> Probyn, Elspeth: Carnal Appetites. Foodsexidentities, London: Routledge 2000, S. 9.

## 2.7 Hauptsache nebensächlich

### Das Soziale an den sozialen Medien

Wenn ein literarischer Text zwischen Buchdeckeln in der Regel zuerst als Kunstwerk wahrgenommen wird, das als solches idealerweise frei von heteronomen Funktionsansprüchen sein sollte, dann wird ein literarischer Text in den Sozialen Medien im Gegensatz dazu in erster Linie als Bestandteil einer fortwährenden Konversation interpretiert, der einen sozialen Zweck erfüllt und darum eng mit anderen lebensweltlichen Kontexten verwoben ist. Schließlich sind Social-Media-Plattformen mediale Räume, die explizit zum Zweck der Konversation designt wurden – und zwar insbesondere der beiläufigen, lockeren Konversation, die sich als »ein Plaudern in Schriftzeichen, in Bildzeichen, in Klangzeichen [rund um das] Marginale und Nebensächliche«<sup>150</sup> organisiert.

Technische und kommunikationskulturelle Affordanzen der Sozialen Medien laden also zum Sprechen über vermeintlich banale Alltagsthemen ein. Die Arbeit mit profanierten (Sprach-)Formen und die Thematisierung von banalisierten, alltäglichen Inhalten spielen aber ebenso eine Rolle für radikale Verletzbarkeit als feministische Kunstpraxis. Denn auch sie wendet sich Formen und Inhalten zu, die qua Banalisierung aus dem Bereich der (Hoch-)Kultur ausgeschlossen und zugleich oft als weiblich markiert werden: Plauderei, Klatsch und Kitsch sowie die alltäglichen Geschichten von ganz gewöhnlicher Angewiesenheit auf die Anerkennung durch Andere, von ›niederen‹ Themen wie Care- und Reproduktionsarbeit also. Dodie Bellamy fasst diese Verbindung von Genre, Alltagskultur und Weiblichkeit in einem Interview mit der folgenden Formulierung zusammen: »[T]o write from the position of one's femaleness is still to commit oneself to low culture.«<sup>151</sup>

Der Grundmodus der Alltäglichkeit und die *Atmosphäre der Beiläufigkeit* auf Social-Media-Plattformen, die sich als kommunikationskulturelle Affordanzen eines in diesem Sinne weiblichen Schreibens verstehen lassen, entstehen unter anderem durch die »immer wieder erfolgte Neuerung«<sup>152</sup> des Newsfeeds, die einzelne Beiträge sehr rasch gegen andere austauscht und damit das Gegenteil jener überzeitlichen Qualität erzeugt, die klassischerweise als Merkmal gehobener Literatur gilt. Hinzu kommt, dass sich die meisten Social-Media-Plattformen als Applikationen auf mobilen Endgeräten ortsunabhängig ins Alltagshandeln ihrer Nutzer:innen integrieren lassen und so einen Eindruck von ›liveness«<sup>153</sup>, von gefühlter Echtzeitkommunikation und pausenloser Verbundenheit suggerieren.<sup>154</sup> Stine Lomborg beschreibt

<sup>150</sup> H. Schulze: *Ubiquitäre Literatur*, S. 141.

<sup>151</sup> K. Mitchell: *Vulnerability and Vulgarity*, S. 165.

<sup>152</sup> E. Wagner: *Intimisierte Öffentlichkeiten*, S. 107.

<sup>153</sup> S. Lomborg: *Social Media, Social Genres*, S. 204.

<sup>154</sup> Vgl. X. Wang: *Social Media in Industrial China*, S. 33.

den Modus, in dem Nutzer:innen auf Social-Media-Plattformen lesen, schreiben und schauen, dementsprechend als eine charakteristische Kombination aus »ambient accessibility and peripheral awareness«<sup>155</sup>.

Dieser Rezeptionsmodus bedingt eine oberflächliche, lockere Sozialität, die sich wesentlich auch auf den Sprachgebrauch in den Sozialen Medien auswirkt. Die Linguistin Gretchen McCulloch verwendet zur Beschreibung dieses sprachlichen ›Ambientes‹ das Bild eines halb zufälligen Flurgesprächs: Das Newsfeed einer Social-Media-Plattform könne man sich vorstellen wie den belebten Flur in der Mittagspause, wo es dank der Informalität des Orts und der Ephemeralität der Situation zu den ›wirklich interessanten‹ Gesprächen käme. Vergleichbar mit anderen »third places«<sup>156</sup> wie etwa dem Café, der Kneipe oder auch einem ungeplanten Treffen auf der Straße, biete das Social-Media-Feed einen halb-öffentlichen Ort, an dem man jederzeit kommen oder gehen kann und dem daher der Charakter der spielerischen, offenen und überraschenden Konversation und der entsprechenden sprachlichen Codes anhafe.<sup>157</sup>

Dieses Klima nimmt Einfluss auf die Literaturproduktion, die auf Social-Media-Plattformen stattfindet. So hat etwa Heather Inwood für den Bereich der chinesischen Gegenwartlyrik nachgewiesen, dass das Internet dort bisher nicht, wie oft erwartet, hauptsächlich multimediale, experimentell-avantgardistische Gedichte hervorgebracht, sondern vor allem zu einer Kolloquialisierung der lyrischen Sprache geführt hat:

»[F]or many online groups the joy of the Internet lies in the speed with which poems can be produced and critiqued by fellow poet-citizens, thus facilitating connections between texts, poets, and communities. The result is a tendency toward an ever more free-flowing, chatty style of verse.«<sup>158</sup>

In ähnlicher Weise beschreiben Kovalik und Curwood den Verlauf der Schreibprozesse von englischsprachigen Instapoets als »spontaneously and reactively«<sup>159</sup> – eben: wie im Modus eines (mündlichen) Gesprächs – und halten als Schlussfolgerung fest: »Poetry therefore becomes an authentic, integrated aspect of their daily lives.«<sup>160</sup> Als charakteristisch für die Kunst- und Literaturproduktion in den Sozialen Medien lässt sich offenbar mit der Medienwissenschaftlerin Jean Burgess

<sup>155</sup> S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 172.

<sup>156</sup> McCulloch übernimmt den Begriff von Ray Oldenburg, siehe: Oldenburg, Ray: The Great Good Place. Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and other Hangouts at the Heart of the Community, New York: Marlowe & Company 1989.

<sup>157</sup> G. McCulloch: Because Internet, S. 220–228.

<sup>158</sup> H. Inwood: Verse Going Viral., S. 77.

<sup>159</sup> K. Kovalik, J. S. Curwood: #poetryisnotdead, S. 193.

<sup>160</sup> Ebd.

eine Art »vernacular creativity«<sup>161</sup> konstatieren: Während Kreativität im modernen Kultur- und Literaturbetrieb implizit als alleinige Domäne einer professionalisierten Elite – der Künstler:innen und Autor:innen – verstanden wird, wird in Zeiten von *user-created content* (wieder) sichtbar, dass Kreativität eine Tätigkeit ist, der alle Menschen nachgehen – auch in Erscheinung von Hobbies wie Wohnungsdekoration, Basteln, Tagebuchschreiben oder Stricken. Einem ähnlichen Gedankengang folgend bezeichnet McCulloch Internetkunst, wie zum Beispiel Memes, als »folklore« und zieht Parallelen zu »volkstümlichen Formen wie »dirty limericks, ghost stories, and pranks«<sup>162</sup>.

Die sozialen Medien, so ließe sich zusammenfassen, bieten also Raum für das Praktizieren eines populären, geradezu volkstümlichen, in jedem Fall aber zur Partizipation und Aneignung *einladenden* Genres.<sup>163</sup> Dieses Genre stellt insofern eine Herausforderung an den Literaturbetrieb dar, als es sowohl den Autorschafts- als auch Literaturbegriff vom Kriterium der Professionalität löst. Es korrespondiert also nicht nur mit der online vorherrschenden Authentizitätsästhetik, sondern auch mit dem Ethos der Amateur:in in emanzipatorischen Literaturbewegungen: Mit ihm teilt es den politischen Impetus, zu befragen, wer warum als legitime:r Künstler:in eingestuft und mit dem entsprechenden symbolischen und kulturellen Kapital versehen wird und wer nicht.

## 2.8 Schriftliche Mündlichkeit

Eine wichtige Affordanz für verletzbare Schreibweisen auf Social-Media-Plattformen sehe ich nicht zuletzt im Sprachwandel, der sich in den letzten zwanzig Jahren durch die Verbreitung digitaler Kommunikationsformen ereignet hat. Das liegt zum einen an den Themen und Stilformen, die er begünstigt, und zum anderen daran, dass er nicht nur mit den etablierten Normen für literarische Sprache kollidiert, sondern noch grundlegender: mit der Medialität und der Wissensordnung des gedruckten Buchs.

Dieser Sprachwandel umfasst, in seinem Kern, eine nur scheinbar paradoxe Rückkehr des Mündlichen in der Form des Schriftlichen. Mit der Etablierung

<sup>161</sup> Zitiert nach: S. Hinton, L. Hjorth: Understanding Social Media, S. 61.

<sup>162</sup> G. McCulloch: Because Internet, S. 261.

<sup>163</sup> Siehe hierzu auch Felix Stalders These der Herausbildung einer »eigentlich[] digitale[n] Volkskultur des Remix und Mashup«, etwa in der Form von Memes oder ähnlichen digitalen Adaptionen: »Die Gemeinsamkeit mit der traditionellen Volkskultur, im Gesangsverein oder anderswo, liegt darin, dass Produktion und Rezeption, aber auch Reproduktion und Kreati-on, weitgehend zusammenfallen. Die aktive Teilnahme verlangt zwar eine gewisse Fertigkeit, ein gewisses Interesse und Engagement, meist aber kein außergewöhnliches Talent« (F. Stalder: Kultur der Digitalität, S. 124).

von Email, SMS, Chatprogrammen und Instant-Messaging-Diensten hat sich ein überwiegender Teil der Alltagskommunikation ins Schriftliche verlagert. Entgegen der Feuilletonklage vom ›Ende des Lesens‹ dürfte es keinen Zeitpunkt in der Geschichte gegeben haben, an dem so viele Menschen so viel geschrieben und gelesen haben wie heute – nur eben nicht notwendigerweise in Buchform, und nicht notwendigerweise innerhalb der aktuell gültigen Kriterien des Literarischen.<sup>164</sup> Die neuen Funktionen, die die Schriftlichkeit nun übernimmt, verändern ihren Charakter grundlegend: Mit ihnen übernimmt sie zunehmend auch Charakteristika gesprochener Sprache.

Sowohl Heather Inwood als auch Kate Kovalik und Jen Scott Curwood zeigen in ihren Studien, dass Online-Plattformen und mobile Endgeräte durch ihre grund-sätzliche Ausrichtung auf Kommunikation, durch die Geschwindigkeit, mit der sie diese quasi in Echtzeit ermöglichen, und durch ihre Integration in den Alltag eine Entwicklung angestoßen haben, in der online verfasste Texte immer mündlicher, umgangssprachlicher, soziolektaler, konversationeller, und damit immer stärker auf den Beweis von Gruppenzugehörigkeit ausgerichtet werden.<sup>165</sup> Berit Glanz bezeichnet dieses sprachliche Register, in Anlehnung an das Nähe-Distanz-Modell von Koch und Oesterreicher,<sup>166</sup> als »konzeptionelle Mündlichkeit«<sup>167</sup>, die auch für online publizierte literarische Texte ihre Gültigkeit hat.

Umschreibungen wie »Charakter der Mündlichkeit«<sup>168</sup> oder »lettered quasi- orality«<sup>169</sup> verweisen auf die Tatsache, dass Schriftlichkeit online und in digitaler Kom-munikation ein Merkmal erlangt, das bisher fast exklusiv mit mündlicher Sprache assoziiert war: Informalität. McCulloch fasst diesen informellen Charakter wie folgt zusammen:

»Writing has become a vital, conversational part of our ordinary lives. [...] What's changed is that writing now comes in both formal and informal versions, just as speaking has for so long. We write all the time now, and most of what we're writing is informal.«<sup>170</sup>

Dieser Sprachwandel ist auch ein epistemischer Wandel: Er bedeutet eine andere literarische Ordnung als die moderne Kultur des gedruckten Buchs mit ihrer (häu-

<sup>164</sup> Vgl. H. Schulze: *Ubiquitäre Literatur*, S. 27.

<sup>165</sup> Vgl. auch G. McCulloch: *Because Internet*, S. 26.

<sup>166</sup> Siehe: P. Koch, W. Oesterreicher: Sprache der Nähe – Sprache der Distanz.

<sup>167</sup> B. Glanz: *Bin ich das Arschloch hier*, S. 112.

<sup>168</sup> E. Wagner: *Intimisierte Öffentlichkeiten*, S. 90.

<sup>169</sup> Pettitt, Thomas: »Media Dynamics and the Lessons of History. The ›Gutenberg Parenthesis‹ as Restoration Topos«, in: John Hartley, Jean Burgess, Axel Bruns (Hg.), *A Companion to New Media Dynamics*, Chichester: Wiley-Blackwell 2013, S. 53–72, hier: S. 63.

<sup>170</sup> G. McCulloch: *Because Internet*, S. 2–3.

fig gegenderten) Trennung von Schriftlichkeit und Mündlichkeit, Expertentum und Amateurstatus, E- und U-Literatur, Öffentlichkeit und Privatsphäre, Produktion und Reproduktion, und er umfasst andere Kriterien für die Legitimität einer öffentlichen Äußerung im Allgemeinen wie für die Qualität eines literarischen Textes im speziellen. Das eröffnet Spielräume für andere Autor:innen und für ein anderes Publikum, das vielleicht zum ersten Mal in seiner Lesebiografie öffentlich einsehbar Texte vorfindet, die ihm ein konkretes Identifikationsangebot machen, wie die Youtuberin Ariel Bissett in ihrer Dokumentation *#poetry* am Beispiel von Instapoetry und ihrer Popularität insbesondere bei jungen, weiblichen Leserinnen nahelegt:

»You cannot easily fit women into a structure that is coded as male. You have to change the *structure*. I see Instapoetry as a restructuring, or at the bare minimum a new structuring, a second structure. [...] This ecosystem is simply looking for different attributes.«<sup>171</sup>

Mit der Sprache verändern sich also auch die Kriterien, anhand derer die Güte eines Textes, die Interessantheit einer Autorin bemessen werden. Die Oralisierung und Informalisierung der Schriftsprache in Social-Media-Kontexten öffnet ebenso wie die Normen von Authentizität und Nebensächlichkeit den Raum des Literarischen für Formen, Stile, Inhalte und Themen, die im dominanten Diskurs des Literaturbetriebs der letzten zweihundert Jahren oft nicht als »echte« Literatur galten. Von früheren Hinwendungen zu populären Formen und Inhalten, wie sie sich etwa in Leslie Fiedlers postmoderner Forderung »Cross the Border, Close that Gap«<sup>172</sup> finden, unterscheiden sich diese Schreibweisen durch ihre Ernsthaftigkeit und die mit ihr verbundene Verknüpfung von Text und Lebenswelt: Wenn sie beispielsweise Kitsch oder Trash-Elemente in ihre Texte einfließen lassen, dann tun die entsprechenden Autor:innen das nicht nur in einem Modus spielerischer Ironie, sondern gegebenenfalls auch motiviert von tatsächlichem Interesse und tatsächlicher Berührung, und in ihren poetologischen Aussagen spielt der emanzipatorische Anspruch, Lebensrealitäten und Identitäten zu erzählen, die bisher literarisch kaum repräsentiert sind, weil sie nicht als legitimate Themen für Literatur gelten, eine wichtige Rolle.

Wie aber drücken sich Informalität und schriftliche Mündlichkeit in der Internetsprache konkret aus? Neben Slang, Emojis und online-spezifischen Abkürzungen zeigen sie sich etwa in einer Vielzahl von Partikeln, die den Charakter

---

<sup>171</sup> Bissett, Ariel: *#poetry*. Official Documentary, <https://www.youtube.com/watch?v=bu215ixgjty>, 2018, geprüft am 21.12.2022.

<sup>172</sup> Fiedler, Leslie: »Cross the Border, Close that Gap: Post-Modernism«, in: Bran Nicol (Hg.), *Postmodernism and the Contemporary Novel*, Edinburgh: Edinburgh University Press 2002 [1968], S. 162–168.

des spontanen Gesprächs, bei dem nach Worten gesucht und im Sprechen erst formuliert wird, unterstreichen. Die Vermittlung eines Tonfalls, einer Emotionalität durch »Groß- und Kleinschreibung (HATE), wiederholte Buchstabenfolgen (haaaa-te), Auslassungen zwischen Buchstaben (h a t e)«<sup>173</sup> kommt ebenso zum Tragen wie die generelle Akzeptanz eines größeren Umfangs an sprachlicher Variation, als ihn die formelle Schriftsprache zulässt. Rechtschreib- und Grammatikregeln können gebrochen werden, ohne dass ein Text dadurch an Legitimität verliert; im Gegenteil gewinnt er sie in der Erwartungsatmosphäre digitaler Intimität oft gerade erst dadurch, dass er sich von formaler Korrektheit freimacht.

Gleichzeitig mit dem Abstand zwischen mündlicher und schriftlicher Sprachform schrumpft so auch die kategoriale Unterscheidung zwischen Autor:in und Leser:in, die sich seit der Entwicklung des modernen Literaturbetriebs mitsamt seines Konzepts von professioneller Autorschaft etabliert hat.<sup>174</sup> Die Nahbarkeit und Alltäglichkeit, die von einer solchen Demokratisierung des Schreibens bzw. Publizierens und ihrer sprachlichen Ausgestaltung als mündliche Schriftlichkeit ausgeht, steht natürlich in einem direkten Zusammenhang mit der konzeptuellen Beiläufigkeit von Social-Media-Plattformen, und trägt ebenso dazu bei, sie zu einem prädestinierten Ort für die Thematisierung aller derjenigen Bereiche, Subjektpositionen und Lebenserfahrungen zu machen, die bisher nicht als legitime Inhalte für schriftliche Dokumente galten, weil sie als zu trivial, zu wenig durchdacht, zu unwesentlich, zu persönlich, zu irrational, zu alltäglich, zu flüchtig angesehen werden – und darum im Zentrum einer feministischen Verletzbarkeitspoetik stehen.<sup>175</sup>

Zu den Charakteristika oralisierter Schriftlichkeit gehört auch der ephemere Charakter, den man für gewöhnlich mit Mündlichkeit assoziiert – oder zumindest seine Annahme. Wie im Bereich der intimisierten Öffentlichkeiten gilt auch hier, dass diese Stilform nicht einfach die Wiederkehr eines alten Phänomens in neuem Gewand darstellt. Schriftliche Mündlichkeit meint nicht eine Verschriftlichung von mündlichen Inhalten, etwa im Sinne einer Mitschrift oder einer Transkription, sondern eine grundlegend neue Sprachform, in der die Schriftlichkeit Eigenschaften des Mündlichen übernimmt, zugleich aber ihre schriftliche Form beibehält.<sup>176</sup>

<sup>173</sup> E. Wagner, *Intimisierte Öffentlichkeiten*, S. 74.

<sup>174</sup> Vgl. G. McCulloch: *Because Internet*, S. 152–153.

<sup>175</sup> Vgl. hierzu: G. T. Couser: *Memoir*, S. 42: »In the past, genres associated with women – particularly the diary – garnered little respect from critics. [...] In contrast to men's diaries, those of women often focused on domestic routines. They were rarely considered worthy of publication. The same was true of another private form of life writing: letters. Recently, however, the situation has changed dramatically. [...] Feminism has been one force behind this trend. In an age of electronic communication, the rise of the blog and e-mail has probably also helped to bestow significance on their analog forerunners.«

<sup>176</sup> Internetsprache »is neither an imperfect transcript of casual speech nor a failed attempt at formal writing. Internet writing is a distinct genre with its own goals, and to accomplish those

Mithin trägt sie alle sprachlichen Anzeichen des Ephemeren, bleibt aber dennoch dauerhaft archiviert, häufig auch an Orten und in Kontexten, die der ursprünglichen Autor:in gar nicht bekannt sind.<sup>177</sup> Entsprechend spricht Stine Lomborg vom Internet als dem historisch ersten, dauerhaft öffentlich zugänglichen Archiv für medialisierte *Alltagskommunikation*.<sup>178</sup>

Ganz ähnlich wie bei der »ambient intimacy«<sup>179</sup>, der ungerichteten Intimität digitaler Räume, entsteht auch hier aus dem Verschmelzen zweier zunächst unvereinbar scheinender Extreme – der flüchtige Charakter der Mündlichkeit, das dauerhafte Archivierungspotenzial der Schriftlichkeit – ein Nährboden für radikal verletzbares Schreiben. Denn während die Ephemerität eine Umgebung erzeugt, in der sich Intimes leichter sagen lässt, weil es in eine schnell vergängliche, nicht dauerhaft kompromittierende Form fällt, steckt in der Tatsache seiner dauerhaften Speicherung natürlich genau das Potenzial für eine Verletzbarkeit, die das Subjekt weit über den Moment der Äußerung hinaus betrifft.

Felix Stalder bezeichnet die Synthese sich scheinbar gegenseitig ausschließender Gegensätze, wie sie auch im Fall mündlicher Schriftlichkeit vorliegt, als kennzeichnend für die Kultur der Digitalität. Die neue Qualität dieser digitalen Synthese-Kultur erläutert er exemplarisch am Beispiel der vom österreichischen Drag-Performer Thomas Neuwirth kreierten Kunstfigur Conchita Wurst:

»Nicht die Brüche zwischen den Elementen der alten Ordnung stehen im Vordergrund, sondern deren Synthese in der Gegenwart. Conchita Wurst, die bärige Diva, ist nicht zwischen widerstreitenden Polen zerrissen. Sie präsentiert vielmehr eine gelungene Synthese, etwas Neues, in sich Stimmiges, das sich gerade dadurch auszeichnet, dass die Elemente der alten Ordnung (Mann/Frau) sichtbar sind und gleichzeitig transzendiert werden.«<sup>180</sup>

Eine solche Gleichzeitigkeit, die Gegensätze nebeneinanderstehen lassen kann, ohne sie aufzuheben oder zu sublimieren, lässt sich auch, auf je eigene Weise, im Werk der drei Autorinnen beobachten, die ich im nächsten Kapitel als Beispiele für radikale Verletzbarkeit in der Literatur der Gegenwart lesen möchte.

---

goals successfully requires subtly tuned awareness of the full spectrum of the language« (G. McCulloch: Because Internet, S. 60).

<sup>177</sup> Vgl. d. boyd: Social Network Sites as Networked Publics, S. 47.

<sup>178</sup> S. Lomborg: Social Media, Social Genres, S. 8.

<sup>179</sup> M. Cross: Bloggerati, Twitterati, S. 136–137.

<sup>180</sup> F. Stalder: Kultur der Digitalität, S. 99.

