

SELBSTERKENNTNIS, SELBSTVERMARKTUNG UND SELBSTBESTIMMUNG IM INTERNET

Text: Maïke Stella Jung

Neue Leitmedien haben schon immer Argwohn auf sich gezogen, da sie die Gesellschaft und die Art, wie wir die Welt wahrnehmen, entscheidend prägen. Heute befinden wir uns auf der Schwelle zum digitalen Zeitalter - das alte Leitmedium Buch verliert an Bedeutung und wird durch das schon heute omnipräsente Internet ersetzt. Ein Aufschrei geht durch die Reihen der meist älteren Generationen: Verdummung! Überreizung! Vereinheitlichung! Entfremdung! Entkörperlichung!

“Ja, ich weiß, ich merk es doch selbst!”, ruft der Gestalter, “Aber was nun?”.

Das Internet - eine riesige Bibliothek, in der jede noch so spinnerte Idee Forum und Publikum findet. Der Gestalter mittendrin.

Als Schaffender, als Konsument, als Suchender nach Inspiration. Er postet seine neuesten Werke bei Facebook, er guckt sich die aktuellen Trends bei Nerdcore und De.Bug an, lacht über Scumbag Steve und Harlem Shake und paust das Segelboot von Google ab, statt sich an den Hafen zu setzen und es zu zeichnen.

Und doch sitzt da im Kopf dieses kleine Männchen, das einem von den sündigen Verführungen des Internets erzählt und das flauue Gefühl hinterlässt, etwas Falsches zu machen.

Machen wir uns zu Sklaven von etwas, das wir nicht verstehen? Wer ist dieser internetbesessene Gestalter und was bedeutet Selbstbestimmung im Zeitalter der Einsen und Nullen? Gehen wir einmal einen Schritt zurück. Nach Arno Grün ist Selbstbestimmung oder Autonomie der Zustand der Integration, in dem der Mensch in voller Übereinstimmung mit seinen eigenen Gefühlen und Bedürfnissen lebt.

Ein nicht autonomes Individuum dagegen passt sich der jeweils gültigen Autorität an. Das Problem der Anpassung ist jedoch nicht nur, dass wir alle bis zu einem gewissen Grad auch unfreiwillig nach dem Willen Anderer leben. Das Gefährliche ist, dass der Mensch anfängt, Freiheit zu fürchten.

Wir sehnen uns zwar alle nach Freiheit, lassen uns aber daran binden, von „Höherrangigen“ Anerkennung und Lob zu bekommen. Wir verlernen uns selbst wahrzunehmen, ohne die Resonanz der Anderen und verlieren auf diese Weise die Verbindung zu eigenen Gefühlen und Bedürfnissen.

Würden wir uns als freie Menschen wahrnehmen, müssten wir auch die volle Verantwortung für uns selbst und das „Gelingen“ unseres Lebens übernehmen. Die Angst vor dem Versagen in den Augen anderer aber lässt uns die Freiheit fürchten.

Und dann das.

Der Gestalter will nicht nur Anerkennung für sein Schaffen, nein, es ist auch noch sein Auftrag, Werke zu schaffen, die anderen gefallen. Das macht den Gestalter jedoch nicht per se zum fremdbestimmten Mäusechen.

Nur meistens ist es in der Arbeitswelt gar nicht gefragt, Neues zu schaffen. “Wir wollen etwas, das aussieht wie das”, ist nicht selten die Ansage des Kunden. Es

scheint, als wäre die Frage nach Selbstbestimmung hier fehl am Platz.

Und wieder sitzt da der Kamerad im Kopf, der einem ein schlechtes Gewissen einredet, wenn man die wichtigen Entscheidungen nicht selbst trifft.

“Bin ich nun also fremdbestimmt?”, fragt der Gestalter, “Ist es nicht meistens mein Job, nur auszuführen?” Der Gestalter kann und muss nicht Steuermann, Kapitän, Ruderer und Galionsfigur gleichzeitig sein. Er darf es locker nehmen, wenn ein Projekt nicht der eigenen Ästhetikvorstellung entspricht, auch wenn es mal marktschreierisch wird, auch wenn eben ganz klipp und klar Werbung gemacht wird. Das ist Teil des Geschäfts - Geld gegen visuelle Umsetzung, Geld gegen die zündende Idee, Geld gegen Marktanteile, Geld gegen Selbstbestimmung ...?

Da ist sie wieder, die Fremdbestimmung, die quälende. Das schlechte Gewissen. Der Schalk im Nacken. Und die gesellschaftliche Normalität.

Der Grat, an dem tatsächlich die eigenen Werte berührt werden, ist schmal und nur intuitiv zu erfassen. Ab wann kann und möchte man nicht mehr zu dem stehen, was man bewirbt? Ab wann “verkauft” man sich und seine Werte? Bei kitschigen Illustrationen für den Brustpumpenanbieter? Bei der beschönigenden Retusche der Hotelfotos? Oder doch erst beim Flyer für die Atomlobby?

Ist also Selbstbestimmung nicht Auftrag, sondern eher Privatvergütungen? Der freiberufliche Mediengestalter Sebastian erzählt: “Mach mal dieses und jenes”, sagt der Kunde, und innerhalb dieses Rahmens mache ich dann erstmal, was ich will, bin frei, kann erstmal rumspinnen. Nach und nach kristallisiert sich dann etwas heraus, was auch den Kunden glücklich macht. Ich fühl mich ziemlich selbstbestimmt in dem, was ich tue. Der Kunde ist keine Geißel der Selbstbestimmung, sondern einfach mein Wegweiser.”

Doch wo lebt der Gestalter sich aus? Im Internet. Als Mensch, der am Computer arbeitet, ist der Gestalter permanent online. Wie sieht es dort aus mit der Selbstbestimmung, diesem Zustand der Integration? Arbeit, Freizeit, Freundeskreis, Familie - alle Lebensbereiche finden in der virtuellen Öffentlichkeit statt – also auch immer darauf ausgerichtet, kompatibel zu sein. Soziale Netzwerke fördern die Sucht nach Anerkennung. Was wir posten, liken und kommentieren, richtet sich vermehrt nach den erwarteten Präferenzen der von uns anerkannten Autoritäten. Denn erfolgreich ist ein Beitrag im sozialen Netzwerk dann, wenn er von möglichst vielen gemocht und kommentiert wird. Der sabbernde pawlowsche Hund: Erfährt man eine positive Rückmeldung, möchte man diese wieder bekommen. Eine warme Dusche fürs Selbstbewusstsein. Wichtig wird, was Resonanz erzeugt und zwar in anderen, nicht in uns selbst.

Es gibt nichts mehr, was nicht kommuniziert wird. Sogar die Konsistenz der Milchkhaut auf dem Frühstückskaffee ist so manchem ein Statusupdate wert. So wird scheinbar selbst aus diesem völlig unbedeutenden Moment etwas, worüber man sich mit anderen verbinden kann. Indem ich einen Moment kommuniziere, wird er bedeutsam. Die Moral von der Geschichte folgt sogleich: Das, was nicht kommuniziert wird oder nicht kommunizierbar ist, verliert an Bedeutung. Wir werden unfähig, diesen Momenten selbst Bedeutung zu verleihen. Der Zwang, den Anderen die Bedeutsamkeit der eigenen Erlebnisse zu kommunizieren, bedingt deren Bedeutungslosigkeit.

Der Gestalter postet eifrig mit. Hier der ansehnliche Hühnchen-Walnuss-Salat, da die neuen Schuhe vom Secondhandladen und “seht alle her!”, wie gut die Haare heute sitzen. Längst verschwimmt die Grenze von Person und Persönlichkeitsprofil. “Wenn ich etwas gestalte, soll es auch gesehen werden.”, so Designstudentin Ina Krüger. “Am Anfang, da war mir alles noch so peinlich, was ich gemacht habe. Am liebsten sollte sich das niemand angucken. Mittlerweile haue ich alles raus. Wer weiß, vielleicht sitzt da irgendwer, dem das richtig gut gefällt und der dann was für mich zu tun hat. Da vermischen sich auch mal Persönliches und Berufliches.” Ideen können laut, leise, glamourös, verschämt oder vulgär daher kommen, mal soll Design auffallen, mal soll es dienen. Der Gestalter aber will sein Werk zeigen. Und das darf er auch.

“Exhibitionist!”, ruft da der kleine Mann im Nacken, “Selbstdarsteller! Narzisst!”

Was aber wäre Gestaltung, wenn die Gestalt, die entsteht, nicht gesehen wird? Exhibitionismus hin oder her - das Internet ist eine einfache und kostengünstige Möglichkeit, auf die eigene Arbeit aufmerksam zu machen. Auch wenn es dabei eine solche Flut an Möglichkeiten präsentiert, dass die eigene in Bedeutungslosigkeit unterzugehen scheint.

Geboren aus der Ratlosigkeit bleibt der Entschluss, die Situation gelassen zu nehmen. Einfach mal locker machen. Fremdbestimmung akzeptieren und Selbstbestimmung praktizieren. Wenn man sich dafür entscheidet, mit Werbung, Design oder Illustration Geld zu verdienen, muss man die damit einhergehende Fremdbestimmung akzeptieren können. Selbstbestimmt ist, wer sich seiner Werte bewusst wird und die eigenen Grenzen wahren lernt. Und wer sich die Sphäre des eigenen Erlebens aufrechterhält. So wird die Selbstbestimmung auch das Internet überleben.

Bleibt zu fragen, wer dieser Schalk, dieses Männlein im Nacken ist, das uns immer wieder unsere Unzulänglichkeit vor Augen führt. Ist es vielleicht unser gestalterisches Über-Ich? Die moralische Instanz in unserem Kopf, die uns zügelt, wenn wir zu sehr nach Geld, Anerkennung oder Aufmerksamkeit gieren? Oder ist es unsere Intuition? Eine Richtungsvorgabe unseres Unterbewusstseins, die uns angesichts komplexer Handlungsspielräume hilft Entscheidungen zu treffen? Auch wenn seine Wortwahl manchmal etwas drastisch scheint, lohnt es sich doch, seine Ausrufe ernst zu nehmen und die eingeschlagenen Wege zu überdenken.

P
O
S
T
E
U
M
M
E
I
N
D
E
R
L
E
B
E
N
I
N
N
E
N