

Zur Sozialität in digitalisierten Räumen

Thomas Döbler

A Einleitung

»Für immer jung« – so wurde von vielen Medien die Premierenshow von Abba in London im Mai 2022 überschrieben. Rund 40 Jahre nach ihrer Auflösung als Band feierte Abba ein spektakuläres Bühnenrevival, welches die Band, so manche Kommentator*innen, möglicherweise »unsterblich«¹ machen könne – denn statt der Bandmitglieder waren in London Abba-Avatare im Stil der 1980er Jahre auf der Bühne zu sehen, nicht Abba aus Fleisch und Blut, sondern Abba als Hologramme »konserviert in ewiger Jugend«². In dieser Show, mit der die Band nach Einschätzung des Informatikers Oliver Bendel im Deutschlandfunk³ »Kulturgeschichte« schreibe, scheinen *Zeit* und *Vergänglichkeit* ein gutes Stück aufgehoben; aber nicht allein die *Zeit*, sondern auch der *Raum*, das Erleben von *Raum* erfährt in dieser Show eine Veränderung, eine Verschiebung. Die Aussage der Journalistin Gabi Biesinger im selbigen Deutschlandfunkbeitrag, nach der sie im Laufe der Show »vergessen« habe, dass hier nur Hologramme auftreten, deckt sich mit vielen Posts von Besucher*innen in sozialen Medien, die von einem echten Live-Erlebnis in der Show berichten: »[...] You look around and people are really buying into the idea that ABBA are there.« Kaum verwunderlich ist es, dass nicht nur in Las Vegas bereits intensiv

1 Schwemmers 2022.

2 Kassel 2022.

3 Ebd.

darüber nachgedacht wird, das Avatar-Konzept für eigene Shows zu übernehmen, sondern generell in der Eventbranche, insbesondere in der Musik oder auch im Sport überlegt wird, mittels auf eine Bühne oder in ein Sportstadion projizierter Hologramme Live-Erlebnisse für Zuschauer*innen zu produzieren. Auch im privaten und beruflichen Kontext soll es künftig möglich sein, ortsferne Gesprächspartner*innen in die eigene direkte räumliche Umgebung zu übertragen und damit zwar eine virtuell simulierte, jedoch eine stark an eine physische face-to-face Kommunikation angenäherte Gesprächssituationen zu realisieren.

Schon mit dem Ausbau des 5G-Netzes scheint die verstärkte wechselseitige Durchdringung von physischen und virtuellen Räumen einen qualitativ bedeutsamen Schub zu erfahren,⁴ vor allem aber mit der Nachfolgetechnologie 6G, die nach aktuellen Prognosen bis Ende dieses Jahrzehntes zur Verfügung stehen könnte, soll etwa die Übertragung von Hologrammen in *high fidelity* realisierbar sein; mit der Idee des Metaverse soll diese Durchdringung von physischen und virtuellen Räumen, in denen wir anderen Nutzer*innen in Form von Avataren begegnen, einen – vorläufigen – Höhepunkt erreichen.⁵

Sicherlich braucht es noch Jahre, bis das Metaverse Realität werden wird, doch schon heute zeigen sich durch und in der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien vielfältige Wirkungen auf den Raum, auf Wahrnehmung und Erleben von Raum – sowohl auf der sozialen Mikro- als auch der Makroebene; unstrittig scheint, dass vernetzte digitalen Medien neue Möglichkeiten hinsichtlich der Gestaltung von Raum eröffnen. Viel diskutiert wird etwa seit der Coronapandemie, dass und wie Räume der Arbeitswelt, des Lernens, der Familie, des Privaten u. a. durch Homeoffice und Homeschooling sich vermischen, die Grenzen zwischen traditionell eher räumlich getrennten Lebensbereichen unscharf werden, sich partiell sogar aufzulösen scheinen. Virtuelle Treffen mit Freund*innen, gemeinsames Kaffee- oder Weintrinken vor dem Bildschirm, aber auch Trauern erlebten in der Coronazeit einen nachhaltigen Schub in Richtung digital vermittelter Räume. Bereits vor Corona wurden insbesondere in den sogenannten sozialen Medien vielfältigste und unterschiedlichste Räume z. B. für Selbstdarstellung, für Austausch und Kommunikation, für Marketing und Business etc. erstellt, deren Attraktivität in Likes und Followern gemessen wird. Auch die Partner*innensuche oder das Shopping, schon vor Corona stark in virtuelle Räume des Internets verlagert, erfuhren mit der während der Pandemie staatlich veranlassten Kontaktregelungen noch einmal eine deutliche Intensivierung.

4 Kafka 2022.

5 Ball 2022a.

Für vieles davon zeichnet sich mit dem Ende der Pandemie eine Rückkehr zu vor-Coronazeiten nur partiell ab: Homeoffice etwa wird zumindest in hybriden Formen des Arbeitens vielfach virtuell beibehalten oder in abgewandelter Form als wohnortnahes Arbeiten in neue Räume, in so genannte CoWorking Spaces überführt. Und auch manche Hochschulen wollen die Erfahrungen des virtuellen Lehrens und Lernens mit ihren positiven Elementen in hybriden Lernräumen und -formen erhalten. Das teilweise Arbeiten von zu Hause oder in wohnortnahen Co-Working Spaces, mehr noch das weiter zunehmende Online-Shopping haben heute schon Rückwirkungen auf die physische Anzahl und Ausgestaltung von Räumen (Büro- oder Verkaufsräume, aber auch gastronomische Einrichtungen) und damit auch die Gestaltung des gesamten Stadtraums.

Der nachfolgende Beitrag wird sich aus einer explizit sozialwissenschaftlichen Perspektive heraus, theoretisch und durch empirische Beispiele angereichert, der heute in ihren Veränderungen bereits erkennbaren Sozialität in digitalisierten Räumen widmen.

B Digitale Räume aus sozialwissenschaftlicher Perspektive

I Theoretische Ausgangsüberlegungen zum Raum

Innerhalb der Sozialwissenschaften wird *Raum* nicht nur als bloßes Umfeld, sondern als eine zentrale soziale Kategorie betrachtet, die auf sozialer Interaktion, Interdependenz und Relationen basiert.⁶ Dies ist allerdings noch eine vergleichsweise junge Perspektive auf den Raum, die sich erst in den letzten drei Jahrzehnten so durchgesetzt hat. Davor herrschte überwiegend eine Vorstellung von Raum als einem festen und abgeschlossenen *Container* oder eines geografisch lokalisierbaren Territoriums vor; in den 1990er Jahren vor dem Hintergrund von Globalisierung und der immer schnelleren Überwindung räumlicher Distanzen durch effektivere Transporttechnologien und der fast in Real Time-Übertragung von Informationen im Internet tauchte sogar die These eines zunehmenden Bedeutungsverlustes von Raum auf.⁷ Doch ebenfalls in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts begann mit dem so genannten *spatial turn* eine Abkehr von einer Vorstellung eines absoluten Raumes und hin zu einer relationalen Auffassung von Raum und damit letztlich auch zu einem Verständnis von Raum als Produkt sozialen Handelns.⁸

6 Knoblauch/Löw 2021.

7 Virilio 1994: 63.

8 Soja 2009.

In der absolutistischen Vorstellung existiert der Raum unabhängig von der Materie. Bewegliche Körper und Dinge befinden sich in einem Raum, der Raum selber bleibt unbewegt; der Raum ist einfach da und bildet für alle eine gleiche, homogene Grundlage des Handelns.⁹ In der relativistischen Raumvorstellung existiert der Raum dagegen nicht unabhängig von den Körpern. Raum wird hier verstanden als Relation, als Beziehungsstruktur zwischen Körpern. Der Raum selber wird dabei auch nicht mehr statisch, sondern als sich im Zeitablauf verändernd gedacht. Die Kernvorstellung, nach der Raum nicht als »naturhaft gegebener materieller Hinter- oder erdgebundener Untergrund sozialer Prozesse unveränderbar und für alle gleichermaßen existent angenommen«¹⁰ werden kann, hat sich innerhalb der Sozialwissenschaften in den letzten drei Jahrzehnten weitgehend durchgesetzt. Der Raum selbst wird als sozial produziert, damit sowohl Gesellschaft strukturierend als auch durch Gesellschaft strukturiert verstanden – und im und mit dem gesellschaftlichen Prozess verändert sich eben auch der Raum.¹¹

Im deutschsprachigen Raum ist insbesondere Martina Löw mit der von ihr unter Rückgriff auf Giddens' »Dualität von Struktur«¹² entwickelten Idee einer »Dualität von Raum«¹³ sehr prominent. Raum entwirft sie dabei als einen Prozess, als eine andauernde »relationale (An)ordnung«¹⁴ von Objekten und Körpern, die in einem kognitiven Syntheseprozess zu Räumen verflochten werden. Der Begriff (An-)Ordnung soll sowohl auf die Handlungs- als auch auf die strukturelle Dimension verweisen und deren reziproke Beziehung betonen. Löw zufolge wohnt Räumen also sowohl eine »Ordnungsdimension, die auf gesellschaftliche Strukturen verweist, als auch eine Handlungsdimension, das heißt der Prozess des Anordnens«¹⁵ inne. Analog zu Giddens' sozialen Strukturen begreift Löw räumliche Strukturen als vor allem durch die Herausbildung und institutionelle Verfestigung von Routinen entstanden; den Handlungsaspekt versteht sie als Resultat zweier meist gleichzeitig ablaufender Prozesse, die sie mit *Spacing* und *Synthese* umschreibt.

Spacing meint dabei das Anordnen von Objekten und Körpern, oft mit symbolischen Markierungen versehen, um Ensembles als einander zugehörig zu kennzeichnen. Die Platzierungen erfolgen in Relation zu anderen Platzierungen und umfassen bei bewegten Objekten und Körpern sowohl den Moment

9 Görlich/Wandeler o. J.: 7.

10 Löw/Sturm 2019: 4.

11 Ebd.

12 Giddens 1987.

13 Löw 2001.

14 A. a. O.: 131.

15 Ebd.

der Platzierung als auch die Bewegung zur nächsten. Die Synthese von Raum¹⁶ ist die interpretative Zusammenfassung von Objekten und Menschen zu einzelnen Räumen über Wahrnehmungs-, Vorstellungs- und Erinnerungsprozesse, die sich in der alltäglichen Praxis zur Synthese verzahnen.¹⁷ Diese Differenzierung ist analytisch, in seiner spezifischen Beschaffenheit wird Raum durch das gleichzeitige Auftreten dieser beiden Komponenten konstruiert.

So wie Raumwahrnehmung und Raumkonstitution nicht im luftleeren Raum erfolgt, erfolgt auch das *Spacing* nicht geschichtslos – es kann nicht ohne die Synthese, in der die Geschichte früherer Platzierungen erinnert wird, vollzogen werden.¹⁸ Raum, so Löw, konstituiert sich eben auch in der Zeit und kann nicht der starre Behälter sein, der unabhängig von den sozialen und materiellen Verhältnissen existiert.¹⁹ In Anlehnung an Lefebvre²⁰ begreift Löw die Raumkonstitution nun nicht nur in der Sichtbarkeit der physischen Welt verankert, sondern betont die Beanspruchung aller sensorischen Möglichkeiten des Körpers.²¹ So kann ein Objekt, auch wenn es gar keinen visuellen Reiz aussendet, zur Bildung einer räumlichen Verknüpfung herangezogen werden. Diese Verdichtung der Wahrnehmung bezeichnet Löw als »Spüren der Umgebung«²². Dieses Spüren umfasst ein Wahrnehmen auch jenseits der Ebene des Sichtbaren und vermag dem Raum eine eigene Qualität zu verleihen. Das Phänomen, dass sich Wahrnehmung und Außenwirkung räumlicher Objekte und Körper verzahnen, umschreibt Löw mit dem Begriff der »Atmosphäre«²³. Atmosphären »machen den Raum als solchen und nicht nur die einzelnen Objekte wahrnehmbar«²⁴. Die atmosphärische Qualität von Räumen ist dabei nicht rein subjektiv und individuell, sondern sozial produziert. Die atmosphärische Qualität von Räumen entsteht in der Wechselwirkung zwischen der

16 Hier greift Löw auf Läßle zurück: »Raum« ist also nicht etwas unmittelbar gegebenes und wahrnehmbares, sondern ergibt sich erst als Resultat menschlicher Syntheseleistung [...]« (Läßle 1992: 202).

17 Knoblauch/Löw 2021. So entsteht etwa der Raumtyp Straße »wenn Gebäude, Fahrbahn, Passanten, Fahrzeuge, angrenzende Läden sowie Kleinelemente wie Sitzbänke, Strassenlampen, Abfallkübel, Bäume etc. in einem bestimmten Verhältnis zueinander erbaut und platziert werden und von den Menschen, die sich darin bewegen, in der Wahrnehmung und Vorstellung entsprechend verknüpft« (Görlich/Wandeler o. J.: 8), also synthetisiert werden.

18 Deshalb gelingt es uns etwa, ein Gebäude als Kirche, als Rathaus oder Schule wahrzunehmen und voneinander zu unterscheiden.

19 Löw 2001: 131.

20 Lefebvre 1991.

21 Löw 2001: 195.

22 Ebd.

23 A. a. O.: 204.

24 A. a. O.: 206. Mit Atmosphäre ist nicht die bloße Übertragung von Gemütszuständen auf die Umgebung gemeint. »Raum ist eine an materialen Sachverhalten festgeschriebene Figuration, deren spürbare unsichtbare Seite die Atmosphäre ist« (A. a. O.: 205).

Wahrnehmung²⁵ der Elemente, welche den Raum bilden, und der symbolisch-materiellen Ausstrahlung, der Wirkung dieser Elemente – diese Wirkung ist und wird über Gestaltung und Design inszeniert und gesteuert.²⁶ Räume und deren Atmosphären erzeugen jedoch nicht immer dieselbe Wirkung, sondern unterscheiden sich nach sozialen und kulturellen Dimensionen. Raum ist habituell vorstrukturiert als »Produkt vergangener Auseinandersetzungen und Ausdruck der Kräfteverhältnisse einer Gesellschaft«²⁷.

Raum ist also nicht etwas, das dem Sozialen unverbunden gegenübersteht, sondern Produkt des Sozialen. Räume als soziale Produkte meint dabei weniger, dass Räume geplant und gestaltet werden, sondern dass Räume »für Menschen nur dadurch zu Räumen werden, als sie als soziale Gebilde hergestellt werden müssen«²⁸. Im Alltagsverständnis ist die Verwendung der Begriffe Raum und Ort oft synonym, der Raum ist von seiner Lokalisierung nicht getrennt. Schon die Aufspaltung in materielle und symbolische Aspekte ermöglicht es, den Raum von seiner unmittelbaren Ortsgebundenheit zu entkoppeln. Insbesondere jedoch mit der Entwicklung der Informationstechnologien können Räume geschaffen werden, die konkrete Lokalisierungen transzendieren und Räume an unterschiedlichen (Stand-)Orten in Echtzeit miteinander verknüpfen: Die selbstverständliche Kongruenz von Raum und Ort löst sich mit und im Internet offensichtlich auf,²⁹ was nicht zuletzt in der beliebten Verwendung von Raumbegriffen und -umschreibungen wie Cyberspace, *global village*, Datenautobahn, *traffic*, Echokammern etc. seinen metaphorischen Niederschlag findet.³⁰

Jenseits solch metaphorischer Umschreibungen eröffnen die vernetzten digitalen Medien neue Möglichkeiten hinsichtlich der Gestaltung, der Wahrnehmung und des Erlebens von Raum. Indem die Kluft zwischen Orten überwindbar wird, werden Möglichkeiten zu translokalen ko-präsenten Beziehungen geschaffen. Im Unterschied zu den bisherigen Massenmedien ermöglichen die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien nicht nur eine *many-to-many*-Kommunikation, sie ermöglichen auch neue Formen

25 Wahrnehmung versteht Löw dabei als Handlung, als Aktivität: Sie ist selektiv und geprägt durch Wahrnehmungsschemata, welche über Bildung, Sozialisation und individuelle Biografie vorgegeben sind.

26 Vgl. Löw 2001: 205 f.

27 A. a. O.: 209.

28 Löw 2015: o. S.

29 Schon 1992 diagnostizierte etwa Dieter Läßle, dass »durch die Integration von Telekommunikation und Computer und die zerfließenden Grenzen zwischen Mensch und Rechner« sich eine »neue, tiefgreifende Transformation unserer Raumvorstellungen« abzeichnet (Läßle 1992: 204).

30 Döbler/Pentzold/Katzenbach 2021: 11.

materialer Produktion etwa in der Industrie 4.0, neue Formen von Mobilität, von sozialer Kontrolle (Überwachungssysteme) und Koordination (Smart Cities) – und auch eigentätige, autonome Handlungen der Technologien selbst, wie etwa selbstfahrende Autos.³¹ Die neu gestalteten Smart Cities mit ihrer digitalen Vernetzung von menschlicher Mobilität, natürlichen Ressourcen und technischen Systemen, zeigen exemplarisch wie es gelingt, verschiedenste Aktivitäten zu synthetisieren.³² Knoblauch und Löw nennen auch telemedizinischen Operationen, bei denen ein materiell und körperlich wirkender Eingriff an einem Ort direkt von einem anderen Ort aus vorgenommen wird.³³ Am Beispiel des global vernetzten Finanzsystems lässt sich nicht nur die bisherige Vorstellung räumlich begrenzter sozialer Situationen in Frage stellen, sondern zudem aufzeigen, wie auch die klassische Trennung zwischen mikrosozialem Handeln in *face-to-face*-Interaktionen, lokal organisierten Gruppen und gesellschaftsweiten Makrostrukturen überbrückt wird: Über den Bildschirm interagieren hier nämlich gleichsam simultan miteinander gekoppelte Finanz-Informationssysteme translokal derart miteinander, dass über finanzspezifische zeichenhafte Repräsentationen (Wechselkurse, Börsenstände etc.) Handlungen vollzogen werden, die unmittelbare Folgen für Produkte, Firmen und mitunter ganze Volkswirtschaften haben.³⁴

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass anders als in einer Sichtweise, wonach die digitalen Kommunikationsmedien den Raum unbedeutend(er) machen, sich in der hier eingenommenen Perspektive ein Prozess der Generierung, Entfaltung und Ausweitung von Räumen erkennen lässt.³⁵ Raum und Räume scheinen also umgekehrt an Bedeutung zu gewinnen, wobei gerade die Verzahnung von unterschiedlich konstituierten und funktionierenden Räumen z. B. von virtuellen und physischen, von lokalen und globalen, von transitiven und stationären Räumen von Interesse ist. Auch die im scheinbar ortlosen digital vernetzten »Raum der Ströme«³⁶ haben neben einer symbolischen, stets eine materielle Dimension; Handlungs- und Kommunikationsoptionen werden vermehrt durch die Regeln von Plattformen als reglementierten *spaces* von Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit und Aggregation definiert.³⁷ Die räumlich etablierten Relationen gestalten sich dabei heterogen und gehen mit Formen der Segregation, Hierarchisierung und Kontrolle

31 Knoblauch/Löw 2021.

32 Löw/Stollmann 2018.

33 Knoblauch/Löw 2021.

34 Knorr-Cetina 2014, zitiert nach Knoblauch/Steets 2020: 146.

35 Döring/Thielmann 2008.

36 Castells 2004: 467.

37 Gillespie 2010.

einher. Durch die Gestaltung räumlicher Bedingungen wird Handeln strukturiert, womit auch z. B. Machtausübung und Machtpotenziale bezüglich deren räumlichen Dimensionen zu analysieren sind³⁸.

II Empirische Beispiele

Aus einer heutigen sozialwissenschaftlichen Perspektive erscheint es weitgehend unstrittig, dass die neuen digitalen Medien den Raum keineswegs verschwinden oder unbedeutend werden lassen, sondern dass im Gegenteil ein Prozess der Schaffung und Ausdehnung, wie auch der Transformation oder auch Schrumpfung von Räumen konstatiert werden kann.³⁹ Nachfolgend soll nun entlang einiger ausgewählter Beispiele aufgezeigt werden, wie und durch welche (Kommunikations-)Formen in den digitalen Medien und durch eine Verknüpfung von digitaler und realer Welt, Räume umgestaltet und erweitert werden oder möglicherweise auch gänzlich neue Räume entstehen.

Das erste vorgestellte Beispiel mit einem Fokus auf lebensweltliche Aspekte in der Alltagspraxis und -kommunikation befasst sich mit jungen Müttern.

1 Das Beispiel ›Junge Mütter‹⁴⁰

Eine besondere Relevanz haben die digitalen Kommunikationsmöglichkeiten für Menschen, die räumlich eingeschränkt, im schwersten Fall sogar immobil, sind: Unmittelbar denkt man hier an Alte, an Kranke, an Menschen mit Behinderungen; ebenso gehören aber auch die im häuslichen Umfeld durch Pflege und Betreuung *räumlich gebundene* Personen hierzu. Ein Spezialfall der beiden letztgenannten Gruppen sind junge Mütter – immer noch deutlich weniger die Väter, insofern bewusst eine Konzentration auf junge Mütter – die sich aufgrund ihrer Fürsorge sowie ihrer Bedeutung für die Ernährung und Entwicklung des Nachwuchses, zumindest in deren ersten Lebensphase in ihrer individuellen, räumlichen Mobilität oft eingeschränkt fühlen. Eine Studie für den nordamerikanischen Markt, die ergab, dass die befragten »Millennial Moms« sowohl überdurchschnittlich viele Accounts in sozialen Netzwerken haben als auch dort mehr Zeit verbringen,⁴¹ konnte ähnlich für Deutschland

38 Döbler/Pentzold/Katzenbach 2021.

39 Ebd.

40 Dieses Beispiel wie auch die wörtlichen Interviewaussagen aus der hier vorgestellten Studie beruhen auf der Studie und den Ausführungen von Kronewald/Preer 2021.

41 Weber Shandwick/KRC Research o. J.: 3.

bestätigt werden: »Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Instagram, aber auch Blogs werden heute sehr stark genutzt, nicht zuletzt, um sich über Kinder- und Familienthemen auszutauschen.«⁴² Eine explorative Studie, Ende der 2010er Jahre mit jungen Müttern in Norddeutschland von Kronewald und Peer durchgeführt, bezeugt ebenfalls, dass junge Mütter im öffentlichen und im privaten Raum Einschränkungen und Begrenzungen wahrnehmen, ihren Alltag an den Rhythmus des Babys anpassen und – zumindest in der frühen Phase – eigene und vor allem auch Mobilitätsbedürfnisse zurückstellen.⁴³ Die Nutzung des Internets, insbesondere der Sozialen Medien hilft den jungen Müttern jedoch, diese neue Lebensphase, die mit räumlichen Begrenzungen, aber auch mit Unsicherheiten und einem hohen Informationsbedarf einhergeht, zu meistern. Denn unabhängig von einer auch nur temporären und kurzfristigen räumlichen Immobilität (z. B. während des Stillens) steht das Internet durch die hohe Handlichkeit und *usability* von Smartphones und Tablets jederzeit zur Nutzung bereit. Deshalb ist die Internetnutzung junger Mütter sehr ausgeprägt. Das Internet wird bei Fragen vielfach als erstes konsultiert, denn reale Personen, wie Partner, Freunde oder Eltern, stehen in der akuten Fragesituation nicht immer im Nahraum oder via Digitalkommunikation zur Verfügung und können auch nur auf ihren individuellen Erfahrungsschatz zurückgreifen: So erzählt etwa die Befragte 5 (B5): »So Sachen wie ›Macht die kalte Milch Bauchweh?‹ hab ich zum Beispiel gerade gegoogelt [...].« oder B2: »Wenn ich mich irgendwie frage, ob das komisch ist, wenn sie immer noch so schlecht schläft oder wissen will wie ich es besser machen kann. Ich hab zum Beispiel gegoogelt, welche Rituale, ab wann Sinn machen [...].«⁴⁴ Junge Mütter finden im Internet einen – vermeintlich – geschützten Raum, der ihnen jederzeit offensteht und in dem sie ohne Wertung durch Personen im sozialen Nahbereich, ihre Fragen stellen können. Kurz: Das Informationsbedürfnis ist für die Internetnutzung junger Mütter besonders charakteristisch. Gleichzeitig reflektieren sie die dort gefundenen Informationen durchaus kritisch und versuchen, trotzdem noch ihrer eigenen Intuition zu vertrauen, so z. B. B2: »Ich wollte noch sagen, dass das Wichtigste ist, das man das meiste auch intuitiv macht. Ich glaube es verunsichert auch, wenn man zu viel nachguckt.«⁴⁵

Weitere Ergebnisse dieser Studie sind, dass die jungen Mütter die Meinung von Personen, die sich zwar räumlich entfernt, aber in einer ähnlichen Situation befinden, häufig für sich als relevanter einschätzen als die Meinung von Expert*innen oder situationsfremden Personen aus dem sozialen Nahbereich

42 Lewicki/Greiner-Zwarg 2015: 12.

43 Kronewald/Preer 2021.

44 A. a. O.: 260.

45 A. a. O.: 261.

(zum Beispiel Freunde ohne Kinder, Eltern), sodass das Gemeinschaftserleben in diesem über digitalisierte Kommunikationstechnologien stattfindenden Austausch stark wirksam ist; B1:

»Ich finde es halt auch schön, wenn man mal sagt ›Ich hatte heute so einen beschissenen Tag‹, so und man kann da echt rummotzen und dann kommen da echt 30 andere Mamas, denen es genauso geht und ich denke ›Ok, mir geht's wieder ein bisschen besser‹. Finde ich auch gut und das habe ich sonst nicht. Klar, meine Mama sagt immer: ›Ach, wird schon wieder! [...] Aber da hab ich nur eine Meinung und bei Instagram kriege ich ganz viele schöne Meinungen.«⁴⁶

Inbesondere mobile Medien wie Smartphones bedeuten für junge Mütter nicht nur die »Portabilität medientechnischer Apparate«⁴⁷, sondern auch »eine Mobilität mit sich tragbarer medialer Räume«⁴⁸. Ein Medium wie WhatsApp erlaubt trotz eingeschränkter Immobilität und unabhängig von geografischer Distanz den Kontakt zu persönlich bekannten Müttern. Darüber hinaus ermöglichen Instagram Mama-Blogs und andere Plattformen jungen Müttern andere neu kennenzulernen, die mitunter auch zu Freundinnen werden und mit denen sie ihren Alltag, Fragen und Befindlichkeiten teilen; B3:

»Ja, es sind sogar einige geworden. Man wundert sich wirklich, wie schnell das geht. Also es ist wirklich so eine richtige Community geworden und man fühlt schon richtig mit oder man fiebert schon richtig mit, wenn bei denen etwas passiert oder so, obwohl man die noch nie persönlich getroffen hat.«⁴⁹

Digitale und soziale Medien ermöglichen somit eine Art der Erweiterung des Raums; die empfundenen Immobilitäten und geographische Distanzen lassen sich durch den Eintritt in den medialen Raum überwinden; B5:

»Ich hatte vor dem Kind kein Smartphone [...]. Ich hab mir einen Monat nach seiner Geburt eins geholt, weil er immer so 1,5 Stunden für eine Stillmahlzeit gebraucht hat und ich hab mich dabei unendlich gelangweilt. Aber ich konnte mich ja auch nicht hier vor den Computer setzen. Er hat ja dafür schon Ruhe gebraucht und dann hab ich mir wirklich dafür ein Smartphone geholt, um in der Zeit irgendwas machen zu können.«⁵⁰

46 A. a. O.: 263.

47 Buschauer 2010, zitiert nach Kronewald/Preer 2021: 250.

48 Kronewald/Preer 2021: 250.

49 A. a. O.: 262.

50 A. a. O.: 258.

Oder B4:

»Und am Anfang, wenn sie kleiner war, [...] da hab ich beim Stillen, weil das ewig dauert, da habe ich dann öfter mein Handy genommen und bei Facebook was gelesen. Sie lag ja dann meist eh mit Augen zu. Weil sonst dreht man durch, wenn man den ganzen Tag da sitzt. Du sitzt da halt teilweise gefühlt drei Stunden. Und ja am Anfang, die ersten Tage war ich ganz strikt nur beim Kind und dann habe ich irgendwann gedacht ›ach was‹. (Lachen) Genau, aber jetzt, wo sie älter ist, mache ich das auch nicht mehr, aber wenn sie zwischendurch schläft oder so, dann nehme ich auch mein Handy und gucke bei Facebook.«⁵¹

Wohnen andere Mütter im nahen lokalen Umfeld, wird die zunächst virtuelle Online-Freundschaft mitunter in eine reale Offline-Freundschaft überführt. Dies bestätigt Überlegungen aus anderen Studien, wonach

»[...] sich online anfängliches bridging Sozialkapital mit der Zeit wahrscheinlich in bonding Sozialkapital verwandeln kann. Dies wäre dann der Fall, wenn anfänglich lose Beziehungen, die online geknüpft wurden, sich im Laufe der Zeit zu starken Bindungen entwickeln, die von Vertrauen, Reziprozität und gemeinsam geteilten Werten geprägt sind.«⁵²

B7: »Ja, das ist ganz anders und ich hab durch Instagram zum Beispiel auch neue Freundschaften geschlossen und ich habe neue Mamis kennengelernt und das finde ich total toll, das hätte ich gar nicht gedacht, dass das so einfach ist. Das macht echt Spaß.«⁵³ Physische Kontaktaufnahmen erfolgen aber nicht nur im näheren geografischen Umfeld, sondern man trifft sich mit bislang nur aus dem Internet bekannten Müttern zu so genannten *Insta-Mama-Treffen* persönlich auch an geographisch entfernten Orten. Damit führt die Internet- sowie Social Media-Nutzung in einer ursprünglich zeitlich und räumlich restriktiven Situation sogar zu einer realen räumlichen und sozialen Ausweitung der eigenen Lebenswelt; B1:

»Ich treffe mich mit Mamas aus Bremen oder mit Mamas aus Hamburg und wir haben da so kleine Grüppchen, so Insta-Mama-Treffen. [...] Also ich hab echt einige gute Bekannte von Instagram, zu denen fahre ich jetzt alle zwei Wochen immer hin. Die hätte ich sonst nie kennen gelernt. [...] Mit den anderen habe ich neun Monate nur geschrieben und dann haben wir uns getroffen und das war so, als ob ich

51 A. a. O.: 257.

52 Hofer/Wirt 2011, zitiert nach Kronewald/Preer 2021: 266.

53 Kronewald/Preer 2021: 263.

zu Freunden nach Hause komme. Man kannte sich komplett, man wusste wie alle komplett aussehen, und in verschiedenen Situationen aussehen, man wusste wie die Kinder aussehen und ja.«⁵⁴

Kronewald und Preer, die Autorinnen der hier vorgestellten Studie, halten zusammenfassend fest, dass insbesondere Smartphones für junge Mütter eine wichtige Verbindung zum sozialen Nahbereich, zur Außen- und Geschäftswelt und nicht zuletzt zu Personen in einer ähnlichen Situation darstellen. Soziale Medien werden intensiv genutzt, die befragten jungen Mütter bekommen dort raum- und zeitunabhängig Antworten auf akute Fragen zu Themen, wie Erziehung, Ernährung, Kreativität oder den Gebrauch von Produkten. Auf sogenannten Mama-Blogs finden sie einen sozialen Raum, eine Community, wo sie sich über Probleme sprechen (können), hier finden sie Verständnis, Unterstützung und Rat, fühlen sich oftmals weniger be- oder gar verurteilt als im sozialen Nahraum.⁵⁵ Der digitale Austausch mit Menschen, die sich in einer vergleichbaren lebensbiografischen Situation befinden, führt zu einem Gemeinschaftserleben und zu »Erfahrungen von sozialer Einbindung«⁵⁶, die konstituierend für ein sozial konstruiertes, digitales Raumerlebnis sind. Räume und Praktiken digitalen Kommunizierens werden bei den jungen Müttern zu selbstverständlichem und integralem Inventar einer lebensweltlichen Phase, die durch ein hohes Informations- und Absicherungsbedürfnis gekennzeichnet ist. Der wahrgenommene Mangel an zeitlicher und räumlicher Flexibilität sowie Gefühle der Begrenzung können mithilfe spezifischer digitaler Medienplattformen ausgeglichen werden, um weiterhin soziale (zum Beispiel Freundschaften) und Individualbedürfnisse (zum Beispiel Anerkennung) befriedigen zu können, im Sinne einer Entgrenzung auch über geographische Grenzen hinweg.

2 Das Beispiel ›Digitale Trauerräume‹

Im Gegensatz zu physischen Orten kennzeichnet die Millionen von virtuellen Räumen im Internet, dass die Nutzer*innen zwischen diesen ohne eine Veränderung der körperlichen Position hin- und herspringen können. Auch Wechsel zwischen diesen virtuellen Räumen und dem umgebenden physisch-analogen Raum sind dabei jederzeit und fließend üblich – etwa, wenn das Klingeln an der Haustür oder, um an das obige Beispiel anzuknüpfen, das plötzliche

54 A. a. O.: 264.

55 Samabaly 2012, zitiert nach Kronewald/Preer 2021: 251.

56 Schmidt 2013, zitiert nach Kronewald/Preer 2021: 252.

Schreien des Babies, das Schreiben eines Posts in einem Sozialen Medium oder das Anschauen eines Videos auf dem Smartphone dies erfordern. Mehr und mehr jedoch findet weniger ein Wechsel zwischen einerseits dem virtuellen und andererseits dem physisch-realen Raum statt, sondern vielmehr eine unmittelbare und enge handlungs- und kommunikationsmäßige Integration der beiden Räume im Lebensalltag und damit auch in der Lebenswelt.

Aber nicht nur das Leben, sondern auch das Sterben wird mit virtuellen Räumen im Internet verknüpft. Noch um die Jahrhundertwende eher exzentrische Einzelfälle, haben sich mittlerweile in vielen Kulturen unterschiedlichste virtuelle Trauerportale und Friedhöfe etabliert. So wie das Internet selbstverständlicher, oft unverzichtbarer Bestandteil des Lebens wurde, ist es im Grunde auch wenig verwunderlich, dass auch beim Bestatten von Toten und in der Trauer digitale Medien genutzt werden; zudem ist die Nutzung von Medien im Bestattungsritual und in den darauffolgenden Zeiten der Trauer auch keinesfalls etwas grundsätzlich Neues, wenn man etwa an Trauerbriefe, an Trauerreden, an Totenfotografie, an aufgestellte Fotos der Verstorbenen oder die zum Begräbnis gespielte Musik denkt. Insofern kann die Erinnerungs- oder Trauerseite für Verstorbene im Internet als die konsequente Transformation von bekannten Kommunikationsmodellen in die digitalisierte Form verstanden werden.⁵⁷ Verändert hat sich mit der Verbreitung digitaler Medien jedoch, dass es nun massenhaft und in kürzester Zeit von sehr verschiedenen Orten aus möglich ist, »eine kommunikative und dabei medial in Wort und Bild sowie Musik inszenierte Beziehung zwischen einer lebenden und einer toten Person aufzubauen«⁵⁸. Sehr unkompliziert können nun beispielsweise virtuelle Todesanzeigen oder diverse Portale der Trauerkommunikation einer im Grunde unbegrenzten Menge an Menschen zugänglich gemacht werden. Gedenkseiten mit virtuellen Kondolenzbüchern für öffentliche Trauer- und Beileidsbekundungen, die Möglichkeit virtuelle Kerzen aufzustellen und Fotos und Videos hochzuladen, vermögen die Offline-Bestattung ergänzen und erweitern; ein selbstgewähltes Design für die Gedenkseite, versehen mit Hintergrundmusik nach eigenem Geschmack, kann darüber hinaus »funktionale Defizite der Realwelt«⁵⁹, in der die rituelle Verlustverarbeitung bisweilen gewissen Restriktionen unterliegt, überwinden.⁶⁰ Dies gilt mehr noch für so genannte virtuelle Friedhöfe, die entsprechend dem Bedürfnis der Trauernden sich immer

57 Nord 2016: 22.

58 Ebd.

59 Jakoby 2014, zitiert nach Stöttner 2019: 186.

60 Stöttner 2019: 187.

wieder aktualisieren,⁶¹ mit Bildern, Profilen sozialer Online-Netzwerke, Texten, Videos und Audios in nahezu unbegrenzter Menge anpassen lassen.

Diese virtuellen Erinnerungsstätten sind somit weitaus weniger statisch als klassische Grabstätten: Zwar trennen sie zwar den Erinnerungsort vom Ort der Bestattung, schaffen aber, verknüpft mit Trauerforen, eine Plattform für – auch anonymisierten – Austausch zwischen Hinterbliebenen und das gemeinsame Betrauern der jeweiligen Sterbefälle.⁶²

Eine bereits 2013 durchgeführte Studie des Trauerforums auf dem Internetfriedhof ›Straße der Besten‹, die einerseits Texte in diesem Forum analysierte und andererseits Forumsteilnehmer*innen qualitativ befragte,⁶³ fand insbesondere die umfangreiche Thematisierung des Besuchs der virtuellen Grabstätten bemerkenswert. Das Aufstellen von Kerzen an Gräbern, so ein Studienergebnis, geschieht nicht nur bei eigenen Angehörigen als Symbol der Erinnerung und Verbundenheit, sondern wird als ein Zeichen der wechselseitigen emotionalen Unterstützung und des Trostes der Forumsmitglieder verstanden. Insgesamt weist die Kommunikation unter den Trauernden eine hohe Rückbezüglichkeit auf und ist weit überwiegend konsensorientiert und unterstützend. Die Beiträge sind oft recht umfänglich und auch mit »realem« Namen unterschrieben.⁶⁴

In den Interviews wurde deutlich, dass die Möglichkeit, die virtuelle Grab- und Gedenkstätte individuell gestalten zu können, für viele bedeutsam ist. Wenn das reale Grab geografisch so entfernt liegt, dass es nicht regelmäßig aufgesucht werden kann oder auch wenn man nicht dem unmittelbaren (familiären) Umfeld des oder der Verstorbenen angehört, sich ihm oder ihr gleichwohl freundschaftlich und sehr eng verbunden fühlt, war es für die befragten Personen besonders wichtig, einen virtuellen Ort der Erinnerung zu haben, der zu jeder Tages- und Nachtzeit und in jeder Stimmungslage besucht werden kann.⁶⁵ Ähnlich wie schon in einer amerikanischen Studie zuvor, bestätigte sich auch in dieser Studie, dass die Möglichkeit der individuellen Online-Trauer für Trauernde hinsichtlich ihrer sozialen Beziehung zu den Verstorbenen insofern von Bedeutung ist, als hierbei das Monopol der Familie oder anderer enger Angehöriger über Praxis und Legitimität von Trauer und Gedenken umgangen werden kann.⁶⁶

61 Meitzler 2013: 293.

62 Stöttner 2019: 187.

63 Offerhaus/Keithan/Kimmer 2013.

64 A. a. O.: 287.

65 A. a. O.: 289.

66 A. a. O.: 291.

Sowohl in der Analyse der Forumstexte als auch in den Aussagen der Interviewten zu ihrem Trauerprozess spielen explizit religiöse oder kirchliche Bezüge sowie ihre religiöse Herkunft keine Rolle.⁶⁷ Gleichwohl interpretierten die Autorinnen manch virtuelles Handeln wie auch Aussagen in den Interviews als von unterschiedlichen religiös-spirituellen Elementen durchsetzt: Beispielsweise dass die Trauernden bei der Gestaltung der Gräber oder dem Anzünden von Kerzen mehr oder weniger bewusst auf zahlreiche traditionelle und universelle religiöse Symbole und Rituale zurückgriffen oder dass sie im Forum die Toten oftmals direkt ansprachen, veranlasste die Autorinnen der Studie, dies als »religiöse Individualisierung«⁶⁸ zu bezeichnen. Diese Einschätzung findet Bestätigung in einem aktuell laufenden, interdisziplinär angelegten Forschungsprojekt an der Universität Zürich.⁶⁹ Auf Basis von bislang gesammelten 22 000 Nachrufen, 1,3 Millionen Texten aus Gedenkportalen und 24 Millionen Tweets kommen die Forscher*innen zu folgenden ersten Zwischenfazit: »Die Einträge zeigen sehr oft Bezüge zu Religion, auch wenn die Trauernden möglicherweise gar nicht religiös sind.«⁷⁰

Durch eine Verlagerung der Traueranzeigen und Gräber ins Netz wird auch ein Teil der Identität der Verstorbenen in den virtuellen Raum übertragen. Nicht allein dass durch das Posten von Fotos, Anekdoten oder anderen privaten Daten des Verstorbenen juristische und ethische Fragen von Persönlichkeitsrechten und Menschenwürde aufgeworfen werden, mit »Unsterblichkeitsbildern«⁷¹ wie Benkel es bezeichnet, werden die Toten auch noch lange Zeit nach ihrem physischen Lebensende visuell präsent gehalten; die digitale Fortexistenz erlaubt auf den digitalen Gedenkseiten, insbesondere auf solchen in den sozialen Netzwerken, Bezugnahmen auf Personen, »die physiologisch tot, aber (para-)sozial noch lebendig sind (soziales Leben)«⁷². Benkel unterscheidet zwischen zwei Körpern der Toten: ein Körper, der bestattet, begraben und unsichtbar gemacht werden kann, und ein zweiter, der virtuell in Fotos und Videos weiterlebt; der »zweite Körper ist es auch, der losgelöst von materialistischen Abwägungen digital/medial weiterhin als Referenzsub/objekt fungieren kann«⁷³.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass im Internet, anders als dies in der realen Friedhofswelt der Fall ist, ein Ort der Trauer und Erinnerung sehr viel

67 A. a. O.: 292.

68 Ebd.

69 Anonymus 2022.

70 Kleyboldt 2022.

71 Benkel 2013: 100.

72 A. a. O.: 20.

73 A. a. O.: 21.

individueller und mit weit vielfältigeren Elementen und Symbolen gestaltet werden kann. Während der Tod traditionell räumlich und sozial bestimmten Bereichen, also z. B. dem Friedhof, vorbehalten ist, wird er durch die Verlagerung ins Netz nun nicht nur von überall und jederzeit *besuchbar*, sondern die Vernetzungsoptionen schaffen zudem auch neue Formen des öffentlichen Trauerns – der Tod wird damit von einem *privat* begangenen Ereignis persönlich Betroffener zu einer gleichsam *öffentlichen* Begebenheit, an welcher auch persönlich nicht und nur indirekt, etwa über losen Netzkontakt, Betroffene teilhaben. Gleichzeitig schafft die mögliche Anonymität des Netzes jedoch auch Optionen, Trauer individuell(er) auszuleben. Ein wichtiges Merkmal gemeinsamer Online-Trauerpraktiken ist der Austausch ähnlicher Erfahrungen, einer oft über persönliche Einzelkontakte hinausreichende konsensorientierte und unterstützende Kommunikation.

Online spielt der *zweite Körper* als virtuelle Identität eine große Rolle. So sind die digitale Version eines Grabes oder das in eine Gedenkseite umfunktionierte Social Media-Profil Orte zum Trauern, darüber hinaus wirken sie aber auch als *Stätten* der Erinnerung und der Verarbeitung des Todes.⁷⁴ So wie sich mit Internet und Social Media grundsätzlich eine *neue* Kultur des Erinnerns etabliert (hat), so erfahren auch Tod und Trauern mit der Erinnerung an Verstorbene eine Umgestaltung, die nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie noch einen deutlichen Schub erfahren hat; wie *radikal* diese Umgestaltung sich möglicherweise noch weiter entwickeln wird, ist dabei weniger eine Frage der (medien-)technischen Angebote, als vielmehr eine der darauffolgenden kommunikativen Praktiken⁷⁵ und Integration in die alltägliche Lebenswelt. Die aktuelle Dynamik der Todes- und Trauerbekundungen im Netz, die sich auch darin ausdrückt, die zeitlich und räumlich unbegrenzten Optionen des Gedenkens für – eher beliebige? – Beileidsbekundungen beim Versterben prominenter Persönlichkeiten, bei Katastrophen oder Terroranschlägen zu nutzen, scheint jedoch Potenzial zu haben, dass »die sozialen Umgangsweisen mit Sterben, Tod und Trauer verstärkt über digitale Technologien verhandelt und dadurch in ihrem Charakter verändert werden«⁷⁶.

3 Das Beispiel ›Virtuelle Menschen‹

Schon seit längerem wird so genanntes CGI (= Computer Generated Imagery) in Spielfilmen eingesetzt und zunehmend auch weiter technologisch verbes-

74 Stöttner 2019.

75 Dimbath/Heinlein 2014: 5.

76 Stöttner 2019: 206.

sert. Bei CGI handelt es sich um mehr als visuelle Effekte: Gegenstände und eben auch Menschen, die komplett digital am Computer modelliert und animiert werden. Massenaufnahmen in großen Filmproduktionen wie etwa ›Star Wars‹ oder ›Herr der Ringe‹ wären ohne CGI, mittlerweile unterstützt durch KI, nicht realistisch zu erzeugen. In dem Thriller ›The Irishman‹ von 2019 übernehmen die jeweils über 70-jährigen Hauptdarsteller Al Pacino, Robert De Niro und Joe Pesci Rollen, in denen sie über die 1950er Jahre erzählen und für die Szenen um über 50 Jahre mittels CGI verjüngt werden. Dies gelingt mittlerweile so gut, dass es für normale Zuschauende kaum mehr möglich ist, zwischen CGI- und natürlichen Bildern einen Unterschied zu erkennen.⁷⁷ Schauspieler*innen werden in Filmen mittels dieser Technologie jedoch nicht nur verjüngt, sondern auch verstorbene Schauspieler*innen werden filmisch wieder zum Leben erweckt. Einer breiteren Öffentlichkeit wurde dies insbesondere durch den Fall Paul Walker bekannt, der während des Filmdrehs zu ›Fast and Furious 7‹ im Jahr 2013 verstarb, der Film aber dank CGI mit ihm zu Ende gedreht wurde und 2015 in die Kinos kam. Mittlerweile ist es bei den großen Filmstudios nicht unüblich, von Schauspieler*innen, die hierzu bereit sind – und das sind durchaus manche –, mit Scan-Technologie wie sie auch die eingangs erwähnten Abba verwendeten, digitale 3D-Replikationsmodelle zu erstellen; somit könn(t)en Schauspieler*innen über den Tod hinaus in weiteren Filmen und Filmreihen mitspielen.⁷⁸ Jenseits von grundlegenden ethischen und auch rechtlichen Fragestellungen, die das aufwirft, ist zumindest derzeit durchaus noch ungewiss, ob und wie ein Publikum neue Filme mit bereits verstorbenen Filmstars überhaupt akzeptiert.

Möglicherweise stellt aber die Entwicklung von rein digitalen Figuren zu virtuellen Stars auch für das Filmgeschäft eine interessante Alternative dar; dass digital erschaffene und animierte Figuren, die zusammen mit menschlichen Schauspieler*innen in Filmen spielen, das Zeug zum Filmstar haben, zeigen nicht zuletzt z. B. die Paddington-Filme überzeugend. Ist Paddington erkennbar eine virtuelle Figur, scheint es grundsätzlich auch mit Figuren möglich, die Menschen zum Verwechseln ähnlich digital erschaffen wurden – das könnte man zumindest aus dem derzeit im Marketing erprobten Einsatz von nicht nur optisch dem Menschen nachempfundenen CGI-Influencer*innen vermuten. Rund um solch digital erschaffene Influencer*innen wird nämlich gleichsam ein *reales Leben* aufgebaut bzw. simuliert, um den Anschein zu erwecken, sie seien tatsächlich ein Teil unserer Welt.⁷⁹ Nicht nur, dass sie also (fast) wie reale menschliche Influencer*innen visuell erscheinen, bestimmte

77 Niklaus 2018.

78 Winick 2018.

79 styleranking media GmbH, o. D.

Produkte via Produktplatzierungen empfehlen, sondern auch dass sie persönliche Meinungen zu gesellschaftspolitischen Themen, etwa zum Klimaschutz, äußern, sich auf *ihrem eigenen* – allein schon dieser personalisierte Sprachgebrauch ist bezeichnend – Instagram-Profil gerne zusammen mit Freund*innen zeigen, Urlaubsbilder vom Strand oder aus dem Hotelzimmer⁸⁰ mit Bildunterschriften und Verlinkungen zu anderen Profilen teilen, führt nicht allein bei oberflächlicher Betrachtung zu dem Eindruck, es handele sich bei ihnen um ganz normale, in der Regel junge Personen, die ihr Leben auf Social Media preisgeben.⁸¹ So verwundert es auch nur wenig, dass vor allem für so genannte »Mimic-Real Human«⁸², das meint virtuelle Figuren, die auf Basis von Scans von realen Menschen kreiert und oft auch mit deren Merkmalen und Persönlichkeit geformt werden – auch wenn anders als im Filmgeschäft das menschliche Vorbild für das virtuelle Abbild üblicherweise nur den jeweiligen Entwickler*innen, Designer*innen und Programmierer*innen bekannt ist – aufgrund der menschlichen Darstellung mittlerweile schon über Rechte der CGI-Influencer*innen diskutiert wird.

Beispielhaft für eine erfolgreiche virtuelle CGI-Influencerin kann die 22jährige südkoreanische Rozy Oh angeführt werden – die nachfolgende Abbildung entstammt einem Interview von ihr mit dem Magazin ›Der Spiegel‹⁸³.



Abbildung 1 Rozy Oh, virtuelle Influencerin im Interview mit dem Magazin ›Der Spiegel‹

80 Miquela | Official Website o. D.

81 styleranking media GmbH o. D.

82 Choudhry et al. 2022: 6.

83 Pouplier 2022.

Als Gründe für den Einsatz von virtuellen Influencer*innen im Marketing werden von Branding-Agenturen und Werbeexpert*innen deren immense Anpassungsfähigkeit genannt; so können sie problemlos in beliebige Rollen schlüpfen, ohne menschliche Launen die gewagtesten Outfits und Posen darstellen. Da auch die gewünschte emotionale Stimmung (fröhlich, traurig, verärgert etc.) mittlerweile gut angepasst werden kann, sind Kampagnen und jedes Element einer Kampagne »[...] präzise konfigurierbar und [sorgen] für ein hervorragendes Endprodukt«⁸⁴. Auch die kurzfristige Verfügbarkeit und die konstant gleichbleibende Qualität des Contents, dass CGI-Influencer niemals krank werden, nicht altern und in jegliche Kostüme und Kleidung, in denen man sie zeigen möchte, passen, werden hervorgehoben.⁸⁵

Die südkoreanische Rozy Oh arbeitet etwa u. a. mit Gucci oder Calvin Klein zusammen und verfügt über eine Vielzahl von emotionalen Ausdrucksformen und variierender Mimik.⁸⁶ Bemerkenswert ist, dass Rozy zunächst als reale Influencerin eingeführt wurde bzw. nicht bekannt gemacht wurde, dass es sich bei ihr um eine virtuelle Figur handelt; erst nachdem sie nach vier Monaten schon etliche Tausend Follower*innen aufwies, wurde von der sie designten, entwickelten und nun auch vermarktenden und steuernden Agentur ihre Virtualität aufgedeckt.⁸⁷ Ob das möglicherweise von manchen Follower*innen schon vor der Aufdeckung vermutet wurde, ist nicht bekannt, allerdings könnten die doch sehr überzeugenden Veröffentlichungen von Rozy auf ihren Social Media Accounts, die sie z. B. beim Shoppen, in einem Musik-Aufnahmestudio (mittlerweile hat sie auch einen Song veröffentlicht), bei der Auswahl von Essen oder in einem Warteraum mit realen Menschen zeigt, dazu beigetragen haben, dass nur wenige Zweifel an der Realität von Rozy auftraten.⁸⁸

Das Konzept der virtuellen Influencer*innen scheint trotz der durchaus sehr aufwendigen Design- und Programmierungsprozesses bislang aufzugehen, wie auch andere Beispiele belegen. Miquela etwa, als 19jährige US-Amerikanerin mit brasilianischen Wurzeln designt, zwar auch nicht alternd, aber schon länger als Rozy im Geschäft, hat(te) z. B. Kooperationen mit Puma, Adidas sowie so genannten *High Quality Marken* wie Prada, Calvin Klein, Burberry oder Outdoor Voices.⁸⁹ Auch sie hat schon einen Song veröffentlicht, der

84 Trutter 2021.

85 Trutter 2021; Bärlocher 2020.

86 Aufgrund fehlender Bildrechte können diese sehr interessanten Abbildungen der virtuellen Influencerin Rozy hier leider nicht integriert werden.

87 Trutter 2021.

88 Siehe die Fußnote 84; empfohlen wird das Interview mit Rozy (Pouplier 2022).

89 Miquela | Official Website o. D.; Trutter: 2021.

bereits knapp 3 Millionen Streams auf Spotify erzielte.⁹⁰ Das Unternehmen, das hinter Miquela steckt, schreibt auf ihrer Webseite:

»Miquela is a perpetually 19-year-old pop singer, social activist, and style icon, named by TIME Magazine as the most influential person on the internet. She's using her expert outsider status to create a more empathetic world – and that world is listening. Every day, her disciples ... watch her create, feel, and navigate a world of people who aren't like her. After all, what's more human than feeling different?«⁹¹

Ganz ähnlich wie Miquela soll auch Rozy einen »positiven Einfluss auf die Gesellschaft« ausüben und beteiligt sich deshalb an Umweltkampagnen und »spendet«.⁹²

Wenn man, wie oben skizziert, Raum als ein Produkt des Sozialen versteht, was meint, eine über Platzierung (Spacing) geschaffene (An-)Ordnung wird erst dadurch als Raum wirksam, indem Elemente dieser (An-)Ordnung aktiv durch Menschen über Wahrnehmungs-, Vorstellungs- oder Erinnerungsprozesse verknüpft werden⁹³, was Martina Löw Syntheseleistung nennt, könnte man schlussfolgern, dass zum Verwecheln ähnelnd menschlich designte digitale Figuren, die zwar nur in der virtuellen Welt des Internets, dort aber zusammen mit realen Körpern in realen Umgebungen und auch mit echten Menschen auftreten, gleichermaßen wie reale Menschen in die Synthese einfließen; d. h. vereinfacht, für die Verknüpfung der Elemente in den ohnehin virtuellen Räumen des Internet könnte es zunächst weitgehend unerheblich sein, ob es sich hierbei um reale oder virtuelle Menschen handelt. Dies lässt sich aber keinesfalls verallgemeinern: Schon oben wurden Überlegungen, etwa gescannte Schauspieler*innen in nach deren Tod neu gedrehten Filmen weiter mitwirken zu lassen, kritisch bewertet; raumtheoretisch gewendet kann nämlich vermutet werden, dass die Zuschauer*innen angesichts von Vorstellungen und Erinnerungen an die lebenden Schauspieler*innen den im Film gezeigten Raum nur verzerrt synthetisieren (können). Dagegen dort, wo es nicht notwendig ist, bekannte Schauspieler*innen prominent mit ihrem Gesicht und Körper individuell in Szene zu setzen, können, und das nicht nur in Massenszenen, sondern sicherlich auch in bestimmten Genrefilmen (z. B. Horror, Fantasy, Science Fiction), virtuelle Schauspieler*innen künftig verstärkt eingesetzt werden.

Doch auch virtuelle Influencer*innen bewirken, wenn auch aus Marketing-sicht möglicherweise weniger im Fokus, auf individueller als auch auf gesell-

90 Trutter 2021.

91 Miquela | Official Website o. D.

92 Pouplier 2022.

93 Knoblauch/Steets 2020: 138.

schaftlicher Ebene teils erhebliche Herausforderungen und tiefgreifende Irritationen: So wurden in einer 2022 durchgeführten Studie insbesondere die »unrealistic beauty expectations«⁹⁴ von CGI Influencerinnen als ernstes Problem benannt; im Vergleich mit der im wahrsten Sinne des Wortes unmenschlichen, perfektionierten Schönheit dieser virtuell geschaffenen Figuren – weit überwiegend handelt es sich bislang dabei um weibliche Figuren – können reale Menschen daneben nur *verblassen*. Manche durch die in sozialen Medien üblichen Inszenierungen und Überarbeitungen von publizierten Fotos der eigenen Person bereits bekannte Effekte, angefangen von der Ausbildung spezifischer Schönheitsideale über Selbstoptimierungen bis hin zur Verunsicherung der eigenen Identität vor allem bei jungen Menschen, können, so die durchaus realistisch scheinenden Befürchtung, mit CGI noch potenziert werden.

Digitale Technologie wird schon seit geraumer Zeit immer mehr selbst zum Gesprächspartner, man denke nur an die schon länger im Dienst befindlichen Chatbots etwa im Kundenservice, an Alexa und Siri oder an die sprachgesteuerten Systeme im Auto; damit gehen diese Technologien jedoch weit über die ursprüngliche Funktion der bloßen Vermittlungsinstanz hinaus. Der gesellschaftliche Einfluss, der auf diese Weise entsteht, wirft Fragen auf, die eine mögliche Entfremdung des Menschen, die Selbstbestimmung und Partizipation im Rahmen der Entwicklung neuer Technologien sowie Identitätsstiftung, aber auch die Medienkompetenz betreffen.⁹⁵ Dies gilt umso mehr, wenn die Gesprächspartner, wie im Falle der virtuellen Influencer*innen, auch optisch nur noch schwer von echten Menschen unterschieden werden können. Die undurchsichtigen Kommunikationsabsichten (Warum spendet Rozy?) erhöhen das Risiko der Täuschung. Unsere vertrauten Konzepte wie Authentizität, Glaubwürdigkeit oder Vertrauen werden in Frage gestellt und müssen möglicherweise neu definiert werden. Es ist davon auszugehen, dass, was mit den sozialen Medien schon partiell begonnen hat, durch das vermehrte Auftreten von virtuellen Menschen, also optisch wie Menschen designt und mit virtueller Persönlichkeit ausgestattet, sich auch unser Menschenbild verändern wird.

C Schlussüberlegung

Schon 2007 resümierte Rammert, dass neben der Intensivierung medienvermittelter Interaktionen von räumlich verteilter Interaktion zwischen menschlichen Akteuren und Technologien auch die sich zwischen diesen

94 Choudhry et al. 2022: 19.

95 Lindner/Bente/Richter 2022: XI.

Technologien selbst erhöhte⁹⁶ und auf diese Weise für neue räumliche Handlungskontexte sorgt. Dies, mitunter als neue Form der Mediatisierung bezeichnet, ermöglicht(e) im Zusammenspiel mit einem zunehmend mobilen Zugang zum Internet in jeweils spezifischer Weise, z. B. über translokale Verknüpfung, eine Erweiterung der Reichweite der Lebenswelten und prägt(e) damit auch das Verhältnis der Menschen zum Raum.⁹⁷ Mobile, digitale Kommunikation lässt auch die jeweiligen Orte, Plätze und Räume in ihrer Bedeutung für alltägliche, lebensweltliche Handlungen und Erfahrungen von Individuen relevant werden – Lingenberg umschreibt dies mit ›mediatisiert-mobilisierten Lebenswelten‹⁹⁸. Welche Funktion und Relevanz die mobilen digitalen Medientechnologien, wie etwa das Smartphone, gerade in Situationen und spezifisch lebensbiografisch geprägten Phasen aufweist, die von eingeschränkten geografischen und sozialen Mobilitätsmöglichkeiten geprägt sind, sollte am Beispiel von jungen Müttern aufgezeigt werden. Ihnen ermöglichen z. B. Smartphones oder iPads nicht nur schnelle und kurzfristig als wichtig empfundene Informationsrecherche und -gewinnung, sondern darüber hinaus vor allem die Pflege sozialer Kontakte und sogar deren Vertiefung und Erweiterung. Ebenso wie hier eine unmittelbare Verknüpfung von digitaler Kommunikation in die alltäglicher Lebenswelt erfolgt, zeigt das Beispiel Tod und Trauer, wie die Möglichkeiten der digitale Kommunikationstechnologien genutzt und in die eigene Lebenswelt zunehmend integriert werden, um mit einer oder sogar der existenziellsten Lebensfrage und -herausforderung auf neue Weise umzugehen. Gerade dieses Beispiel zeigt auch auf, dass die zwar persönliche und individuelle Praxis des Umgangs mit Tod und Trauer durchaus bedeutsame Implikationen auf gesellschaftlicher Ebene bewirken kann.

Für das dritte Beispiel wurden zunächst diverse Alternativen durchgespielt: Denkbar wäre es sicherlich gewesen, z. B. die vielfältigen Facetten und individuellen und gesellschaftlichen Wirkungen des aufziehenden E-Health zu skizzieren oder auch die zunehmende Einbindung und Wirkungen kommunikationstechnologischer Infrastruktur und Plattformen in die Anbahnung, aber auch für das Aufrechterhalten, etwa wenn Paare an geografisch unterschiedlichen Orten arbeiten, von Liebesbeziehungen.⁹⁹ Auch die eingangs schon erwähnten Smart Cities, heute schon mit einer fortschreitenden Durchdringung des städtischen Lebensraumes mit digitalen Medientechnologien, mit der Integration von Kameras, Sensoren, WLAN-Netzen und Apparaturen zur Sammlung von Daten der städtischen Lebenswelt auf dem Weg zum Normalfall,

96 Rammert 2007.

97 Schwarzenegger 2021: 52.

98 Lingenberg 2014.

99 Döbler 2020.

wären mit den damit einhergehenden Fragen zu Freiheit und/oder Sicherheit ein ergiebiges Beispiel geworden. Letztlich wurde das Beispiel *virtuelle Menschen* gewählt, da es die ersten Versuche in die vermutlich gar nicht so ferne Zukunft eines Metaverse, einer Utopie – manche befürchten eher eine Dystopie – der Mixed Reality aufzeigt.

Noch ist das so genannte Metaverse¹⁰⁰ erst unscharf am Horizont erkennbar, die technische Umsetzbarkeit noch offen und selbst die Ziele eines solchen »synchronen, dreidimensionalen Echtzeitinternet«¹⁰¹ durchaus heterogen¹⁰², doch wenn etwa die virtuelle Influencerin Miquela, die angeblich mehr als 9 Millionen Dollar im Jahr verdient, behauptet (oder: Wer behauptet das?), dass Realität und Virtualität mittlerweile ein und dasselbe sind, kann das durchaus als Vorstufe oder als Vorbereitung auf das Metaverse, eine Plattform also, die reale physische und die virtuelle Welt miteinander vereint, interpretiert werden. Wie für Rozy ist auch für Miquela ein möglichst baldiger Umzug ins Metaverse geplant. So soll »Villa M«¹⁰³, gemäß der Aussage auf der Webseite von Miquela, das Zentrum eines neu entworfenen Metaverse darstellen und für Miquelas Fans und Interessenten einen Ort schaffen, um sich auszutauschen, zu spielen, neue Dinge zu entdecken, der Realität zu entfliehen und natürlich dennoch aufeinander aufzupassen.¹⁰⁴ Digital designte und programmierte Gestalten, die Menschen nicht nur täuschend ähnlich sehen, sondern auch menschenähnliche Persönlichkeitsmerkmale aufweisen und sich ähnlich verhalten, werfen eine Vielzahl von grundsätzlichen rechtlichen und ethischen Fragen auf. Schon seit etlichen Jahren arbeiten Unternehmen – überwiegend im Stillen – an einem Metaverse; Firmen, die bereits heute über erhebliche Gestaltungsmacht im Internet und digitale Infrastrukturen verfügen, nutzen diesen Einfluss, um das Metaverse zu formen.¹⁰⁵ Um zu verhindern, dass z. B. große Tech-Firmen das Metaverse nach ihren Vorstellungen gestalten und dann auch kontrollieren, erfordert dies ethisch basierte regulatorische Maßnahmen, für die das Beispiel der digitalen Influencer ein erster Ausgangspunkt sein kann.

100 Ball 2022a.

101 Ball 2022b.

102 McDonalds reichte allerdings bereits Anträge beim Patentamt in den USA ein, die das Geschäft mit einem virtuellen Restaurant inklusive Lieferservice ermöglichen (Höfler/Krolle 2022).

103 Miquela | Official Website o. D.

104 Ebd.

105 Ball 2022b.

Literatur

- Anonymus 2022: Trauerpraktiken im Internet. In: Universität Zürich Digital-religions, o. D. https://www.digitalreligions.uzh.ch/de/research/internal-dynamics/p1_public_valediction.html (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Ball, Matthew 2022a: Das Metaverse – Und wie es alles revolutionieren wird. München, Vahlen.
- Ball, Matthew 2022b: Wir werden das Metaverse nutzen, ohne es zu merken. Interview mit Matthew Ball. In: Die Zeit. <https://www.zeit.de/digital/internet/2022-10/matthew-ball-metaverse-digitalisierung-virtual-reality> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Bärlocher, D. 2020: Miquela is the future of the entertainment industry, but she raises big and important questions. <https://www.galaxus.de/en/page/miquela-is-the-future-of-the-entertainment-industry-but-she-raises-big-and-important-questions-16324> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Benkel, Thorsten 2013: Die doppelte Distanz der Bilder. In: Benkel, Thorsten/Meitzler, Matthias (Hg.): Sinnbilder und Abschiedsgesten. Soziale Elemente der Bestattungskultur. Hamburg, Verlag Dr. Kovač: 94–103.
- Castells, Manuel 2004: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Opladen, Leske + Budrich.
- Choudhry, Abhinav/Han, Jinda/Xu, Xiaoyu/Huang, Yun 2022: »I Felt a Little Crazy Following a ›Doll««. In: Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 6 (43): 1–28. <https://doi.org/10.1145/3492862>.
- Dimbath, Oliver/Heinlein, Michael 2014: Arbeit an der Implementierung des Gedächtniskonzepts in die soziologische Theorie – eine Einleitung. In: Dimbath, Oliver/Heinlein, Michael (Hg.): Die Sozialität des Erinnerns. Beiträge zur Arbeit an einer Theorie des sozialen Gedächtnisses. Wiesbaden, Springer: 1–23.
- Döbler, Marie-Kristin 2020: Nicht-Präsenz in Paarbeziehungen. Lieben und Leben auf Distanz. Wiesbaden, Springer.
- Döbler, Thomas/Pentzold, Christian/Katzenbach, Christian 2021: Räume digitaler Kommunikation – Eine Einleitung. In: Döbler, Thomas/Pentzold, Christian/Katzenbach, Christian (Hg.): Räume digitaler Kommunikation. Lokalität – Imagination – Virtualisierung. Köln, von Halem: 9–21.
- Döring, Jörg/Thielmann, Tristan (Hg.) 2008: Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften. Bielefeld, Transkript.
- Giddens, Anthony 1987: Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung. Frankfurt/M., Campus.
- Gillespie, Tarleton 2010: The Politics of »Platforms«. In: New Media & Society 12 (3): 347–364.

- Görlich, Ulrich/Wandeler Meret o. J.: Archiv des Ortes. Sammelstrategien für ein fotografisches Archiv zur Raumentwicklung. Zürich, Zürcher Hochschule der Künste. <http://www.archiv-des-ortes.ch/archiv-des-ortes-konzept.pdf> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Höfler, Nele/Krolle, Hannah 2022: Was ist das Metaverse? In: Handelsblatt, 28. 04. 2022. <https://www.handelsblatt.com/technik/metaverse-was-hinterdem-metaversehype-steckt/28073180.html> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Kafka, Gerhard 2022: Avatare in 3D: Wie 5G und 6G der Holografie zum Durchbruch verhelfen könnten. In: vdi Nachrichten, 03.11 2022. <https://www.vdi-nachrichten.com/technik/informationstechnik/avatare-in-3d-wie-5g-und-6g-der-holografie-zum-durchbruch-verhelfen-koennten> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Kassel, Dieter 2022: Abba-Konzert als Hologrammshow. In: Deutschlandfunk Kultur. 27. 05. 2022. <https://www.deutschlandfunkkultur.de/abba-als-avatare-100.html> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Kleyboldt, Sabine 2022: »Als ›Schimanski‹ starb, trendete der Hashtag #Scheiße«. In: Domradio.de., 19. 11. 2022. <https://www.domradio.de/artikel/uni-zuerich-untersucht-trauerpraktiken-im-internet> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Knoblauch, Hubert/Löw, Martina 2021: Digitale Mediatisierung und die Re-Figuration der Gesellschaft. In: Döbler, Thomas/Pentzold, Christian/Katzenbach, Christian (Hg.): Räume digitaler Kommunikation. Lokalität – Imagination – Virtualisierung. Köln, von Halem: 22–45.
- Knoblauch, Hubert/Steets, Silke 2020: Von der Konstitution zur kommunikativen Konstruktion von Raum. In: Reichertz, Jo (Hg.): Grenzen der Kommunikation – Kommunikation an den Grenzen. Weilerswist, Velbrück: 134–148. <https://doi.org/10.5771/9783748920533>.
- Kronewald, Elke/Preer, Johanna 2021: Zwischen Be- und Entgrenzung: Mediennutzung und digitale Räume junger Mütter. In: Döbler, Thomas/Pentzold, Christian/Katzenbach, Christian (Hg.): Räume digitaler Kommunikation. Lokalität – Imagination – Virtualisierung. Köln, von Halem: 244–272.
- Läpple, Dieter 1992: Essay über den Raum. In: Häussermann, Hartmut/Ipsen, Detlef/Krämer-Badoni, Thomas et al. (Hg.): Stadt und Raum. Soziologische Analysen. 2. Auflage. Pfaffenweiler, Centaurus: 157–207.
- Lefebvre, Henri 1991: The Production of Space. Oxford, Blackwell.
- Lewicki, Marie-Luise/Greiner-Zwarg, Claudia 2015: Eltern 2015 – wie geht es uns? Und unseren Kindern? https://eltern.de/public/mediabrowserplus_root_folder/PDFs/studie2015.pdf (abgerufen am 12. 01. 2015).
- Lindner, Hans-Günter/Bente, Stefan/Richter, Claus (Hg.) 2022: Menschenbilder und Digitalisierung – The Human Default aus interdisziplinärer Sicht. Wiesbaden, Springer Gabler.

- Lingenberg, Swantje 2014: Mobilisiert-mediatisierte Lebenswelten und der Wandel des öffentlichen Raums. In: Wimmer, Jeffrey/Hartmann, Maren (Hg.): Medienkommunikation in Bewegung: Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. Wiesbaden, Springer: 69–86.
- Löw, Martina 2001: Raumsoziologie. Frankfurt/M., Suhrkamp.
- Löw, Martina 2015: Space Oddity. Raumtheorie nach dem Spatial Turn. In: sozialraum.de 1/2015. <https://www.sozialraum.de/space-oddity-raumtheorie-nach-dem-spatial-turn.php> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Löw, Martina/Stollmann, Jörg 2018: Urbanität in Smart-City-Entwürfen und Stadtvisionen? Moderne Stadtentwicklung zwischen Songdo und Limerick. In: Gestring, Norbert/Wehrheim, Jan (Hg.): Urbanität im 21. Jahrhundert. Frankfurt/M., Campus: 336–343.
- Löw, Martina/Sturm, Gabriele 2019: Raumsoziologie – eine disziplinäre Positionierung zum Sozialraum. In: Kessl, Fabian/Reutlinger, Christian (Hg.): Handbuch Sozialraum. Wiesbaden, Springer: 3–21.
- Meitzler, Matthias 2013: Bestattungskultur im sozialen Wandel. In: Benkel, Thorsten/Meitzler, Matthias: Sinnbilder und Abschiedsgesten. Soziale Elemente der Bestattungskultur. Hamburg, Dr. Kovač: 214–321.
- Miquela o. D.: <https://www.instagram.com/lilmiquela/?hl=de>, https://www.youtube.com/channel/UCWeHb_SrtJbrT8VD-QQpRA, <https://de-de.facebook.com/lilmiquela> (abgerufen am 06. 09. 2022).
- Niklaus, Lukas 2018: Could CGI replace Actors, and should it? In: Data Macau, o. D. <https://mountcg.com/could-cgi-replace-actors-and-should-it> (abgerufen am 06. 09. 2022).
- Nord, Ilona 2016: Der QR-Code: Mixed Realities oder zur Korrespondenz von kulturellem und kommunikativem Gedächtnis in digitalisierten Bestattungskulturen. In: Klie, Thomas/Nord, Ilona (Hg.): Tod und Trauer im Netz. Mediale Kommunikationen in der Bestattungskultur. Stuttgart, Kohlhammer: 19–36.
- Offerhaus, Anke/Keithan, Kerstin/Kimmer, Alina 2013: Trauerbewältigung online: Praktiken und Motive der Nutzung von Trauerforen. In: SWS-Rundschau, 53 (3): 275–297. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-453469> (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Pouplier, Rachele 2022: Für immer 22. In: Der Spiegel vom 18. 12. 2022. www.spiegel.de/netzwelt/web/suedkorea-dieses-virtuelle-influencerin-ist-fuer-immer-22-jahre-alt-a-29928fe0-b1c7-4e49-88a3-f4d5379e13d9 (abgerufen am 15. 11. 2024).
- Rammert, Werner 2007: Computer und Gesellschaft. Vom Kommandieren anonymer Rechenknechte zur Interaktivität persönlicher Agenten. In: Rammert, Werner (Hg.): Technik, Handeln, Wissen. Wiesbaden, Springer: 179–184.

- Schwarzenegger, Cristian 2021: Mobil, vernetzt und digital – Kommunikationsräume und die Geografie der Lebenswelt. In: Döbler, Thomas/Pentzold, Christian/Katzenbach, Christian (Hg.): Räume digitaler Kommunikation. Lokalität – Imagination – Virtualisierung. Köln, von Halem: 46–71.
- Schwemmers, Katja 2022: Abbas Avatar-Show in London. Für immer jung. In: Tagesspiegel vom 27.05.2022 <https://www.tagesspiegel.de/kultur/fur-immer-jung-4333948.html> (abgerufen am 02.10.2024).
- Soja, Edward 2009: Taking Space Personally. In: Wharf, Barney/Arias, Santa (Hg.): The Spatial Turn: Interdisciplinary Perspectives. New York, Routledge: 121–135.
- Stöttner, Carina 2019: Digitales Jenseits? Virtuelle Identität im postmortalen Stadium. In: Benkel, Thorsten/Meitzler, Matthias (Hg.): Zwischen Leben und Tod. Sozialwissenschaftliche Grenzgänge. Wiesbaden, Springer: 185–209.
- styleranking media GmbH o. J.: Influencer Marketing. In: Styleranking, Datum. <https://www.styleranking.de> (abgerufen am 15.11.2024).
- Trutter, Marco 2021: CGI Influencer – Die besseren Menschen? In: trumedia Brand Lab – B4B Schwaben. B4B SCHWABEN, o. D. https://www.b4bschwaben.de/b4b-profile/trumedia-brand-lab_artikel-cgi-influencer-die-besseren-menschen-arid,264677.html (abgerufen am 15.11.2024).
- Virilio, Paul 1994: Im Würgegriff der Zeit. In: Die Zeit vom 11.11.1994. <https://www.zeit.de/1994/46/im-wuergegriff-der-zeit> (abgerufen am 15.11.2024).
- Weber Shandwick/KRC Research o. J.: Digital Women Influencers: Millennial Moms. 18.06.2013. https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/MillennialMoms_ExecSummary.pdf (abgerufen am 15.11.2024).
- Winick, Erin 2018: Actors are digitally preserving themselves to continue their careers beyond the grave. In: MIT TechnologyReview. <https://www.technologyreview.com/2018/10/16/139747/actors-are-digitally-preserving-them-selves-to-continue-their-careers-beyond-the-grave> (abgerufen am 06.09.2022).