

Sind Sie nicht googlebar? Dann sind Sie sympathisch!

Autor(en): **Tchoumitcheva, Xenia**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **91 (2011)**

Heft 990

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-735289>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Sind Sie nicht googlebar? Dann sind Sie sympathisch!

Googlen Sie Personen, die Sie gerade erst kennengelernt haben? Lesen Sie, was Rihanna oder Demi Moore twittern? Haben Sie mich schon einmal gegooglet oder im Facebook gesucht? Für welches der unzähligen Profile haben Sie sich entschieden? Und glauben Sie, ich hätte alle Profile selbst erstellt?

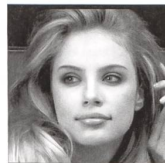
Egal, ob bei Prominenten, Mächtigenprominenten oder Normalbürgern: «Reality» im Netz ist en vogue. Wir können uns durch Bilder des Alltags jeder x-beliebigen Person klicken, nachvollziehen, wer mit wem befreundet ist, wie die Katze des Nachbarn heisst. Wir können sogar der frustrierten irischen Sängerin Sinéad O'Connor eine Nachricht schreiben – sie sucht nämlich auf ihrer Internetseite nach einem Mann für gewisse Stunden.

Früher waren es einige wenige, die im Scheinwerferlicht standen. Mit dem Aufkommen des Berufs des Paparazzo hat sich das fundamental verändert: Bilder von betrunkenen Schauspielern auf

Der einzige Schutz des eigenen Images: Schlagzeilen selbst produzieren.

Partys oder von Make-up-freien Starlets, die ihren Müll auf die Strasse bringen, wurden nun ausgeschlachtet. Damit begann die Zerstörung der kultivierten Illusion, die Fast-Götter der Unterhaltungsbranche seien anders als die «kleinen Leute». Wenn die Betroffenen aber meinten, mit den Paparazzi sei der Zenit bereits erreicht gewesen, lagen sie falsch: mit Internet und Social Media gewann das Ausschlachten des Privaten eine neue Qualität. Wer heute eine bekannte (oder auch weniger bekannte) Person auf der Strasse sieht, kann mit dem eigenen Smartphone dafür sorgen, dass die ganze Welt ihren Aufenthaltsort und – bei unvorteilhaften Bewegungen – auch die Farbe ihrer Unterwäsche erfährt. Seitdem gilt: es gibt keinen sicheren Ort mehr.

Der einzige Weg, das eigene Image zu schützen, ist: Schlagzeilen selbst produzieren und auch verwalten. Die ehemals unerreichbaren Stars übernehmen die ehemals bekämpften Methoden derer, die ihr Privatleben ausleuchteten: sie nutzen persönliche Twitter-, Google+ oder Facebookkonten, um mit ihren Fans zu kommunizieren. Sie beschimpfen munter Kollegen,



Xenia Tchoumitcheva

Xenia Tchoumitcheva ist Unternehmerin, Model und Schauspielerin. Sie lebt in London.

äussern sich zu politischen Entwicklungen und setzen Handy-photographien aus dem eigenen Garten ins Netz. Sie machen sich selbst profan.

Kompositionen wie «Ich gehe jetzt unter die Dusche!» oder «Ich muss vor dem nächsten Dreh noch vier Pfund mit meiner neuen Diät verlieren!» gewinnen sicher keinen Preis für die besten Aphorismen unserer Tage – was zählt, ist der Erfolg der Methode. Und dieser Erfolg ist unbestreitbar: die Fans sind neuerlich mit den Stars «befreundet», fühlen sich privilegiert und sind mit den ehemals Angehimmelten nun vermeintlich auf Augenhöhe (oder sogar darüber). Nähe ist ein knappes Gut. Deshalb ist sie wertvoll. Der Anstrich des Privaten ist eine kluge Strategie: die Nachfrage nach Klatsch und Tratsch wird personalisiert auf die Fans und «Follower» zugeschnitten, es gibt für sie also keinen Grund mehr, Gerüchte und Zitate aus den Klatschheften zu beziehen. Die Primärquelle Social Media ist der Schlagzeilen- und Boulevardindustrie häufig einen Schritt voraus. In der US-Reality-Show «Keeping up with the Kardashians» wird dieses Prinzip quotentauglich auf die Spitze getrieben. Wer sich professionell inszeniert zur Schau stellt, bestens orchestriert über die verschiedenen Medien, wird für diese Paparazzo-Prävention sogar bezahlt. Unglaubliche Mengen an Geld – fast so viel wie mit einer grossen Hollywood-Produktion – lassen sich auf diesem Wege also auch noch verdienen.

Ich habe übrigens tatsächlich nur ein Facebookprofil – und eine offizielle Seite. Und kürzlich fand ich erstmals jemanden bewundernswert, weil ich ihn nach einem flüchtigen Kennenlernen eben genau nicht im Facebook fand! Und vielleicht ist das schon wieder die anrollende Gegenbewegung: Bekanntschaften, die sich dadurch auszeichnen, dass sie ungooglebar, sprich geheimnisvoll sind. ◀