

„Das Digitale“ und sein Modus Operandi

Bewertungen (un)erbetener Be(ob)achtung

Kathrin Englert, Jacqueline Klesse, Wolfgang Ludwig-Mayerhofer, Oliver Schmidtke und David Waldecker

Beitrag zur Ad-Hoc-Gruppe »Grenzen der Bewertung. Angleichungs-, Konflikt- und Absonderungsdynamiken in Zeiten der Digitalisierung«

Die Regel „digitalen Seins oder Nicht-Seins“ bringt eine 19-Jährige auf die einfache Formel: „Desto mehr du machst, desto mehr Punkte.“¹ Belohnt wird die eigene Aktivität, aber auch die Aktivität, die man damit bei anderen auslöst. Dabei ist jedoch nicht nur entscheidend, *dass* man etwas macht, sondern auch *was* man macht. In Bezug auf Letzteres gilt: Nur Interessantes, also besonders positiv oder negativ *Bewertetes*, wird wahrgenommen, heruntergeladen, retweetet und steigert so den Wert bzw. die „grandeur“ (Boltanski, Thévenot 1991) der Webangebote und die ihrer Produzent/-innen. Damit wird deutlich: Bewertung muss nicht wie bei Online-Bewertungsportalen explizit zum digitalen Inhalt werden, um im Digitalen relevant zu werden. Vielmehr ist Bewertung gleichzeitig elementare Grundlage wie Motor des Web 2.0, denn dieses speist sich aus einer „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ (Frank 1998), in der sich – nur wenig überspitzt formuliert – der scholastische Satz „Esse est percipi“ erst bewahrheitet.

Mit der „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ konfligiert allerdings der Schutz der Privatheit, der ebenfalls von vielen digitalen User/-innen hochgehalten wird. Vereinfachend kann man sagen: Für das Internet ist das Spannungsverhältnis zwischen Preisgabe von Daten durch Nutzung – bereits bei Herstellung der Internetverbindung wird die IP-Adresse öffentlich – und Schutz der Privatsphäre vor institutionellen und interpersonellen Beobachter/-innen konstitutiv. Dieser Modus Operandi des Internets lässt sich von Nutzer/-innen (auch technisch) nicht hintertreiben. Das Spannungsverhältnis spitzt sich freilich zu, wenn digitale Inhalte aktiv mitgestaltet werden, also Nutzer/-innen zu Produzent/-innen werden. Insofern fließen in die Nutzung digitaler Angebote *volens nolens* Bewertungen erbetener Beachtung und unerbetener Beobachtung ein.

An dieser Stelle setzt unser Forschungsprojekt, „Un-/Erbetene Beobachtung: Die Überwachungsgesellschaft und das soziale Feld der Medien“ an, das am SFB 1187 angesiedelt ist.² Mit der Präsentation

¹ Es handelt sich um ein Zitat aus einem Interview, das wir im Rahmen des nachfolgend vorgestellten Projekts im Sommer 2016 durchgeführt haben.

² Der Sonderforschungsbereich 1187 „Medien der Kooperation“ ist an der Universität Siegen eingerichtet und wird von 2016 bis 2019 von der DFG in einer ersten Laufzeit gefördert. Das hier vorgestellte

dieses Projekts wollen wir ein qualitatives Forschungsprogramm vorstellen, mit dem wir versuchen, Konzepte einer „Soziologie der Bewertung“, genauer: die „Soziologie der kritischen Urteilkraft“ nach Luc Boltanski und Laurent Thévenot (2007), für „das Digitale“ und seine konstitutiven Fragen der Beobachtbarkeit produktiv zu nutzen. Erste Interviewanalysen sollen die Fruchtbarkeit dieses Blicks auf die Rechtfertigungen angemessener erbetener bzw. unerbetener Beobachtung seitens Jugendlicher und junger Erwachsener verdeutlichen.

Auf der Suche nach Rechtfertigungen angemessener (un)erbetener Beobachtung

Für die Darstellung des Projekts sind zwei Fragen leitend. Erstens: Inwiefern erscheint uns eine „Soziologie der Bewertung“ als produktive Brille auf „das Digitale“ und seine Fragen der Beobachtbarkeit? Und zweitens: Wie, also mit welchem Forschungsdesign wollen wir nach Rechtfertigungen erbetener bzw. unerbetener Beobachtung suchen? Antworten auf diese Fragen sind (auch) deshalb von Interesse, weil die „Soziologie der Bewertung“, die zunehmend auf Interesse stößt und vielfältige empirische Studien inspiriert, bislang vergleichsweise selten den Gegenstandsbereich „des Digitalen“ fokussiert.

Das für das Internet konstitutive Spannungsverhältnis zwischen Veröffentlichung von Daten und Schutz der Privatsphäre hat infolge jüngerer Entwicklungen an Brisanz gewonnen. Moderne kooperative Medien, paradigmatisch verkörpert durch das Web 2.0, haben die Überwachungsgesellschaft auf eine neue Stufe gehoben. Internetbasierte Kommunikation eröffnet unüberschaubare Möglichkeiten der Beobachtung, Überwachung und Datensammlung durch eine Vielzahl an Institutionen und Akteur/-innen. Zentrales Merkmal von *Surveillance* in der Informationsgesellschaft ist gleichzeitig, dass die Individuen – und zwar prinzipiell alle – *die Daten selbst produzieren* (vgl. Gandy 1993: 64). Gerade kooperative Medien sind darauf angelegt, dass die Teilnehmer/-innen gezielt *Beobachtbarkeit erzeugen* und diese *nach Möglichkeit steigern*, also an einer Maximierung der Produktion und Ver-„Öffentlichung“ von Daten über sich selbst mitarbeiten und sich an einer Kultur der Maximierung der Produktion medialer Daten beteiligen.

Die Folgen der informatisierten Datenproduktion und -sammlung und ihre Wahrnehmung und Bewertung durch die Nutzer/-innen werden bislang in den Sozial-, Medien-, Kultur- und Rechtswissenschaften meist einseitig unter der Perspektive der Bedrohung von Privatheit thematisiert. Dabei wird der Schutz der Privatsphäre als positive Norm unterstellt und die dieser Norm widersprechenden Medienpraktiken werden als erklärungsbedürftige Abweichung behandelt. Diese Vereinseitigung erscheint uns in Anbetracht der Entwicklungsdynamik sozialer Medien und deren Durchdringung des Alltags, nicht zuletzt durch mobile, multifunktionale Endgeräte, als nicht mehr differenziert genug. Vielmehr muss – so unsere Hypothese – ein „offensiver“ Gebrauch der sozialen Medien als neue, positiv konnotierte Normalität begriffen werden – gerade was die unter der Chiffre der „digital natives“ (Prensky 2001)³ verhandelten Jahrgänge ab den 1980er Jahren angeht. Zudem erfüllen soziale Medien wesentliche Funktionen der Identitätsarbeit und lassen sich als ein soziales Feld im Sinne Bourdieus verstehen, in dem die Teilnehmer/-innen Sozialkapital sowie symbolisches Kapital zu erwerben, zu

Teilprojekt B06 gehört am SFB dem Projektbereich „Öffentlichkeiten“ an und wird von Wolfgang Ludwig-Mayerhofer geleitet.

³ Vergleiche kritisch zu dieser Begrifflichkeit etwa Rogers (2009: 17).

bewahren oder auch zu vermehren versuchen (vgl. Coll et al. 2011; Ellison et al. 2007), das heißt, der Status sowie der Selbstwert der Jugendlichen bestimmt sich heute auch zentral über ihre Wahrnehmbarkeit im medialen Geschehen. In dieser Weise in mediatisierten Welten zu leben, bedeutet der fortlaufenden Aufforderung zur Preisgabe von Informationen aus seinem „Innersten“ ausgesetzt zu sein. So wird die Zurückhaltung (auch intimer) Informationen zum erklärungsbedürftigen Phänomen und der Nicht-Schutz der Privatsphäre zum Regelfall.

Deutungen dieses Verhaltens als „Voyeurismus“ oder „Exhibitionismus“ (Pecora 2002: 355; Simanowski 2014: 53) sind freilich ebenso einseitig wie die Konzentration auf Visionen einer gigantischen Überwachungsmechanik mit Internetnutzer/-innen als hilflosen Marionetten. Wir gehen aus praxistheoretischer Perspektive davon aus, dass Internetnutzer/-innen in ihren Praktiken weder einfach „handlungsanleitende Sollens-Regeln“ (Reckwitz 2003: 293) umsetzen, noch dass sie den Aufforderungen und Zumutungen des Web 2.0 ohne Kritik folgen. Mit einer Soziologie der Rechtfertigungsordnungen nach Boltanski und Thévenot wird es unseres Erachtens nach möglich, die Medienpraktiken jugendlicher Internetnutzer/-innen zu fassen, aber nicht als unproblematische und unproblematisierte Routinen, sondern als dynamisches Handeln, mit dem sich Jugendliche in Auseinandersetzung zwischen verschiedenen Akteur/-innen, medialen Infrastrukturen und unterschiedlichen Rechtfertigungsordnungen behaupten. So ist die Mediennutzung gerade jugendlicher durchaus auch von „Privatheit“ und Abgrenzung geprägt. Gleichwohl konstituieren die jugendlichen Nutzer/-innen meist ihre je eigenen, „persönlichen Öffentlichkeiten“ (Schmidt 2013), in denen Grenzen zwischen diversen Privatheit(en) und Öffentlichkeit(en) diffus sowie situativ und kontextabhängig variabel werden (vgl. Trottier 2012; Baym, boyd 2012). Deshalb fassen wir das Begriffspaar *öffentlich/privat* mit Hilfe der Leitdichotomie der *erbetenen/unerbetenen Beobachtung*, um einen neuen Zugang zu den Öffnungs- und Abgrenzungsstrategien (jugendlicher) Internetnutzer/-innen zu erarbeiten.

Wir vermuten mithin, dass sich die kritische Urteilskraft der Jugendlichen weniger an abstrakten Fragen – etwa der informationellen Selbstbestimmung als wesentlichem Ausdruck liberaler Beschränkung staatlicher Macht – abarbeitet, als vielmehr an alltäglichen Problemen wie etwa dem Schutz vor Beobachtung durch Eltern oder vor Internet-Mobbing und grundsätzlich an Fragen der „angemessenen“ (Selbst-)Präsentation im Netz (vgl. etwa boyd 2014). Bei der Beurteilung solcher Angemessenheit und bei den Grenzziehungen zwischen adressierten Öffentlichkeiten und auszuschließenden Personen und Institutionen rufen die Jugendlichen verschiedene „Wertordnungen“ im Sinne der *cités* von Boltanski und Thévenot (2007) auf. Boltanski und Thévenot haben in ihrem grundlegenden Beitrag zur Soziologie der Bewertung (vgl. dazu Lamont 2012) beschrieben, wie sich Argumente und Bewertungsschemata auf Rechtfertigungsordnungen zurückführen lassen. Zentral für ihre Überlegungen ist der Hinweis, dass Akteur/-innen in konflikträchtigen Alltagssituationen ihr Handeln einer Reflexion unterziehen und es notwendig begründen müssen, das heißt, sie legen sich und Interaktionspartner/-innen gegenüber unter Rekurs auf konkrete Belege über ihr Handeln Rechenschaft ab:

„Man muss nur [...] den Rechtfertigungen, die die Personen in ihrem Reden und Tun entwickeln, die gebührende Aufmerksamkeit zukommen lassen, um zu erkennen, dass es [...] im Alltagsleben unablässiger Bemühungen bedarf, um Situationen, die zu entgleisen drohen, wieder in Ordnung zu bringen und sie auf diese Weise zu stabilisieren. Die Menschen unterdrücken im Alltag ihre Beunruhigung nicht, und genau wie Wissenschaftler hegen sie ständig Verdacht, stellen sich unablässig Fragen, unterziehen die Welt immer wieder Prüfungen.“ (Boltanski, Thévenot 2007: 61)

Boltanski und Thévenot führen die in Prozessen der Einigung aufgerufenen Bewertungsmuster auf sechs Rechtfertigungsordnungen zurück, die sie als *cités* bezeichnen: jene der Inspiration, des Hauses,

der Meinung, des Staatsbürgers/der Staatsbürgerin, des Marktes und der Industrie. Diese *cités* sind nicht an gesellschaftliche Sphären gebunden, sondern können prinzipiell in jeder Situation zur Bewertung herangezogen werden. Zugleich können sie auch in Kompromissen zu einer übereinstimmenden Bewertung der Situation oder eines Gegenstands eine Rolle spielen. Boltanski hat zusammen mit Ève Chiapello später eine weitere *cité* diskutiert, jene des „Projekts“ (vgl. Boltanski, Chiapello 2003).

Emmanuel Kessous (2012) knüpft an Boltanski und Thévenot an und hat für die spezifischen Interaktionsanforderungen und Bewertungsprozesse im digitalen Netz anhand der Analyse von Ratgeberliteratur bzw. einschlagigen Texten zur Internetrevolution eine weitere *cité* konzipiert: die Ökonomie der Aufmerksamkeit. Kessous unterscheidet bei dieser *cité* eine marktf rmige und eine partizipative Ökonomie der Aufmerksamkeit. Letztere kommt vor allem im Bereich der *Social-Media*-Nutzung als Wertordnung zum Tragen. Zentral sind für die partizipative Ökonomie der Aufmerksamkeit die „cooperation and circulation of information in networks“ (Kessous 2015: Abs. 11) Als „groß“ im Sinne des Erwerbs von „grandeur“ gilt dieser Rechtfertigungsordnung zufolge jemand, der sowohl Aufmerksamkeit erzeugt, als auch diese sinnvoll verteilt. „Größe“ bzw. „grandeur“ zeigt sich also in Bekanntheit, aber auch im Bekanntmachen – das heißt im Verlinken, Posten und Kommentieren – würdiger Inhalte: „The worthy [persons] are both *attentive* and *thoughtful*, which is especially remarkable insofar as they are the object of all the attention“ (Kessous 2015: Abs. 19 [Hervorhebung im Original]). Damit unterscheidet sich diese *cité* von jener der Meinung, in der es allein um die Bewertung einer Person geht. In der *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit ist es weniger die Person selbst, die, wie es in der *cité* der Meinung der Fall ist, unmittelbar in Form des Stars Aufmerksamkeit erzeugt, sondern die von der Person relevant gemachten Inhalte oder anderen Personen (vgl. Kessous 2012: 201).

Die Art und Weise, wie Jugendliche und junge Erwachsene online Daten über sich publizieren, ist in dieser Perspektive also nicht als unreflektierter Umgang mit einem unverstandenen Medium, sondern als Ergebnis von Abwagungsprozessen zu deuten. Es dürfte die *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit sein, die ins Verhältnis zu Bemühungen um Beschränkung bei der Datenweitergabe gesetzt werden muss. Daher stellt diese *cité* vermutlich auch – wenngleich sie selbst nicht jede Form der Datenveröffentlichung rechtfertigt und somit auch zur Kritik von Online-Aktivitäten herangezogen werden kann – eine entscheidende Herausforderung für andere Wertordnungen dar, wenn es um die Frage der Legitimierung richtigen Medienhandelns in Zeiten seiner „Hyper-Beobachtbarkeit“ geht.

Es schließt sich die Frage an, *wie* der Widerstreit unterschiedlicher Rechtfertigungsordnungen herausgearbeitet werden kann. Unser qualitatives Forschungsdesign sieht zwei Untersuchungsstr nge vor. Um zu untersuchen, wo Jugendliche und junge Erwachsene in ihrer alltaglichen Medienpraxis überhaupt Grenzen zwischen erbetener und unerbetener Beobachtung ziehen, bietet sich ein medienethnographisches Verfahren (vgl. dazu etwa Drackl  2005; Bachmann, Wittel 2011) an. Konkret sollen mit 30 Jugendlichen im Alter von 17 bis 19 Jahren mit unterschiedlichem Bildungsabschluss und in unterschiedlichen Siedlungsräumen (großstädtisch versus kleinstädtisch) problemzentrierte Interviews geführt und anschließend ihre Medienpraktiken virtuell teilnehmend beobachtet werden.

Der zweite Untersuchungsstrang widmet sich der Frage, wie die jungen Netzakteur/-innen diese verschiedenen subjektiven Unterscheidungen von un- bzw. erbetener Beobachtung beurteilen bzw. rechtfertigen und unter Rekurs auf welche Rechtfertigungsordnungen sie dies tun. Gegenstand der Rekonstruktion sind mithin die Rechtfertigungen angemessener erbetener bzw. unerbetener Beobachtung unter der Bedingung von Mehrdeutigkeit. Wir knüpfen hier an das im Rahmen der dokumentarischen Methode methodologisch fundierte Gruppendiskussionsverfahren an (vgl. Bohnsack 2014; Bohnsack et al. 2006). Gruppendiskussionen eignen sich besonders zur Erhebung von Rechtfertigungskonfigurationen, weil anders als im Einzelinterview mehrere Teilnehmer/-innen gleichzeitig

ihren gemeinsamen „Lebensbereich“ (Blumer 1973: 123) prüfen, Meinungsdispositionen sichtbar werden und Gelegenheit für Widerspruch besteht (vgl. Lamnek 2005: 84). So werden Bezüge zu unterschiedlichen Rechtfertigungsordnungen und ihr argumentativer Einsatz besonders gut sicht- und rekonstruierbar (vgl. auch Knoll 2012: 92). Konkret planen wir fünf bis sechs Gruppendiskussionen mit den bereits interviewten Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Empirischer Ausblick

Abschließend möchten wir anhand zweier Fallbeispiele einen empirischen Ausblick auf Rechtfertigungen angemessener erbetener bzw. unerbetener Beobachtung geben. Da unser Forschungsprojekt in den Anfängen steckt, können wir hier freilich noch nicht auf die Gruppendiskussionen eingehen, sondern müssen auf die Einzelinterviews mit Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen zurückgreifen.

Thomas Wagner ist 18 Jahre alt und steht kurz vor dem Abitur. Den Modus Operandi des Internets reflektiert er klar, wenn er zu bedenken gibt: „Ganz sicher sind Daten im Internet eh nie.“ Ein Schutz seiner Daten vor unerbetener Beobachtung scheint ihm im Internet nicht möglich. Dies gilt für institutionelle Beobachter/-innen – also Geheimdienste und Unternehmen – wie für interpersonelle Beobachter/-innen. So würde Thomas Wagner ein Nacktbild von sich auch nicht seiner Freundin schicken. Aus der generellen Unmöglichkeit des Schutzes seiner Daten vor unerbetener Beobachtung zieht Thomas Wagner den Schluss der Datensparsamkeit. Richtiges Medienhandeln besteht für ihn darin, möglichst „wenig Daten preis zu geben“.

Womit legitimiert er nun dieses Medienverhalten? Aufschlussreich sind hier seine Äußerungen zu den problematischen Folgen im Extremfall der Veröffentlichung „falscher“ Inhalte, genauer „Nacktbilder“ und „betrunkene[r] Partybilder“.

„Man weiß ja, dass vor dem Bewerbungsgespräch der Name durch Personaler bei Facebook gesucht wird. Ich kenne Leute, die dann den Job nicht gekriegt haben. Gerade auch bei Bildern, die herumgeschickt werden, kann man auch sehr schnell seinen Ruf verlieren. Es gab auch schon den Fall, dass Leute weggezogen sind wegen solcher Fotos. Einfach weil sie wegen der Fotos fertig gemacht wurden und sich auch dafür geschämt haben.“

Er stellt hier der Neigung zu einer maximalen Preisgabe von Daten ein Gebot der Datensparsamkeit entgegen, und rechtfertigt dies erstens mit Verweis auf die *cité* der Industrie (vgl. Boltanski, Thévenot 2007: 276–286) und zweitens mit Verweis auf die *cité* des Hauses (vgl. Boltanski, Thévenot 2007: 228–245). Die unangemessene Veröffentlichung persönlicher Informationen kann im ersten Fall dazu führen, dass einem die Eigenschaften abgesprochen werden, die in der Ordnung der industriellen Welt etwas gelten, nämlich „Effizienz“, „Leistung“, „Produktivität“ und „normales Funktionieren“ (Boltanski, Thévenot 2007: 278). Wer als „unangepasst“ erscheint und „mangelnde Beherrschung“ (Boltanski, Thévenot 2007: 279) zeigt, läuft Gefahr, dass ihm der Zugang zur industriellen Welt verwehrt bleibt. Mit dem Beispiel des Versendens intimer Bilder bezieht sich Thomas Wagner auf einen konkreten Vorfall an seiner Schule. Nachdem ein, nur für eine Einzelperson bestimmtes, intimes Foto der Schulöffentlichkeit zugänglich wurde, hat die betroffene Schülerin ihren Wohnsitz gewechselt. Er rekurriert mit dieser Episode nicht, wie es auf den ersten Blick scheint, auf die *cité* der Meinung (vgl. Boltanski, Thévenot 2007: 245–253), sondern macht die *cité* des Hauses stark, um generelle Datensparsamkeit zu rechtfertigen. Ihren „Ruf“ verliert die Schülerin nicht in Bezug auf eine anonyme öffentliche Meinung, sondern spezifischer in der konkreten Teilöffentlichkeit der Schule, denn in dieser steht der Veröffent-

lichung privater Daten die Logik der *cité* des Hauses entgegen, in der die „Größe“ einer Person durch „gute Erziehung“ (Boltanski, Thévenot 2007: 232) gewährleistet wird. Wer diese mehr oder weniger kodifizierten Regeln überschreitet – und sei es aus Versehen, wie im Fall des unkontrollierbar weiter veröffentlichten Intimfotos –, wird als unwürdig angesehen, in der Gemeinschaft, hier: der Schulgemeinschaft, zu verbleiben.

Die *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit spielt in Thomas Wagners Argumentation für das richtige Medienhandeln keine Rolle, gilt es doch für ihn generell sparsam mit Daten umzugehen. Auch Abweichungen von seinem Gebot der Datensparsamkeit und mithin angemessene erbetene Beobachtung rechtfertigt er keineswegs mit dieser *cité*, sondern mit der *cité* des Hauses. So gilt das Ziel der Datensparsamkeit auch für sein Facebook-Profil. Er gibt dort aber doch sein Geburtsdatum an, weil es ihm wichtig ist, „dass die Leute sehen können, wann ich Geburtstag habe und umgekehrt. [...] Also mir ist es jetzt nicht wichtig, dass mir jemand bei Facebook gratuliert, aber ich finde es schon gut, dass ich weiß, wer wann Geburtstag hat, gerade wenn man nicht jeden Tag etwas mit der Person zu tun hat“. Er veröffentlicht also sein Geburtsdatum nicht, um damit Aufmerksamkeit zu generieren, sondern weil mit dem (technisch sichergestellten) reziproken Beglückwünschen Zugehörigkeiten zur Gemeinschaft aktualisiert werden. Damit bezieht er sich auf Gepflogenheiten im Sinne einer häuslichen Welt, deren Einhalten er höher bewertet als den Schutz dieses personenbezogenen Datums.

Im Unterschied zu Thomas Wagner problematisiert Aischa Schneider den Modus Operandi des Internets weniger umfassend. Sie ist 19 Jahre alt und macht nach dem Hauptschulabschluss eine Ausbildung im sozialen Bereich. Dass sie den Verführungen des Web 2.0 erliegt, thematisiert sie durchaus. Mehrmals erwähnt sie, dass die Webangebote „schonmal sehr einladend“ gestaltet seien und „dass ich dann nicht mehr da wegkomme“. Unangemessenheiten ihrer medialen Herstellung von Beobachtung werden ihr anhand konkreter Erfahrungen mit unerbetener Beobachtung bewusst, aus denen sie die Notwendigkeit punktueller Datenzurückhaltung ableitet. So nutzt sie etwa ihre Profile nur noch im privaten Modus, seit eine Lehrkraft ihr damals noch öffentliches Facebookprofil der Klasse vorgeführt hat, und veröffentlicht generell keine Fotos mehr von sich selbst. Während für Thomas Wagner „richtiges“ Medienhandeln in genereller Datensparsamkeit – letztlich rekuriert er damit auf ein abstraktes Konzept – besteht und die Leitfrage lautet, inwiefern man auch ohne das Internet „auskomme“, betont Aischa Schneider die vielen Möglichkeiten des Web 2.0, die man ausschöpfen könne, wenn man nur gewisse Einschränkungen beachtet, die sich in ihrem Alltag als evident erwiesen haben.

Legitim erscheint Aischa Schneider diese umfängliche Nutzung und Herstellung von Beobachtung nun aber nicht – wie man vermuten könnte – aufgrund der *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit. Vielmehr führt sie die *cité* des Hauses an, mit der auch Thomas Wagner Ausnahmen von seinem Gebot der Datensparsamkeit begründet hat. Bereits in der Einstiegssequenz sagt sie, dass es am Internet „wirklich ein Vorteil ist, dass ich mich mit der Familie austauschen kann, denn ich sehe sie sonst ein ganzes Jahr lang nicht [...], denn wir sind ja auch ganz verteilt“. Über eine Familiengruppe bei WhatsApp werden etwa Rezepte getauscht oder Fotos von Festen verschickt. In einer virtuellen Familienöffentlichkeit wird also das gepflegt, was Beziehungen in der häuslichen Welt kennzeichnet, nämlich, dass es „persönliche Beziehungen“ (Boltanski, Thévenot 2007: 240) sind. Da sich diese „nur im Zusammentreffen mit oder in der Gegenwart der anderen“ (Boltanski, Thévenot 2007: 240) entfalten können, dieses Zusammentreffen aber aufgrund räumlicher Distanzen face-to-face selten realisiert werden kann, scheint Aischa Schneider hier die Veröffentlichung persönlicher Daten online gerechtfertigt.

Mit der *cité* des Hauses erscheint Aischa Schneider auch unerbetene interpersonelle Beobachtung in gewisser Weise kontrollierbar. Bei ihrem privaten Instagram-Account versucht sie „nur die Leute

jetzt anzunehmen, wobei ich denke, da wird jetzt nix Großartiges passieren“. In der Auswahl sind die Selbstdarstellungen der potentiellen Follower/-innen das entscheidende Indiz dafür, ob sie Aischa Schneiders Daten missbrauchen könnten oder nicht. Wer selbst auf seinem Profil zu viele Informationen (etwa die Mobiltelefonnummer) preisgibt, erscheint ihr als unvernünftig und somit als unsichere(r) Kandidat/-in. Sie bewertet diese falsche Selbstdarstellung entlang der *cité* des Hauses, in der jener als „klein“ gilt, der versucht, „Aufmerksamkeit zu erregen“ (Boltanski, Thévenot 2007: 243). Die *cité* des Hauses stellt hier einen Gegenpol zur *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit dar und ermöglicht Aischa Schneider Urteile über das ihrer Ansicht nach richtige Maß virtueller Selbstpr sentationen. Letztlich kann diese Bewertung allerdings auch als ein Kompromiss aus Bewertungslogiken der *cité* des Hauses und jener der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit beschrieben werden. Denn letztere bewertet nicht das Verbreiten von Informationen an sich als positiv, sondern das Kuratieren von Einzelpunkten aus einer schier unersch pflchen Flut an Informationen, die im Netz verfügbar sind. Das heißt, in dieser *cité* gilt freilich nicht (wie in der *cité* des Hauses) jener als „klein“, der überhaupt versucht, Aufmerksamkeit zu erzeugen, aber doch derjenige, der dies um jeden Preis – dem Motto „Masse statt Klasse“ folgend – versucht. Aischa Schneider „bewertet“ also hier nicht nur, dass die entsprechende Person in quantitativer Hinsicht unseriös mit privaten Daten umgeht, bloß um Aufmerksamkeit zu erzeugen, sondern auch, dass sie in qualitativer Hinsicht Aufmerksamkeit falsch, nämlich mit überflüssigen Details zu erzeugen versucht.

Für eine umfangreiche Internetnutzung führt Aischa Schneider neben der *cité* des Hauses die *cité* der Inspiration (vgl. Boltanski, Thévenot 2007: 222–228) ins Feld. Danach gefragt, warum sie online die Dinge macht, die sie macht, antwortet sie: „Meistens ist es so, dass es eine Inspiration ist.“ Es ist aber natürlich nicht einfach diese Vokabel, die uns dazu bringt, ihre Äußerung als Ausdruck der *cité* der Inspiration zu deuten. Die vielfältigen digitalen Inhalte erscheinen ihr als eine „Gunst, die zwar von außen kommt, zugleich aber als innere Bewegtheit erfahren wird“ (Boltanski, Thévenot 2007: 222), wie etwa der Ausruf, „Wow, wo hast du das denn gefunden?“ verdeutlicht, mit Hilfe dessen sie ihre Reaktionen auf Postings ihrer Freundinnen beschreibt. Das Internet erlebt sie als „bereichernd, begeisternd, erhebend“ (Boltanski, Thévenot 2007: 223). Einerseits findet sie Anregungen für ihre persönlichen Interessengebiete wie Backen oder Handmalerei mit Henna. Dabei geht es um besondere Kreationen, das „Phantasievolle“ und „Originelle“ (Boltanski, Thévenot 2007: 223), etwa ein Dessert in Zitronenform. Andererseits fasziniert sie beim Vagabundieren durch die scheinbar unersch pflchen Möglichkeiten des Web 2.0 auch das Unbekannte und überraschende, etwa eine „Maschine, die zerquetscht Sachen. Alles Mögliche“. Die *cité* der Inspiration legitimiert für Aischa Schneider die Herstellung von Beobachtung. Die gehobenen Sch tze archiviert sie für sich durch Verlinken. Insofern sie diese auch anderen publik macht, handelt sie zudem im Sinne der *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit. Sie folgt der Logik des Bekanntmachens würdiger Inhalte. Zugleich thematisiert Aischa Schneider Ambivalenzen zwischen dem inspirierenden Vagabundieren und einem sich Verlieren: „Das Problem ist, dass es total s chtig macht.“ Die Bereicherung ihres Selbst kann sich in den Verlust von Selbstbestimmung verwandeln, so dass sie ihr Handeln als „quasi gezwungen“ erlebt. In ihrer Kritik dieser Entgrenzung rekurriert sie auf die *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit, gelten doch auch dort jene Formen der Internetnutzung als problematisch, in der die Aufmerksamkeit nicht mehr sinnvoll gesteuert werden kann und vom Interessanten und Relevanten hin zu Belanglosem diffundiert.

Die Fallbeispiele zeigen, dass junge Internetnutzer/-innen keineswegs einfach als naiv oder unreflektiert hinsichtlich der Zugriffsmöglichkeiten auf ihre persönlichen Daten beschrieben werden können, wie es manch mediale Diskurse nahelegen. Vielmehr kommt in beiden Fällen bei den Bewertungen der digitalen Welt eine kritische Urteilskraft zum Einsatz, und es werden verschiedene Wertord-

nungen aufgerufen, um das vermeintlich richtige Maß an Beobachtbarkeit zu rechtfertigen. Bemerkenswert ist, dass in den Rechtfertigungskonfigurationen, die sich in den beiden Fällen andeuten, (ausgerechnet) die *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit mit ihrem Imperativ der Vernetzung durch Verbreitung und Würdigung persönlicher Informationen argumentativ kaum eine Rolle spielt: Während diese *cité* im Fall Thomas Wagners für die Bewertung angemessener Beobachtbarkeit irrelevant scheint, kommt ihr im Fall Aischa Schneiders zwar eine Bedeutung zu, aber weniger als Rechtfertigung für die Veröffentlichung persönlicher Daten, sondern vielmehr als Argument gegen ein Übermaß derselben. Insofern wird die *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit relevant, aber – und das ist durchaus überraschend – eher mit denjenigen ihrer Begründungsmuster, mit denen Online-Aktivitäten als zu exzessiv kritisiert werden können.

Wenn es darum geht, die Herstellung angemessener erbetener Beobachtung zu legitimieren und die Preisgabe persönlicher Informationen zu rechtfertigen, werden in beiden Fällen andere Rechtfertigungsordnungen aufgerufen. So bringen sowohl Thomas Wagner als auch Aischa Schneider die *cité* des Hauses in Anschlag, Aischa Schneider darüber hinaus die *cité* der Inspiration. Als ein erstes, freilich tentatives Ergebnis lässt sich einerseits festhalten, dass es nicht nur die *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit zu sein scheint, die bei Fragen der Beschränkung von Daten und Kommunikation eine Rolle spielt. Es zeichnet sich vielmehr eine Gemengelage an Rechtfertigungsordnungen ab, die zu einer Herausforderung für Privatheit werden. Und zweitens lässt sich, ebenfalls tentativ, konstatieren, dass die *cité* der partizipativen Ökonomie der Aufmerksamkeit selbst zu einer Herausforderung für persönliche Öffentlichkeiten und die Kultur der Maximierung der Produktion medialer Daten werden kann. Insofern können wir bestätigen, dass es diverse „Intersektionen“ (Lamla 2013: 270ff.) verschiedener Bewertungslogiken sind, die „im Digitalen“ relevant werden. Diese Rechtfertigungskonstellationen des für die digitale Welt konstitutiven Moments der Beobachtbarkeit werden wir im Laufe unserer Studie genauer in den Blick nehmen.

Literatur

- Bachmann, G., Wittel, A. 2011: Medienethnographie. In R. Aya , J. Bergmann (Hg.), Qualitative Methoden der Medienforschung. Mannheim: Verlag für Gespr chsforschung, 183–219.
- Baym, N. K., boyd, D. 2012: Socially mediated publicness: An introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56. Jg., Heft 3, 320–329.
- Blumer, H. 1973: Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus. In Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hg.), *Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit*. Reinbek: Rowohlt, 80–146.
- Bohnsack, R. 2014: *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden*. Opladen/Toronto: Barbara Budrich/UTB.
- Bohnsack, R., Przyborski, A., Sch ffer, B. (Hg.) 2006: *Das Gruppendiskussionsverfahren in der Praxis*. Opladen: Barbara Budrich.
- Boltanski, L., Chiapello,  . 2003: *Der neue Geist des Kapitalismus*. Konstanz: UVK.
- Boltanski, L., Thévenot, L. 2007: * ber die Rechtfertigung. Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Boltanski, L., Thévenot, L. 1991: *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard.
- boyd, D. 2014: *It’s complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press.

- Coll, S., Glassey, O., Balleys, C. 2011: Building social networks ethics beyond ‚privacy‘: a sociological perspective. *International Review of Information Ethics*, 16. Jg., Heft 12, 47–53.
- Dracklé, D. 2005: Vergleichende Medienethnografie. In A. Hepp (Hg.), *Globalisierung der Medienkommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag, 187–208.
- Ellison, N., Steinfield, C., Lampe, C. 2007: The benefits of facebook ‚friends‘: social capital and college students‘ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12. Jg., 1143–1168.
- Franck, G. 1998: *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser.
- Gandy, O. H. 1993: *The panoptic sort: A political economy of personal information*. Boulder: Westview Press.
- Kessous, E. 2015: The attention economy between market capturing and commitment in the polity. *Economia*, 5. Jg., Heft 1, <http://oeconomia.revues.org/1123> (letzter Aufruf 13. September 2016).
- Kessous, E. 2012: *L‘attention du monde. Sociologie des données personnelles a l‘ère numérique*. Paris: Armand Colin.
- Knoll, L. 2012: Über die Rechtfertigung wirtschaftlichen Handelns. CO₂-Handel in der kommunalen Energiewirtschaft. Wiesbaden: VS Verlag.
- Lamla, J. 2013: *Verbraucherdemokratie. Politische Soziologie der Konsumgesellschaft*. Berlin: Suhrkamp.
- Lamnek, S. 2005: *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. Weinheim/Basel: Beltz.
- Lamont, M. 2012: Toward a comparative sociology of valuation and evaluation. *Annual Review of Sociology*, 38. Jg., 201–21.
- Pecora, V. P. 2002: The culture of surveillance. *Qualitative Sociology*, 25. Jg., Heft 3, 345–358.
- Prensky, M. 2001: Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9. Jg., Heft 5, 1–6.
- Reckwitz, A. 2003: Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive. *Zeitschrift für Soziologie*, 32. Jg., Heft 4, 282–301.
- Rogers, R. 2009: The end of the virtual. *Digital Methods*, http://www.govcom.org/rogers_oratie.pdf (letzter Aufruf 8. Januar 2017).
- Schmidt, J.-H. 2013: Persönliche Öffentlichkeiten und Privatsphäre im Social Web. In S. Halft, H. Kraus (Hg.), *Privatheit. Strategien und Transformationen*. Passau: Stutz, 121–138.
- Simanowski, R. 2014: *Data Love*. Berlin: Matthes & Seitz.
- Trottier, D. 2012: *Social media as surveillance. Rethinking visibility in a converging world*. Farnham u. a.: Ashgate.