



Daniel Houben/Bianca Prietl (Hrsg.):
Datengesellschaft. Einsichten in die Datafizierung des Sozialen.
Bielefeld 2018: Transcript. 387 Seiten, 34,99 Euro



Peter Ludes:
Brutalisierung und Banalisierung. Asoziale und soziale Netze.
Wiesbaden 2018. Springer VS. 39 Seiten, 14,99 Euro



Bianca Kellner-Zotz:
Das Aufmerksamkeitsregime – Wenn Liebe Zuschauer braucht. Eine qualitative Untersuchung zur Medialisierung des Systems Familie.
Leipzig 2018: Vistas. 381 Seiten, 39,00 Euro

Datengesellschaft

Der Band versammelt 14 Beiträge, die sich aus soziologischer Perspektive mit der Datafizierung unserer Gesellschaft auseinandersetzen. In ihrer Einleitung machen die Herausgeber deutlich, was sie unter Daten verstehen: „Zusammengekommen sind Daten folglich methodisch absichtsvoll reduzierte und technisch, medial oder materiell prozessierte Wirklichkeitsausschnitte“ (S. 18). In der Datengesellschaft sind Daten immer sozial konstruiert.

Leger, Panzitta und Tiede kristallisieren in ihrem Beitrag über die Selbstvermessung in der digitalen Welt drei Typen von Selbstdarstellern heraus: die offensiven, die selektiven und die abstinenten. Frisch und Stoltenberg zeigen am Beispiel von Airbnb, wie die Plattform eine eigene Bewertungskultur entwickelt hat, bei der es darum geht, „negative Erlebnisse so in Texten zu verstecken, dass sie auf den ersten Blick nicht als solche erkennbar sind“ (S. 100). Houben und Prietl gehen davon aus, „dass die Datengesellschaft spezifische Subjekte produziert, denen gemeinsam ist, dass sich Individuen in mehr oder weniger intensiver Auseinandersetzung mit (selbst generierten) Daten über die eigene Person in einem ständigen Spannungsverhältnis zwischen Datenschutz, Datenproduktion und -austausch hervorbringen müssen“ (S. 364f.). Damit ist auch die Leistung des gesamten Bandes genannt: eine Zeitdiagnose der Datengesellschaft, die sich zwischen Daten, Menschen und der Gesellschaft bewegt.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Asoziale und soziale Netze

In dem schmalen Band rechnet der Soziologe und Medienwissenschaftler Peter Ludes mit den digitalen sozialen Medien ab. Er entwirft ein „Fiktions-Tatsächlichkeits-Orientierungsmodell“, mit dem „das komplexe und widersprüchliche Zusammenspiel und Gegen-einander von fiktiven Behauptungen und entrechteten oder verdrängten Tat-Sachen problematisiert“ wird (S. 23). Ludes beendet das Bändchen mit einer *Dekalog* betitelten szenischen Inszenierung mit folgenden Worten: „Es werden schließlich die globalen Kosten der allgemeinen Rechtssysteme, von Kindergärten, Schulen und weiteren Ausbildungssystemen und aller Infrastrukturen auf den Börsenkursen der Multi-Milliardäre eingeblenet und von ihrem Vermögen abgezogen – und an die ärmere Hälfte der Menschheit verteilt“ (S. 34). Ludes liefert eine ausschnittshafte Zustandsbeschreibung der digitalen Welt, indem er lediglich – das aber wiederholt – die „bösen“ Aspekte benennt. Eine ernsthafte Auseinandersetzung und Analyse, wie der geneigte Leser sie von einem Soziologen erwartet hätte, findet leider nicht statt. Damit trägt das Bändchen selbst zu der vom Autor konstatierten „Wahrheitskrise“, die eine „Wahrnehmungs- und Verständniskrise“ ist (S. 22), bei. Die von Ludes beklagte Banalisierung und Brutalisierung haften leider seinem eigenen Text an. Dass das Bändchen in der Reihe „essentials“ des Verlags Springer VS erscheint, spricht jeder seriösen wissenschaftlichen Auseinandersetzung Hohn.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Wenn Liebe Zuschauer braucht

Welche Vorstellungen von Familie wir haben und wie wir Familie leben, ist nach Auffassung der Autorin nicht unwesentlich von Medieninhalten beeinflusst. Um sich dem Phänomen der medialisierten Familie zu nähern, hat die Autorin einen Multi-Methoden-Ansatz gewählt, bei dem sie Diskursanalyse mit Dokumentenanalyse, Experteninterviews und Mütter- bzw. Großmütterinterviews verbindet.

In Zeiten der Medialisierung kann Liebe „nicht mehr einfach geschehen, langsam wachsen oder auch erdulden. Sie muss optimiert werden, sie muss großartig sein und regelmäßig für multiple Orgasmen sorgen“ (S. 142). Schließlich gilt nur noch der inszenierte Heiratsantrag als Liebesbeweis. Die folgende Hochzeit muss als Event organisiert werden, um soziale und mediale Aufmerksamkeit zu erzielen. Profifotografen begleiten die Paare an diesem wichtigen Tag: „Storytelling ist angesagt. Der ganze Tag soll dokumentiert, die Stimmung transportiert, jeder unverwechselbare Moment eingefangen werden“ (S. 164). Auch die Erziehung braucht eine Bühne. Eltern und Pädagogik selbst orientieren sich an der Handlungslogik der Massenmedien. Die Autorin fasst die Ergebnisse ihrer sehr lesenswerten Studie so zusammen: „Es sind nicht nur die Ökonomisierung oder der demografische Wandel, die den Familien zu schaffen machen. Es ist auch der Druck, ständig aller Welt zeigen zu müssen, wie selbstbestimmt, abwechslungsreich und aufregend das eigene Leben verläuft“ (S. 335).

Prof. Dr. Lothar Mikos