

4. Die verteilte Person: Digitalisierung des Persönlichen

4.1 Intro: Beziehungsweisen der verteilten Person

Nachdem ich die Thesen vertreten habe, dass das Private einen formatierenden und zentrierenden Effekt auf das Persönliche ausübt (2.) und die Privatheit der Kontrolle mit der Digitalisierung an Einfluss verliert (3.), will ich nun im diesem Teil der Arbeit prüfen, welche neuen postdigitale Weisen der Personalisierung im Zuge der Digitalisierung zu beobachten sind. Diese sind schließlich ein Hinweis darauf, dass sich Privates und Persönliches voneinander ablösen und das Persönliche freigesetzt wird. Anhaltspunkte dafür finden sich schon in der oben besprochenen Postprivacy-Kontroverse, in der – im Kontext postdigitaler Kulturformen und einer kritischen Prüfung des Privaten und seiner Formen der Kontrolle – mit neuen Konzepten menschlicher Innerlichkeit und Erreichbarkeit experimentiert wird. Die daran anknüpfende Frage, wie sich Weisen der Personalisierung mit der Digitalisierung ändern, führt schließlich zurück zur Hauptthese meiner Arbeit, dass nämlich eine Diffusion des Persönlichen vonstattengeht, die sich in einer Verteilung der Elemente, Techniken und Situationen der Personalisierung manifestiert.

Um einer solchen Verteilung auf die Spur zu kommen, werde ich im Folgenden drei Beziehungsweisen besprechen, in denen eine Digitalisierung des Persönlichen zu beobachten ist. Das ist erstens die moderne Freundschaft und ihr digitaler Wandel (4.2.), zweitens die Herstellung und Verbreitung von Selfie-Fotografien (4.3.) und drittens die datenökonomische Infrastrukturierung der Person (4.4.). In allen drei Fällen ist das Persönliche – als Verfügbarkeit menschlicher Innerlichkeit – ein elementares Anliegen, das jeweils mit unterschiedlichen Mitteln verfolgt und in unterschiedlichen Ausprägungen erreicht wird. Alle drei Beziehungsweisen müssen dabei als digitalisiert gelten, insofern digitale Technologien und Kulturformen für ihre Genese konstitutiv sind.

Die ersten beiden Beziehungsweisen unterscheiden und ergänzen sich hinsichtlich ihres Maßstabs: Während Freundschaft eine breite Perspektive auf persönliche Beziehungen ermöglicht, handelt es sich bei der Selfie-Produktion um ein vergleichsweise kompaktes Phänomen, das ich entsprechend kleinteiliger untersuche. Die dritte Studie erweitert die Untersuchung schließlich, insofern sie nicht von der Person und ihren Beziehungen aus startet, sondern von einem strukturellen Spannungsgefüge auf der Ebene der Gesellschaft, in das die Person eingebettet ist. In allen drei Fällen steht die Frage im Mittelpunkt, wie sich die Konstitutionsbedingungen des Persönlichen unter Beteiligung digitaler Technologien verändern.

Die Ergebnisse dieser Studien führe ich abschließend in der Figur der *verteilten Person* zusammen. Damit möchte ich veränderte Weisen der Personalisierung im Zuge der Digitalisierung bündeln, die sich von denen der privaten Person unterscheiden. Ich habe bereits diskutiert, wie sich letztere im Rahmen bestimmter Varianten des Privaten konstituiert und dabei als zentrale Instanz des Persönlichen auftritt. Demgegenüber ist die verteilte Person Ausdruck einer digitalen Diffusion des Persönlichen – einer Verteilung der Elemente, Techniken und Situationen der Personalisierung –, und deshalb weniger zentriert als die private Person. Die hier untersuchten Weisen der Personalisierung gleichen sich in ihrem Ziel der Erreichbarkeit menschlicher Innerlichkeit, sie unterscheiden sich aber hinsichtlich ihrer Konstitution und ihrer Effekte, die entsprechend unterschiedlich auf die neue Verteilung des Persönlichen verweisen. Bevor ich detailliert in die Untersuchungen einsteige, will ich die Figur der verteilten Person hier kurz an den Fällen plastisch machen.

Die verteilte Person findet sich in den Prozessen der Digitalisierung der Freundschaft. Die Beziehungsweise der modernen Freundschaft ist einerseits eine der zentralen Varianten aus dem Repertoire höchstpersönlicher Beziehungen und zeichnet sich andererseits gegenüber anderen Formen von Intimität durch eine besondere Variabilität aus. Freundschaften sind variabel, was Inhalte, Gestaltung und ihr Verhältnis zum Privaten angeht. Aufgrund dieser Variabilität scheint Freundschaft vielerorts Modell zu stehen für die Digitalisierung persönlicher Beziehungen. Paradigmatisches Beispiel dafür ist die Bezeichnung »Friend« für alle Arten von Verbindungen auf der Social-Media-Plattform Facebook. Dabei werden gerade jene Ausprägungen der freundschaftlichen Beziehungstradition aufgegriffen und intensiviert, die eine Verteilung der Elemente, Techniken und Situationen des Persönlichen befördern. Damit gewinnt dann ein Modus der Personalisierung an Einfluss, der in dreifacher Weise an die Tradition der Freundschaft anschließt: Die Elemente der

Personalisierung sind verteilt, weil Inhalt und Tiefe der Beziehung variabel und elastisch sind. Die Techniken der Personalisierung sind verteilt, insofern die Formen und Werkzeuge der Beziehungspflege heterogen sind und relational ausgehandelt werden können und müssen. Schließlich sind die Situationen der Personalisierung verteilt, insofern sie sowohl neue Zonen des Privaten erschließt als auch neue Formen der Veröffentlichung nutzt.

Die verteilte Person manifestiert sich außerdem in jenen Beziehungsweisen, die mit Hilfe von Selfies aufgebaut werden. Selfies sind dabei nicht nur digitale Fotografien, sondern Mittler:innen des Persönlichen. Sie sind *Plugins* im Sinne Bruno Latours, also nicht-menschliche Helfer:innen, mittels derer sich Menschen zu Personen machen und gemacht werden (Latour 2010: 359f.). Sie fungieren als Transportmittel des Persönlichen und sind damit Ausdruck einer postdigitalen Beziehungsweise. In ihrer Genese sind sie auf heterogene Elemente und Situationen angewiesen, wodurch die Konstitution persönlicher Erreichbarkeit mittels Selfies zu einem hochgradig verteilten Geschehen macht. Diese Verteiltheit tritt mithin als spezifische Infrastruktur auf, durch die digitale Technologien, Plattformen und Publika aufeinander bezogen werden. Die Personalisierung mittels Selfies zeichnen sich schließlich dadurch aus, dass sie die Verteiltheit produktiv zu nutzen vermag, indem Vermittlungen und Übersetzungen transparent ins Selfie eingefügt werden, und persönliche Innerlichkeit als reflexive Gestaltungsinstanz aufscheint.

Schließlich ist die verteilte Person Gegenstand einer Ökonomie des Persönlichen. In einer Literaturstudie kann ich darlegen, dass die verteilte Person einer datenökonomisch motivierten Infrastrukturierung ausgesetzt ist, mit welcher die Verteilung der Elemente, Techniken und Situationen des Persönlichen semantisch und praktisch in Dienst nimmt, um das Persönliche in neuer Weise zu kanalisieren und zu konzentrieren. Dieser Fall unterscheidet sich von den beiden anderen, insofern die verteilte Person hier nicht als Resultat, sondern als Ressource der behandelten Beziehungsweise auftritt. Dabei wird deutlich, dass die verteilte Person weder unangefochten noch unproblematisch sein muss: Der Vermehrung von Optionen, die mit der vernetzten Verteilung des Digitalen einhergeht, stehen datenökonomische Vorhersage- und Kontrollanstrengungen gegenüber, die eine Rezentrierung der Person motivieren (Ochs 2022: 435ff.). Die datafizierten Spuren der verteilten Person bilden hierfür den notwendigen Rohstoff, aus dem die Datenökonomie ihre Versprechen zu raffinieren versucht (Zuboff 2018: 311).

4.2 Freundschaft und ihre Digitalisierung

4.2.1 Freundschaft als Modus der Personalisierung

Es ist mehr als eine Floskel festzustellen, dass Freundschaft soziologisch betrachtet ein ausgesprochen unklares Phänomen ist, das zugleich vom Fach überraschend randständig behandelt wird (Blatterer 2015: 1; Bude 2017: 552; Linek 2017: 560; Schobin et al. 2016: 11). Im Rahmen dieser Arbeit interessiert mich Freundschaft zunächst als weitverbreitete Form persönlicher Beziehungen. Ich werde noch genauer besprechen, was Freundschaft von anderen persönlichen Beziehungen unterscheidet, aber dass es sich um eine persönliche Beziehung handelt, scheint unstrittig. Persönliche Beziehungen verstehe ich dabei im Anschluss an Niklas Luhmann als Beziehungen, »in denen mehr individuelle, einzigartige Eigenschaften der Person oder schließlich prinzipiell alle Eigenschaften einer individuellen Person bedeutsam werden« (Luhmann 1994: 14). Es sind Beziehungen, »in die der Einzelne sein ganzes Selbst einbringen kann« (Luhmann 1994: 194). Die Nähe zu meinem Konzept der Personalisierung – das ja ebenfalls von Luhmann ausgeht – ist evident: Persönliche Beziehungen zeichnen sich diesem Verständnis nach dadurch aus, dass in ihnen Personen besonders umfassend erreichbar sind.¹

Versteht man Freundschaft als eine persönliche Beziehung in diesem Sinne, wird sie auch als ein Modus der Personalisierung ersichtlich. Es ist davon auszugehen, dass Personen in Freundschaften nicht nur umfassend erreichbar

1 Das klingt auch im – spektakulär sperrigen – Begriff der »zwischenmenschlichen Interpenetration« an, den Luhmann synonym zu persönlichen und intimen Beziehungen verwendet (Luhmann 1994: 14, 195). Was die Bandbreite persönlicher Beziehungen betrifft, spricht Luhmann an einigen Stellen von der »ganzen Person«, die in persönlichen Beziehungen zu Geltung kommen könne (Luhmann 1994: 195), und unterscheidet in dieser Hinsicht ausdrücklich zwischen persönlichen und unpersönlichen Beziehungen, »in die der Einzelne sein ganzes Selbst einbringen kann *oder nicht*« (Luhmann 1994: 194, kursiv von mir, F. P.). Ich gehe auf dieser Grundlage davon aus, dass Personen grundsätzlich auch außerhalb persönlicher Beziehungen existieren, aber eben in limitierten Ausschnitten. In unpersönlichen Beziehungen kann die Einzelne »nicht oder nur in den engen Grenzen des jeweiligen Systems« vorkommen (Luhmann 1994: 194). Man könnte behelfsweise zwischen personenbezogenen und persönlichen Beziehungen unterscheiden, der Unterschied ist aber in jedem Fall fließend und die dabei implizierte Schwelle zur persönlichen Beziehung schwer zu bestimmen.

sind, sondern außerdem auf eine spezifisch freundschaftliche Weise. Die folgenden Kapitel dienen dazu, diese Weise genauer aufzuschlüsseln. Das wird dann im Übrigen helfen plastisch zu machen, dass Personalisierung nicht als bloßer Selbstbezug oder Fremdzuschreibung verstanden werden sollte, sondern stets als Relation. Im Zentrum steht die Beziehung der kommunikativen Erreichbarkeit. Die vergleichsweise offene Form der Freundschaft bietet eine gute Gelegenheit, die Möglichkeiten dieser Erreichbarkeit auszuloten. Im Folgenden werde ich deshalb zunächst eine allgemeine Skizze des freundschaftlichen Modus der Personalisierung entwickeln und anschließend dessen Digitalisierung in den Blick nehmen, in der Hoffnung, in diesem Transformationsprozess Hinweise auf die Gestalt der Digitalisierung des Persönlichen insgesamt zu finden. Dabei wird sich zeigen, dass Freundschaft eine Schlüsselrolle für die Entwicklung postdigitaler Personalisierungsweisen spielt.

In einem ersten Schritt soll deutlich werden, dass Freundschaft im Vergleich zu anderen persönlichen Beziehungen wie romantischer Liebe oder Familienbanden weniger stark institutionalisiert, semantisch unbestimmter und in ihren Ausdrucksformen heterogener auftritt. Genauer gesagt will ich zeigen, dass sich moderne Freundschaft dadurch auszeichnet, dass sie inhaltlich, formal und in ihrem Verhältnis zum Privaten vergleichsweise variantenreich und beweglich ist. Freundschaft verfügt – so will ich es zusammenfassen – über eine besondere *Variabilität*, die ich im nächsten Kapitel eingehend entfalten werde (4.2.2.). Es ist dann auch diese Variabilität der Freundschaft – so werde ich anschließend darlegen –, die sie eine Sonderrolle im Prozess der Digitalisierung des Persönlichen spielen lässt (4.2.3.). So wird nämlich ein bestimmtes Modell der Freundschaft in postdigitalen Kontexten mobilisiert, um die Digitalisierung des Persönlichen insgesamt anzuleiten, während auch die Freundschaft selbst in eine bestimmte Richtung verschoben wird. Es ist die freundschaftliche Variabilität, die in diesem Prozess ausgeweitet zu werden scheint. Dass Freundschaft im Zuge der Digitalisierung in dieser Weise aufgegriffen wird, liefert mir schließlich Hinweise auf die Gestalt der postdigitalen Personalisierung insgesamt: Attraktiv scheinen jene Modi der Erreichbarkeit, die variabel sind, was die Inhalte, Formen und das Verhältnis zum Privaten anbelangt. Genau hier zeigt sich die verteilte Person und die Diffusion ihrer Elemente, Techniken und Situationen.

Bevor ich die Variabilität der Freundschaft und ihre Rolle in der Digitalisierung bespreche, sind noch einige Worte zum Begriff der Intimität notwendig. Intimität ist im Rahmen dieser Arbeit schon als Semantik der Privatheit des 19. Jahrhunderts aufgetaucht, womit durchaus die These verbunden

ist, dass Intimität in dieser Zeit und im Rahmen ihrer Institutionalisierung als eine Komponente des Privaten in einem engeren Sinne ihren Platz in der modernen Gesellschaft einnimmt. In einem weiten Sinne – und ich beziehe mich hier ebenfalls auf Konzeptionen Luhmanns – bezeichnet Intimität aber auch das Ergebnis einer Differenz zwischen unpersönlichen und persönlichen Beziehungen (Luhmann 1994: 193). Der Begriff markiert damit grundsätzlich dasselbe wie persönliche Beziehungen, also die Möglichkeit für Personen umfanglich in Erscheinung zu treten (Luhmann 1994: 194). Damit verzichtet Luhmann auf eine Unterscheidung zwischen persönlichen und intimen Beziehungen, schreibt diesen jedoch ausdrücklich »gradueller Charakter« (Luhmann 1994: 14) zu.² Ich schlage vor diesem Hintergrund und in Anschluss an den alltäglichen Begriffsgebrauch vor, intime Beziehungen als besonders intensive persönliche Beziehungen zu verstehen, die dann – personalisierungstheoretisch gesprochen – eine besonders weitgehende Erreichbarkeit erlauben. Es handelt sich aber um keinen qualitativen, sondern einen quantitativen Unterschied. Es ist schließlich gerade für die Untersuchung von Freundschaften hilfreich, die Gradualität persönlicher Beziehungen begrifflich auszudifferenzieren, weil Personen insbesondere in Freundschaften in unterschiedlichem Ausmaß erreichbar sind – umso mehr, desto enger die Freundschaft.

4.2.2 Variabilität: Drei Dimensionen der Freundschaft

In einem ersten Schritt will ich ein grundlegendes Verständnis moderner Freundschaft als Beziehungsform und Modus der Personalisierung entwickeln. Grundsätzlich versuche ich dabei, Freundschaft als Spektrum zu beschreiben: So zeichnen sich freundschaftliche Beziehungen im Vergleich zu anderen persönlichen Beziehungsformen grundsätzlich durch eine besondere *Variabilität* aus, die es genauer aufzuschlüsseln gilt. Ergebnis dieses Vorgehens ist dann keine starre Bestimmung von Freundschaft, sondern vielmehr ein Koordinatensystem freundschaftlicher Beziehungsweisen. Ich will die drei

-
- 2 Im Übrigen ist diesem Verständnis nach in persönlichen Beziehungen »nie die Gesamtheit dessen, was konkret einen Einzelmenschen [...] ausmacht, für einen anderen zugänglich« (Luhmann 1994: 14). Entscheidend sei, so Luhmann, dass man auf kommunikativer Ebene »prinzipiell für alles am anderen aufgeschlossen zu sein hat, kein Desinteresse bekunden darf an dem, was der andere persönlich wichtig nimmt, und seinerseits keine Fragen unbeantwortet lassen darf, auch und gerade wenn sie auf Persönliches zielen« (Luhmann 1994: 14).

Dimensionen, die ich zu diesem Zweck identifiziert habe, in diesem Kapitel kurz vorstellen und anschließend einige allgemeine Überlegungen festhalten.

Erstens zeichnen sich Freundschaften durch *Elastizität* aus, insofern sie ein vergleichsweise weites Spektrum an Nähe und Intimität zulassen – Freundschaften können eng und weniger eng sein (Simmel 1992: 402; Suttles 2017: 91; Nötzoldt-Linden 1994: 66). Elastizität bezeichnet die Inhaltsdimension der Freundschaft, insofern mehr oder weniger Facetten der Freund:innen eine Rolle spielen können. Elastizität bezieht sich damit auf den oben erwähnten »graduellen Charakter« persönlicher Beziehungen und verbindet damit die These, Freundschaft nutze diese Gradualität in besonderer Weise aus (Luhmann 1994: 14). Im Anschluss daran lässt sich auch die Personalisierung im Modus einer Freundschaft als elastisch bezeichnen, weil vergleichsweise variabel ist, wie umfassend die Elemente der Person einbezogen und erreichbar sind.

Zweitens lassen sich Freundschaften über ihre spezifische *Relationalität* beschreiben. Sie sind schwach institutionalisiert und verfügen etwa über keine rechtliche Form analog zur Ehe. Freundschaften sind deshalb relational in dem Sinn, dass die Gestaltung der Beziehung in besonderem Maß den Beteiligten selbst obliegt (Simmel 1992: 109; Blatterer 2015: 83; Linek 2017: 568; Foucault 1984: 89; Suttles 2017: 71). Relationalität markiert damit die Formdimension der Freundschaft, insofern die Arten und Weisen ihrer Gestaltung relativ variabel sind. Dementsprechend ist auch die freundschaftliche Personalisierung relational, weil die Formen und Techniken der Erreichbarkeit in besonderem Maße auszuhandelnde Gegenstände der Freundschaft sind.

Drittens fallen Freundschaften durch *Ambivalenz* gegenüber dem Privaten auf. Wie ich an anderer Stelle dieser Arbeit zeige (2.), sind persönliche Beziehungen klassischerweise dem Privaten zugeneigt und auch Freundschaften profitieren beispielsweise von den Informationsasymmetrien privater Grenzbeziehungen (Simmel 1992: 400; Schobin et al. 2016: 202; Nötzoldt-Linden 1994: 154). Nichtsdestotrotz lässt sich die persönliche Beziehung der Freundschaft nicht gänzlich dem Privaten zuschlagen, da sie sich durch eine besondere Außenorientierung auszeichnet (Blatterer 2015: 117; Markus 2010: 19; Suttles 2017: 94). So ist dann auch die Personalisierung der Freundschaft ambivalent in Bezug auf das Private: Die beteiligten Personen sind nicht nur für einander erreichbar, sondern als Freund:innen auch für Außenstehende.

Mit diesen drei Dimensionen will ich den Vorschlag machen, Freundschaft über ihre besondere Variabilität zu bestimmen. Dieser Ansatz liefert keine erschöpfende Theorie der modernen Freundschaft, sondern dient in erster Li-

nie den Zwecken meiner Arbeit. Das bedeutet, ein hinreichend detailliertes Bild der Beziehungsform der Freundschaft zu entwickeln, um anschließend Thesen über ihre Rolle und Transformation im Zuge der Digitalisierung bilden zu können. Dreh- und Angelpunkt sind die vorgestellten Dimensionen der Freundschaft, die ich in einer Analyse klassischer und aktueller Positionen der soziologischen Freundschaftsforschung gewonnen habe und als einen Versuch der Systematisierung dieser Literatur verstehe. Die ersten beiden Dimensionen – Elastizität und Relationalität – beschreiben die Variabilität der Freundschaft entlang der Unterscheidung von Inhalt und Form, die dritte Dimension des Verhältnisses zum Privaten ergibt sich dagegen aus der Ausrichtung meiner Arbeit. Alle drei Dimensionen wurden aber in Auseinandersetzung mit der verwendeten Literatur entwickelt, spielen also eine beachtenswerte Rolle in der soziologischen Beschäftigung mit Freundschaft. Schließlich spiegelt sich in dieser dreigliedrigen Systematik die allgemeine These meiner Arbeit, dass eine digitale Diffusion des Persönlichen zu beobachten ist, die sich durch eine dreifache Verteilung der Elemente, Techniken und Situationen der Personalisierung auszeichnet.

Die drei Dimensionen ermöglichen dabei keine vollständige Beschreibung der Freundschaft, sondern liefern die Skizze eines Koordinatensystems freundschaftlicher Beziehungsweisen, mit dessen Hilfe einige Aspekte des digitalen Wandels der Freundschaft sichtbar werden. Die drei Dimensionen sind dabei bewusst graduell angelegt, um der historischen und individuellen Heterogenität dieser Beziehungsform Rechnung tragen. Dieser Zugriff wird später außerdem helfen, die Digitalisierung der Freundschaft eher als eine Verschiebung, denn als totale Umwandlung zu verstehen. Die Beschreibung der Freundschaft über ihre Variabilität darf aber nicht mit Beliebigkeit verwechselt werden. Die Variabilität grenzt Freundschaft in doppelter Weise von anderen Beziehungen ab: Zum einen gegenüber Intimbeziehungen, die ein höheres Mindestmaß an Intimität und Formalität einfordern, zum anderen aber auch gegenüber loseren persönlichen und unpersönlichen Beziehungen, die sich durch weniger Nähe auszeichnen. Freundschaften als elastisch zu beschreiben, heißt eben nicht nur, dass sie wenig Intimität aushalten, sondern umgekehrt auch, dass mehr Intimität möglich ist und die Beziehung nicht grundsätzlich überfordert. Ähnliches gilt für die Dimension der Relationalität: Freundschaften sind nicht nur relational, weil sie offen sind für Aushandlungen ihrer Form, sie erfordern und erwarten solche Aushandlungen auch.

Elastizität: Inhalte der Freundschaft

Die erste Dimension der Variabilität der Freundschaft will ich hier mit dem Begriff der Elastizität bezeichnen. Freundschaft ist elastisch, weil sie ein vergleichsweise breites Spektrum an Intimität zulässt, d.h. variabel ist im Hinblick drauf, welche und wie viele Elemente der beteiligten Personen in die Beziehungen einbezogen werden. Das bedeutet zum einen, dass unterschiedliche Freundschaften unterschiedlich intim sein können, aber auch, dass dieselbe Freundschaft unterschiedlich intime Phasen durchlaufen kann, ohne in eine Krise zu geraten. So lässt sich sagen, Elastizität markiert die Inhaltsdimension der Freundschaft, weil es hier um die Frage geht, ob und wie viele Elemente der Person in der Beziehung bedeutsam sind. Die Elastizität zeigt sich im Folgenden als Thema in der Freundschaftsforschung, die versucht, die Varianz von Intimität innerhalb freundschaftlicher Beziehungen in Rechnung zu stellen.

Zunächst scheint wenig Zweifel daran zu bestehen, dass höchstpersönliche Freundschaften möglich sind, in denen – ähnlich zur romantischen Liebe – quasi alle Facetten einer Person relevant werden. Für Georg Simmel bauen Freundschaften »ihrer Idee nach, auf der ganzen Breite der Persönlichkeiten« auf und ermöglichen so das »Eintreten des ganzen, ungeteilten Ich in das Verhältnis« (Simmel 1992: 400). Auch Simmels Zeitgenosse Siegfried Kracauer beschreibt die »ideale Freundschaft« als ein »Sich-Finden zweier Menschen, ihrem ganzen im Ich-Bewußtsein zusammengefaßten Wesen nach« (Kracauer 2011b: 48). Später fasst Friedrich Tenbruck Freundschaft als eine »im anderen die Erfüllung der eigenen Individualität suchende und findende [...] persönliche Beziehung« (Tenbruck 1964: 437). Und für Gerald Suttles stehen die »individual tastes, needs, and preferences of the other's real self« im Mittelpunkt einer Freundschaft (Suttles 2017: 73). In all diesen Positionen drückt sich jene Seite der freundschaftlichen Elastizität aus, auf der eine hochintime Beziehung möglich oder gefordert ist.

Zugleich finden sich bei denselben Autor:innen aber auch Versuche, weniger intimen Erscheinungsformen der Freundschaft Rechnung zu tragen. Schon Simmel sieht, dass das – von der antiken und romantischen Tradition geprägte – Modell totaler Freundschaft der modernen Gesellschaften empirisch nicht mehr entspricht und identifiziert deshalb für seine Gegenwart die »differenzierte Freundschaften«, die sich immer nur auf ganz bestimmte Aspekte der befreundeten Person bezieht (Simmel 1992: 401). Für Kracauer ist zum einen »jede wahrhafte Freundschaft [...] elastisch« (Kracauer 2011a:

338), insofern sie immer wieder mit Episoden der Distanz einhergehen.³ Aber auch die ideale Freundschaft würde im Alltag immer wieder durch »mittlere Freundschaften« ergänzt, die sich »zwischen Bekanntschaft und wahrer Freundschaft« befindet (Kracauer 2011b 339:). Gerald Suttles beschreibt Freundschaft – gerade wenn es um die Anbahnung oder Intensivierung der Beziehung geht – entlang eines »gradient of intimacy« (Suttles 2017: 92). Während der Entwicklung und Pflege von Freundschaften offenbarten die Beteiligten semantische oder materielle Embleme – persönliche Ansichten, aber auch Kleidung oder Schmuck –, die als Ausdruck der jeweiligen Person verstanden und als solche in der Beziehung aufgegriffen werden können (oder auch nicht) (Suttles 2017: 91).⁴ Hier zeigt sich die andere Seite der Elastizität der Freundschaft, die auch eine selektive, aber nichtsdestotrotz persönliche Erreichbarkeit ermöglicht und aushält.

Einer der populärsten Versuche die Elastizität freundschaftlicher Beziehungen auszudrücken, ist Mark Granovetters Unterscheidung zwischen starken und schwachen Bindungen, die vor allem die empirische Bedeutung der weniger intimen Freundschaften sichtbar macht (Granovetter 1973: 1361). Neuere Arbeiten kritisieren allerdings, dass in den davon inspirierten, netzwerktheoretischen Forschungen Freundschaft allzu oft mit persönlichen Beziehungen anderer Art vermischt werde und dabei ihre spezifische Bedeutung als intime Beziehung verloren gehe (Blatterer 2015: 56; Bude 2017: 553; Linek 2018: 121). Diese jüngere Auseinandersetzung macht deutlich, dass die Frage der Elastizität theoretisch und empirisch virulent bleibt. Es wird dabei hilfreich sein, dem breiten Intimitätsspektrum der Freundschaft gerecht zu werden, ohne sie dabei von der Möglichkeit zur intimen Beziehung abzutrennen.

3 Auch Francesco Alberoni betont die episodenhafte Zeitstruktur der Freundschaft. Im Gegensatz zur romantischen Liebe sei der Rhythmus der Freundschaft granular, ein Gefüge loser Episoden, das Pausen und unterschiedliche Geschwindigkeiten duldet (Alberoni 2017: 30).

4 Lesenswert dazu auch Simmels Exkurs über den Schmuck als »Gegenpol des Geheimnisses« (Simmel 1992: 414). Für Simmel ist Schmuck gewissermaßen eine Weise der Personalisierung, insofern er die Träger:innen erreichbar macht: Im Schmuck, so Simmel, komme »die soziologische und ästhetische Betonung der Persönlichkeit wie in einem Brennpunkt« zusammen, weil »das Für-sich-Sein und Für-andre-Sein wechselseitig Ursache und Wirkung wird« (Simmel 1992: 420).

Relationalität: Formen der Freundschaft

Eine zweite Dimension der Variabilität der Freundschaft bezeichne ich mit dem Begriff der Relationalität. Obwohl natürlich jede Beziehung gewissermaßen relational ist, ist in der soziologischen Literatur die Annahme verbreitet, dass sich die Ausdrucksformen der Freundschaften in besonderer Weise aus der Beziehung selbst ergeben. Freundschaft ist im Vergleich zu anderen intimen Beziehungen weniger stark institutionalisiert und zeichnet sich gegenüber anderen persönlichen und unpersönlichen Beziehungen dadurch aus, dass ihre Gestaltung den beteiligten Personen überlassen ist (Linek 2017: 568). »In friendship«, schreibt der Soziologe Harry Blatterer, »the friends set the terms of that communication; in love these are prescribed« (Blatterer 2015: 90). Der Relationalitätsbegriff markiert damit die Formdimension der Freundschaft, weil er die Weise markiert, in der die Beziehung gestaltet ist. Diese Weise ist – ebenso wie die Inhalte der Freundschaft – variabel, insofern sie innerhalb jeder Freundschaft ausgehandelt werden kann und muss. Entsprechend ist auch die Personalisierung der Freundschaft relational, weil die Techniken der Erreichbarkeit in besonderem Maße Gegenstand der Freundschaft sind.

Für Georg Simmel zeichnen sich intime Beziehungen insgesamt dadurch aus, dass sie ihre Bedeutung aus ihrer jeweiligen Innenseite sowie den spezifischen beteiligten Personen gewinnen (Simmel 1992: 105). Das muss dann aber noch nicht bedeuten, dass auch die Form und Gestaltung der Beziehung den Beteiligten obliegt. Insbesondere im Fall der romantischen Paarbeziehung ist verschiedentlich gezeigt worden, wie stark diese gesellschaftlich strukturiert ist (Luhmann 1994; Illouz 2007; Foucault 2014a). Demgegenüber sieht Simmel Freundschaften in einer Sonderrolle: Während beispielsweise die Ehe »nur Annahme oder Ablehnung, aber keine Abänderung« erlauben würden, verfügten Freundschaften über eine »Freiheit in der Gestaltung« (Simmel 1992: 109). Dieser Gestaltungsfreiheit möchte ich hier noch genauer nachgehen.⁵

-
- 5 Die Gestaltungsoffenheit der Freundschaft hat auch Michel Foucault fasziniert, der in einem Gespräch ein relationales Freundschaftsverständnis andeutet. So sei etwa die Frage nach der Gestaltung homosexueller Beziehungen ein »Problem der Freundschaft« (Foucault 1984: 86), weil passende Codes und Worte fehlten. Die Beteiligten »müssen von A bis Z eine Beziehung erfinden, die noch formlos ist« und diese Beziehung sei dann wie eine »Freundschaft, d.h. die Summe all dessen, womit sie einander Freude bereiten können« (Foucault 1984: 87). Freundschaft sei in diesem Sinne eine »Lebensweise«, die – unabhängig von Alter, Status oder Tätigkeit – zu »intensiven

Für Gerald Suttles ergibt sich die Notwendigkeit der relationalen Gestaltung von Freundschaften aus der Notwendigkeit, sich von der sozialen Umwelt abzusetzen. Um in einer Freundschaft füreinander als spezifische, einzigartige Personen erreichbar zu sein, so Suttles These, sei nichts besser geeignet als eine gemeinsame Verletzung der Regeln des öffentlichen Anstands (»violation of the rules of public propriety«) (Suttles 2017: 80). Verständlicherweise handelt es sich dabei nur um kleine und folgenarme Verstöße (Suttles 2017: 84). Dennoch liege die grundlegende Logik der Freundschaft in einer Umkehrung der Regeln des öffentlichen Anstands: Die Abweichung soll beweisen, dass die Freund:innen nicht nur soziale Regeln wiederholen, sondern ihre davon unterschiedene Innenwelt zugänglich machen (Suttles 2017: 83). Als Folge seien Freundschaften wie kaum eine andere Beziehung Gegenstand interner Auseinandersetzungen (Suttles 2017: 71). »Friends do not simply ›live happily ever after‹. [...] Friendship must be constantly renewed and negotiated simply because it cannot be assumed on the basis of prescriptive social rulings« (Suttles 2017: 90).

Als Vertreter der zeitgenössischen Freundschaftssoziologie argumentiert Harry Blatterer für Relationalität, die er in zwei Schritten beschreibt: Gegenwärtige Freundschaft sei erstens verhältnismäßig schwach institutionalisiert und zweitens in ihrer inneren Ausgestaltung relativ offen. Der institutionelle Mangel der Freundschaft (*institutional deficit*) ergibt sich für Blatterer aus ihrer historischen Genese sowie ihrem Verhältnis zur modernen Liebessemantik, wie sie Niklas Luhmann in seiner Arbeit *Liebe als Passion* (1994) rekonstruiert (Blatterer 2015: 69ff.). Während im 18. Jahrhundert, so Luhmann, Freundschaft und Liebe um die Stellung als Leitsemantik intimer Beziehungen konkurrierten, hätte sich Ende des Jahrhunderts die Liebe durchgesetzt (Luhmann 1994: 104f.). In diesem Prozess und daran anschließend wird die Liebe institutionell gezähmt, während entsprechende Versuche im Fall der Freundschaft aufgegeben werden (Luhmann 1994: 105; Blatterer 2015: 73).⁶

Beziehungen führen [kann], die keiner institutionalisierten Beziehung gleichen« (Foucault 1984: 89).

- 6 Elementar für diesen Ausgang scheint die Sexualität gewesen zu sein. Die Konkurrenz zwischen Liebe und Freundschaft ist solange nicht ausgemacht, bis Sexualität zur notwendigen Bedingung von Intimität wird (Blatterer 2015: 72). »Über die Aufwertung der Sexualität«, so vermutet Luhmann, sei »die Konkurrenz von ›Liebe‹ und ›Freundschaft‹ als Grundformeln für die Codierung von Intimität entscheidbar« geworden – »Liebe gewinnt« (Luhmann 1994: 147).

Der institutionelle Mangel der Freundschaft besteht bis in unsere Gegenwart fort. Während Liebe von relativ strikten strukturellen und kulturellen Programmen reguliert wird (Blatterer 2015: 79), ist freundschaftliche Intimität solchen Programmen viel weniger stark unterworfen (Blatterer 2015: 92). Eben das ist die Grundlage einer für Freundschaft typischen relationalen Freiheit (*relational freedom*) (Blatterer 2015: 93). Diese bedeutet für Blatterer also nicht nur Freiwilligkeit hinsichtlich der Anbahnung von Freundschaften, sondern eben auch die Offenheit in ihrer Ausgestaltung, relativ unabhängig von kulturellen Programmen (Blatterer 2015: 83). Auch Freundschaften sind nicht frei von gesellschaftlichen Normen und können als problematisch gelten, etwa wenn Personen unterschiedlichen Geschlechts beteiligt sind (Blatterer 2016: 70). Mindestens aber in ihrer gleichgeschlechtlichen Version erlauben Freundschaften eine Gestaltungs Offenheit, die den meisten anderen Beziehungen fehlt (Blatterer 2015: 85). Sicherlich gibt es einen gewissen Grundkonsens über bestimmte Werte – Vertrauen, Loyalität, Gleichberechtigung –, aber die praktische Ausgestaltung dieser Werte ist relational variabel (Blatterer 2015: 89).

Ambivalenz: Freundschaft zwischen Privatem und Öffentlichem

Als dritte Dimension der Freundschaft will ich ihr besonderes Verhältnis zum Privaten besprechen. Nach allem, was ich im zweiten Teil der Arbeit über die Beziehung von Privatem und Persönlichem zusammengetragen habe, muss es zunächst nicht verwundern, dass auch die persönliche Beziehung der Freundschaft zum Privaten hinorientiert ist. In dem Maße, in dem die Privatheiten der Moderne als zentrale Instanzen der Personalisierung auftreten, suchen auch Freundschaften Anschluss an die private Person. Demgegenüber haben Freundschaften aber auch eine dezidiert öffentliche Seite. Freundschaften zeichnen durch eine besondere Außenorientierung aus. Dieser Ambivalenz der Freundschaft gegenüber dem Privaten will ich im Folgenden genauer nachgehen.

Für eine Reihe soziologischer Positionen ist die gegenseitige Offenbarung persönlicher Geheimnisse ein entscheidender, wenn nicht der entscheidende Mechanismus freundschaftlicher Beziehungen. Freundschaft wäre demzufolge von Privatheitstechniken abhängig, um diese Informationsasymmetrie zu etablieren und aufrechtzuerhalten. Prominent hat Georg Simmel darauf hingewiesen, wie konstitutiv die Offenbarung und das Geheimnis für Freundschaften und andere persönliche Beziehungen sind. Abgesehen von Freundschaften in antiker oder romantischer Tradition, in der »absolute

seelische Vertrautheit« und das »Eintreten des ganzen, ungeteilten Ich« im Mittelpunkt ständen, lebten auch die moderneren »differenzierten« Freundschaften von der Offenbarung, wenn auch sehr spezifischer Aspekte der Person (Simmel 1992: 400ff.).

Aber auch neuere Arbeiten – etwa von Ursula Nötzoldt-Linden – schließen explizit an Simmels Vorschlag an, um Freundschaften als Privatbeziehungen zu konzipieren, die grundsätzlich einem »Pol des gegenseitigen Kennens« und »persönlichen Wissens« zustrebe (Nötzoldt-Linden 1994: 153). In der jüngeren Diskussion identifizieren Janosch Schobin und seine Mitautor:innen die »Preisgabe und Zurückhaltung privilegierter Informationen über die eigene Person« als zentrale Technik der Freundschaftspflege (Schobin et al. 2016: 32). Konsequenterweise knüpfen die Autor:innen auch ihre eigene Konzeption von Freundschaft an die Technik der wechselseitigen Offenbarung und beschreiben den Bindungsmechanismus der modernen Freundschaft als wechselseitigen Tausch intimer Geheimnisse, durch die sich Freund:innen nicht bloß vertraut, sondern füreinander verwundbar machen würden (Schobin et al. 2016: 202). Leoni Linek kritisiert an dieser Konzeption die Überbetonung des wechselseitigen Zwangs, »der kaum vereinbar ist mit dem hohen Grad an Zwanglosigkeit, mit der sich Menschen heute an- und zum Teil entfremden« (Linek 2017: 563).

Auch meinem Verständnis nach fußen Freundschaften und andere persönliche Beziehungen auf Kommunikation, die auf die Innenwelten der beteiligten Personen verweisen. Eine solche Kommunikation muss aber nicht nur und auch nicht größtenteils Geheimnisse enthalten, sondern zunächst nur Informationen oder Mitteilungen, die in der einen oder anderen Weise auf die Spezifik der beteiligten Person zugerechnet werden können. Man kann über Musikvorlieben sprechen oder Stimmungslagen mitteilen, ohne dabei Geheimnisse zu verraten. Umgekehrt sind Geheimnisse aber hervorragend geeignet, um der Kommunikation einen persönlichen Bezug zu verleihen. Zum einen handelt es sich bei Geheimnissen um Informationen, die vormals verborgen, aus der Innenwelt der anderen zu kommen scheinen. Zum anderen verweist die Mitteilung eines Geheimnisses auf den besonderen Wert der Beziehung: Die Freund:in vertraut sich ihrem Gegenüber an, weil es sich um diese bestimmte und nicht irgendeine Person handelt. Freund:innen können also die gegenseitige Offenbarung zur Pflege der Beziehung nutzen, und profitieren deshalb von den Grenzen der informationellen Privatheiten.

Wie es generell ein Anliegen meiner Arbeit ist, die Unterscheidung zwischen Privatem und Persönlichen zu schärfen, wäre es auch an dieser Stelle

voreilig, die persönliche Beziehung der Freundschaften voll und ganz dem Privaten zuzuschlagen. Die Freundschaftssoziologie weiß nämlich auch, dass die Welt jenseits der Freundschaft für diese eine besondere Rolle spielt. So identifiziert etwa die Soziologin Maria Markus ein ambivalentes Verhältnis zwischen Freundschaft und dem Privaten. Freundschaft, so Markus, sei im Vergleich zur Liebe nicht nur offen für die Welt jenseits der Beziehung, sondern geradezu angewiesen auf eine Existenz außerhalb des Privaten (Markus 2010: 18f.). Als Beispiel dient Markus der Umstand, dass Freundschaften nicht nur auf Paare beschränkt sein müssen, sondern auch als Freundeskreise bestehen können. Aber auch historisch sei Freundschaft häufig am Rand des Privaten und in Bereichen einer Halb-Öffentlichkeit verortet worden. Freundschaft, so spekuliert Markus schließlich, berge gar das Potenzial, das Private gegenüber der restlichen Welt zu öffnen (Markus 2010: 21). Markus' Überlegungen scheint dabei ein vergleichsweise statisches Verständnis des Privaten zugrunde zu liegen, das gerade den von mir betonten Unterschied zwischen Privatem und Persönlichem nicht mitvollzieht. Dennoch machen sie darauf aufmerksam, dass freundschaftliche Beziehungen teils quer liegen zu den Grenzen des Privaten.

Dass Freundschaft mehr ist als private Abschirmung nach außen und gegenseitige Offenbarung nach innen, betont dann auch der Freundschaftssoziologe Harry Blatterer. Ihm gilt Offenbarung weder als notwendige noch primäre Bedingung freundschaftlicher Bindungen. Blatterer kritisiert stattdessen Vorstellungen einer auf Enthüllung basierenden Intimität sowie deren zentrale Bedeutung für Freundschaft (Blatterer 2015: 113–117). So zeigten empirische Untersuchungen aus den 1990er-Jahren, dass Enthüllungen für Freundschaften nicht die Rolle spielen, wie teils angenommen (Jamieson 1998: 158), und es sei demnach eher nicht anzunehmen, dass Enthüllung das zentrale Element freundschaftlicher Beziehungspflege sei (Blatterer 2015: 113). Die wechselseitige Offenbarung sei durchaus Teil des praktischen Repertoires der Freundschaft, nicht aber ihre notwendige Bedingung. Nicht Geheimnisse erzeugten Intimität, sondern Intimität sei die Grundlage für das Teilen von Geheimnissen. Zwar halte ich eine Umkehrung des Zusammenhangs zwischen Intimität und Offenbarung für simplifizierend, dem Plädoyer gegen eine Gleichsetzung von Intimität und Enthüllung – insbesondere wenn es um Freundschaft geht – will ich mich aber anschließen. Blatterers Gegenvorschlag ist, Freundschaften als eine Praktik zu begreifen, die die Grenzen des Privaten überspannt (Blatterer 2015: 125f.). Freundschaften seien weder ganz den Regeln des Öffentlichen verpflichtet noch an jene Geheimhaltung gebunden, die für anderer Intimbeziehungen gelten. Mit Blatterer will ich

deshalb festhalten, dass Freundschaft eine primär private Beziehung darstellt, die zugleich in besonderer Weise außenorientiert und an der Schwelle zum Öffentlichen angesiedelt ist (Blatterer 2015: 119).

4.2.3 Die Digitalisierung der Freundschaft

Ich will nun einen Blick auf die Rolle der Freundschaft in der Digitalisierung werfen. Als Modus der Personalisierung verspricht Freundschaft Erkenntnisse über die Digitalisierung des Persönlichen insgesamt. Darüber hinaus gibt es Hinweise darauf, dass Freundschaft eine herausragende Rolle bei der Digitalisierung der Intimität einnimmt. So dienen bestimmte Aspekte der Freundschaft der Modellierung digitaler Intimität insgesamt. Es ist dabei die oben beschriebene Variabilität der Freundschaft, die sie für postdigitale Kontexte nützlich macht. Freundschaftliche Personalisierung bewährt sich bei der postdigitalen Beziehungspflege.

Wenn man nach der Verschiebung des Gefüges der Freundschaft unter den Bedingungen der Digitalisierung fragt, kann von einer generellen Auflösung intimer Beziehungen schon einmal nicht die Rede sein (boyd 2019: 113; Stempfhuber/Liegl 2016; Illouz 2007: 160). Untersuchungen unter Jugendlichen zeigen, dass digitale Technologien bestehende Freundschaften nicht verdrängen, sondern unterstützen: Soziale Medien beispielsweise schaffen in der Regel keine Parallelwelten mit neuen oder ganz anderen Freund:innen, sondern dienen vielmehr der Pflege eines kleinen Kreises von Freund:innen, der auch jenseits dieser Netzwerke Bedeutung hat (boyd 2019: 84; Autenrieth 2014: 180). Hier zeigt sich am Fall der Freundschaft, wie sich die Teilnahme digitaler Technologien am Sozialen nicht in fundamentalen Brüchen, sondern vielmehr in feineren Verschiebungen bestehender Formen äußert. Diese Verschiebungen sind aber nichtsdestotrotz von Gewicht. Als erstes fällt eine neuartige Unsicherheit über die Bedeutung der Begriffe »Freund:in« und »Freundschaft« auf (Blatterer 2016: 63f; Baym 2010: 145). Diese drückt sich prominent in Facebooks Praktik aus, alle Kontakte gleichermaßen als »Friends« zu bezeichnen (Chambers 2017: 28f.). Diese Unsicherheit – so meine These – ist möglicherweise nur das Beiprodukt einer Mobilisierung und Intensivierung der freundschaftlichen Variabilität im Zuge der Digitalisierung der Intimität. Wenn Freundschaften im Zuge ihrer Digitalisierung an Varianz gewinnen, würde das zumindest diese neue Verunsicherung der Begriffe erklären.

Die Medienwissenschaftlerin Deborah Chambers vertritt die These, dass Intimität in postdigitalen Settings nach dem Vorbild der Freundschaft forma-

tiert wird (Chambers 2013: 165). Gerade bestimmte Ideale der Freundschaft räsionierten besonders mit den Angeboten und Anliegen von Social-Media-Plattformen (Chambers 2013: 40). Freundschaft vermag es, so Chambers, zwischen intimen Beziehungen und einem weiteren Kreis von Bekannten zu vermitteln und passt damit zu den verschiedenartigen persönlichen Beziehungen, die Social-Media-Plattformen ermöglichen (Chambers 2013: 57). Mithilfe digitaler Technologien würden sowohl intimere als auch weniger intime Beziehungen unterhalten und Freundschaften böten dafür das semantische und praktische Repertoire (Chambers 2013: 18f.). Als eine Beziehung, die zugleich flexibel ist, aber auch zu gegenseitiger Offenbarung einlädt, kommt Freundschaft dabei nicht zuletzt den Plattformbetreiber:innen entgegen, die ihre Nutzer:innen zu Vernetzung und Austausch motivieren wollen (Chambers 2017: 29). So tritt Freundschaft als Modell für digitale Intimität auf.

Die Mobilisierung der Freundschaft in postdigitalen Settings wurde aber auch vorbereitet durch allgemeinere Entwicklungen seit den 1970-Jahren. Insbesondere die Analysen Anthony Giddens zeigen, dass die digitale Aufwertung freundschaftlicher Weisen der Intimität nicht ohne Verläufer:innen sind (Giddens 1993). Deborah Chambers schlägt vor, in diesem Zusammenhang drei aufeinander aufbauende Phasen soziologischer Beschäftigung mit Intimität zu unterscheiden (Chambers 2017: 28). Die erste Phase ist von Diagnosen einer »reflexiven Moderne« geprägt (Giddens 1995; Beck 1986), die sich im Feld der Intimität als »Demokratisierung« niederschlägt und als individuelles »Projekt des Selbst« koordiniert werden müsse (Giddens 1993: 11, 153). Ergebnis sei eine Form von Intimität, die Giddens »reine Beziehung« nennt, die sich dadurch auszeichnet, dass die Beteiligten die Beziehung »um ihrer selbst willen führen« (Giddens 1993: 69). Die zweite Phase, so Chambers, sei dann vom Aufkommen eines »Paradigmas der Freundschaft« bestimmt gewesen, welches an die Ideen der reinen Beziehung anschließt, diese aber zugleich ausweitete (Chambers 2017: 28). Insbesondere in nicht-heterosexuellen Beziehungskonstellationen wird eine »Ethik der Freundschaft« zum Leitmotiv für Intimität (Weeks et al. 2001: 76; vgl. auch Foucault 1984). Diese freundschaftlichen Weisen der Intimität teilen mit der Idee der reinen Beziehung Wahlfreiheit und Wechselseitigkeit, sind aber auch von einigen Problemen befreit, mit denen sich romantische Paarbeziehungen auseinandersetzen müssen (Blatterer 2015: 77, 123). In der dritten Phase geht es dann vor allem um postdigitale Beziehungsweisen im Rahmen eines »networked individualism« (Rainie/Wellman 2012: 6ff.) bzw. von »networked publics« (boyd 2011:

39ff.) oder »persönlichen sozialen Netzwerken« (Stalder 2016: 144). Freundschaft ist hier anschlussfähig, weil fluide Beziehungen unterschiedlicher Intimitätsgrade im Mittelpunkt stehen. In diesen Phasen der soziologischen Beschäftigung mit der modernen Freundschaft, so nehme ich an, spiegelt sich nicht zuletzt eine spätmoderne Entwicklung hin zu jenem Punkt, an dem das Modell der Freundschaft in postdigitalen Kontexten aufgegriffen wird.

Diese Entwicklung lässt sich entlang der drei Dimensionen der Freundschaft schließlich genauer aufschlüsseln. Zwar verwandeln digitale Technologien Fremde nicht in Freund:innen, aber sie scheinen doch die Elastizität freundschaftlicher Beziehungen zu steigern, insofern sie die Übergänge zwischen unterschiedlichen Intimitätsgraden erleichtern. Bekannt ist etwa, dass sowohl Jugendliche als auch Erwachsene unter Beteiligung digitaler Technologien häufig einen engen Freundeskreis auf der einen sowie ein loses Netzwerk persönlicher Kontakte auf der anderen Seite pflegen (Boase/Wellman 2006: 718; Autenrieth 2014: 180; boyd 2019: 84). Zwischen diesen beiden Bereichen findet ein wechselseitiger Austausch statt; auf der einen Seite rekrutieren sich aus dem Netzwerk der Bekannten neue Freundschaften und auf der anderen Seite können Freundschaften als lose Kontakte präsent bleiben (boyd 2019: 91). Freundschaft funktioniert hier für ganz unterschiedliche Beziehungen und vermittelt so zwischen intimen Beziehungen einerseits und einem weiteren Kreis von Bekannten andererseits (Chambers 2013: 57).

Ob Freundschaften mit der Digitalisierung relationaler werden, ist weniger eindeutig. Abzulesen wäre es an einem digital induzierten und variablen Umgang mit dem ohnehin dünnen Regelwerk der Freundschaft. Eine gewisse Intensivierung in dieser Hinsicht ergibt sich aber schon aus dem Umstand, dass mit der Digitalisierung neue Techniken und Orte der Anbahnung und Pflege von Freundschaft hinzutreten, die als zusätzliche Mittler:innen die Varianz in der Gestaltung freundschaftlicher Kontakte erhöhen (Madianou/Miller 2013: 135; Stempfhuber/Liegl 2016: 68). Ein zweiter Aspekt spielt sich an den Grenzen der Freundschaft ab, und zwar in Auseinandersetzung mit sexuellen und geschlechtlichen Normen. Ungewöhnlich – und insofern besonders relational – sind einerseits verschiedengeschlechtliche Freundschaften (Blatterer 2015: 160) und andererseits enge Freundschaften, die sexuelle Praktiken einschließen (Blatterer 2015: 171; Halatsis/Christakis 2009: 935). Ob digitale Technologien eingesetzt werden, um Freundschaften in dieser Hinsicht relationaler zu gestalten, ist unklar. Näher zu untersuchen wäre aber in diesem Zusammenhang eine Nutzung von Dating-Apps, die nicht (nur) an Sex, son-

dern (auch) an andersartiger Intimität oder Freundschaft orientiert ist (Byron 2020: 151; Stempfhuber/Liegl 2016: 68).

Das ambivalente Verhältnis der Freundschaft zum Privaten scheint sich im Zuge ihrer Digitalisierung zu verschärfen oder zumindest zu verschieben, insofern die Gleichzeitigkeit privater und öffentlicher Aspekte der Freundschaft zunimmt (Pascoe 2019: 145). Einerseits gibt es einen längerfristigen Trend der Aufwertung der öffentlichen Ausstellung von Intimität (Sennett 1994: 329; Illouz 2007: 160), andererseits entstehen neue Techniken, die eine gewisse Privatheit unter den semi-öffentlichen Bedingungen sozialer Medien erreichen (boyd 2014: 65; Barth 2015: 481). Jugendliche nutzen soziale Medien auf diese Weise nicht nur als semi-öffentliche Bühnen, sondern auch zur Etablierung neuer privater Räume für intime Kontakte (Pascoe 2019: 139). Dabei werden insbesondere Freundschaften häufiger als Familien- oder Liebesbeziehungen vor einem Publikum von Peers performativ präsentiert (Autenrieth 2011: 144ff; 2014: 198; boyd 2008: 234; 2019: 100).

Die Digitalisierung der Freundschaft hat also zwei Seiten: zum einen werden Teile des Modells der Freundschaft seiner Variabilität wegen in post-digitale Settings eingebaut, zum anderen wird die Variabilität der Freundschaft dabei in eine bestimmte Richtung intensiviert. Freundschaft wird im Zuge ihrer postdigitalen Verwendung verändert, und zwar so, dass die Varianz und Streuung freundschaftlicher Beziehungen gesteigert werden. Über die Richtungen dieser Verschiebung lassen sich an dieser Stelle nur Thesen formulieren, die eingehender geprüft werden müssten. Die Elastizität der Freundschaft scheint sich in Richtung schwächerer Bindungen auszuweiten, aber ohne dass ein Rückzug hochintimer Freundschaften zu verzeichnen wäre. Die Relationalität der Freundschaft steigt mit der zunehmenden Heterogenität persönlicher Kommunikationstechniken. Die freundschaftliche Ambivalenz schließlich nimmt zu, insofern neue private Zonen entstehen, in denen sich Freundschaften entfalten, aber vielleicht mehr noch, weil Freundschaften zugleich in nicht-privaten, semi-öffentlichen Settings ausgetragen werden. Spätestens wenn man die übermächtigen Beobachtungskapazitäten der privatwirtschaftlichen Betreiber:innen dieser Settings einberechnet, hat Freundschaft an Privatem verloren.

Dass Freundschaft in postdigitalen Setting aufgegriffen wird und in welcher Weise sie dabei verändert wird, liefert schließlich Hinweise auf die Gestalt postdigitaler Personalisierung. Attraktiv ist eine Form der Personalisierung, die inhaltlich, formal und in ihrem Verhältnis zum Privaten variabel ist. Ich werte das als einen Hinweis in Richtung meiner These einer *Diffusion des Persön-*

lichen im Zuge der Digitalisierung. An der Mobilisierung und Intensivierung freundschaftlicher Beziehungen lässt sich nachvollziehen, dass sich unter den Bedingungen postdigitaler Kultur die Weisen der Personalisierung ausstreu- und auf mehr Elemente, Techniken und Orte verteilen. Ich fasse diese Entwicklung in der Figur der *verteilten Person* zusammen. Die Person postdigitaler Freundschaften ist verteilt, insofern sie zwischen unterschiedlichen Intimitätsregistern wechseln kann, heterogene Techniken der Anbahnung und Pflege kombiniert und ambivalente Verhältnisse zum Privaten eingeht.

4.3 Das Selfie als Personalisierungsweise

4.3.1 Selfies als Mittler:innen

Als zweiten Fall der Digitalisierung des Persönlichen will ich Selfie-Fotografien und die Prozesse ihrer Herstellung besprechen. Gemeint sind zunächst jene digitalen Aufnahmen, die Personen mithilfe von Smartphones von sich selbst machen, um sie anschließend über digitale Netzwerke zu verbreiten (Eckel et al. 2018: 4). So enttäuschend Definitionsversuche, die von Wörterbuch-Definitionen ausgehen, häufig ausfallen, so aufschlussreich ist die Auseinandersetzung von Eckel et al. (2018) mit der Selfie-Definition des Oxford Dictionary. Das Wörterbuch beschreibt das Selfie als »a photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and uploaded to a social media website« (zitiert nach Eckel et al. 2018: 4ff.). Diesen kompakten Bestimmungsversuch gliedern die Autor:innen in der Einführung ihres Sammelbandes zum Thema in vier Teile, die jeweils einen elementaren Aspekt des Phänomens beleuchten. Die erste Passage (»a photograph that one has taken of oneself«) verweist auf den Umstand, dass die Urheber:in eines Selfies immer auch dessen Motiv ist. Die zweite Passage (»taken with a smartphone or a webcam«) hält fest, dass an der Verwirklichung von Selfies digitale Technologien beteiligt sind. Die dritte Passage (»uploaded to a social media website«) macht schließlich auf die vernetzte Existenz von Selfies aufmerksam.

Selfies sind also persönlich, digital und vernetzt. In dieser Arbeit kommen sie deshalb als postdigitale Mittler:innen des Persönlichen infrage. Als solche können sie aber nicht bloß als fotografische Objekte verstanden werden, sondern interessieren mich als Effekte heterogener Praktiken, die in unterschiedlicher Weise zur Existenz von Selfie-Fotografien beitragen (Law/Mol 2001: 614; Mol 2002: 32f.). Zugleich werde ich sie als Mittler:innen des Persönli-

chen im Sinne der *Plug-Ins* von Latour verstehen, also als »Transportmittel [...], die Individualität, Subjektivität, Persönlichkeit und Innerlichkeit befördern« (Latour 2010: 357).⁷ Selfies werden also in Praktiken hergestellt und tragen ebenso zur Herstellung persönlicher Erreichbarkeit bei. Sie sind dabei nicht immer oder ausschließlich Mittler:innen des Persönlichen, sondern können auch als Marketing-Methode oder politische Werkzeuge dienen, wobei ich behaupten würde, dass sich diese Wirkungsweisen aus dem Transport des Persönlichen speisen. Jedenfalls, so meine Prämisse, verspricht die Untersuchung von Selfies auch Erkenntnisse über die Weisen der Personalisierung unter postdigitalen Bedingungen. Wie auch im Falle der Freundschaft interessiert mich deshalb am Produktionsprozess von Selfies, wie sich die Weisen der Personalisierung mit der Digitalisierung verändern, d.h. wie sich die Konstitutionsbedingungen persönlicher Erreichbarkeit unter Beteiligung digitaler Technologien transformieren.

Jill Rettberg hat den Vorschlag gemacht, drei primäre Modi der digitalen Selbstrepräsentation zu unterscheiden: visuelle, schriftliche und quantitative (Rettberg 2014: 3). Gerade letztere sind zu Recht vielfach unter dem Begriff des quantifizierten Selbst und typischerweise in Gestalt von Fitness- oder Gesundheits-Anwendungen untersucht worden (Lupton 2016; Neff/Nafus 2016; Selke 2014). Solche Praktiken des quantifizierten Selbst können nicht nur als typische Formen datenbasierter Subjektivierung und Personalisierung gelten, sondern zeichnen sich aktuell auch dadurch aus, dass sie kaum noch von den Infrastrukturen und Plattformen der Datenökonomie zu trennen sind (Ochs et al. 2020: 3f.). Gegenüber solchen quantitativen Formen der Personalisierung scheinen visuelle Modi vergleichsweise wenig untersucht. Das mag damit zu tun haben, dass quantifizierende Weisen der Personalisierung besonders leicht als datenförmige und deshalb als digitale Prozesse zu erkennen sind. Andreas Reckwitz könnte recht haben mit seinem Vorwurf, die Beschäftigung mit dem Digitalen hätte Daten und Informationen überbetont, während die

7 Mit anderer Schwerpunktsetzung, aber in einem ähnlichen Sinne handelt es sich um foucaultsche *Technologien des Selbst*, »die es dem Einzelnen ermöglichen, aus eigener Kraft oder mithilfe anderer eine Reihe von Operationen an seinem Körper oder seiner Seele, seinem Denken, seinem Verhalten und seiner Existenzweise vorzunehmen, mit dem Ziel, sich so zu verändern, dass er einen gewissen Zustand des Glücks, der Reinheit, der Weisheit, der Vollkommenheit oder der Unsterblichkeit erlangt« (Foucault 2013d: 289; vgl. auch Latour 2010: 367).

kulturellen und affektiven Anteile der Digitalisierung unterbelichtet geblieben sind (Reckwitz 2017: 234).

Auch die Produktion und Verbreitung von Selfies ist freilich mithin datenbasiert, sie treten aber vor allem als ästhetische und affektive Objekte auf. Laura Maleyka bemerkt zu Recht, dass schon der Name des Phänomens auf diese affektive und spielerische Dimension verweist: Das »Self« wird im »Selfie« nicht nur verniedlicht, sondern zugleich multiplizierbar gemacht, um viele kleine Selbst zu erhalten (Maleyka 2019: 1). Zur Unterscheidung quantitativer und qualitativer Methoden der digitalen Selbstthematisierung hat Lee Humphreys den Begriff des *Qualified Self* vorgeschlagen (Humphreys 2018: 18). Der Unterschied sei zwar fließend, ließe sich aber an der Priorisierung unterschiedlicher Medien-Praktiken festmachen: während das quantifizierte Selbst durch Datafizierung entstehe, sei das qualifizierte Selbst Ergebnis von »Mediation«, d.h. Relationen zwischen Personen und Medienformaten (Humphreys 2018: 22, 123). Die Praktiken der Mediation setzten stärker auf inter-persönliche Kommunikation: zwar förderten beide Formate Austausch und Kommunikation, aber im Falle des quantifizierten Selbst sei das Thema die eigene Person, während es dem qualifizierenden Selbst stärker um Beziehungen zwischen Personen gehe (Humphreys 2018: 23).

Der Begriff der Nutzer:innen meint im Folgenden eine soziale Position, die von unterschiedlichen Individuen ausgefüllt werden kann (Bratton 2015: 254–256). Die Potenziale dieser Position verstehe ich im Sinne der Medienwissenschaftlerin Olia Lialina (2012) und ihres Konzepts des *Turing Complete Users*. Der Begriff markiert die kreativen Kompetenzen der Nutzer:innen, die grundsätzlich fähig sind, Probleme zu lösen und Ziele zu erreichen – wenn nötig auch gegen die genutzte Infrastruktur. Lialina bezeichnet das – teils kooperative, teils konflikthafte – Zusammenspiel zwischen Mensch und Maschine auch als *Liaison*, die keine Beziehung wechselseitiger Kontrolle ist, sondern eine Konstellation der ständigen Aushandlung, in der Leerstellen als Spielräume genutzt werden können. Es geht um Situationen, in denen »the work flow of an application has gaps that can be filled by users, where smoothness and seamlessness are broken« (Lialina 2012). In gewisser Weise handelt es sich um eine postdigitale Variante von Michel de Certeaus Theorie des aktiven Konsums. De Certeau fasst diesen als »eine andere Produktion, die als ›Konsum‹ bezeichnet wird: diese ist listenreich und verstreut, [...] äußert sich nicht durch eigene Produkte, sondern in der Umgangsweise mit den Produkten« (de Certeau 1988: 13). Damit liefert Lialina nicht nur ein programmatisches Konzept der Eigenständigkeit der Nutzer:innen, sondern deutet auch ein Gestaltungs-

programm an, das den kreativen Kompetenzen der Nutzer:innen entspricht. Dieses tritt ausdrücklich in Opposition zu einer Technologie-Gestaltung, die darauf abzielt, Computer und Infrastrukturen möglichst unsichtbar zu machen und Reibungspunkte zu beseitigen. Angesichts lernender Algorithmen und dynamisch modularer Infrastrukturen, in denen Nutzungsverhalten geschickt kanalisiert zu werden droht, könnte es sich lohnen, weniger nahtlose Gestaltungsprinzipien stark zu machen (Lamla 2019: 54).

4.3.2 Einbettung: Das Selfie als postdigitales Format

Bevor ich die Ergebnisse meiner empirischen Analyse vorstelle, will ich in diesem Kapitel auf Grundlage anderer Selfie-Studien sowie breiter angelegter Arbeiten die soziotechnischen Rahmenbedingungen der Selfie-Produktion abklopfen. Das ist zum einen hilfreich als Hintergrund für die dann folgende Vorstellung meiner empirischen Untersuchung, die von der Position der Nutzer:innen aus unternommen wurde und deshalb von einer zusätzlichen Perspektive hinaus profitiert. Zum anderen ist der Rahmen der Selfie-Produktion von Bedeutung, weil er Aufschluss darüber gibt, inwiefern Selfies und ihre Praktiken als ein postdigitales Geschehen gefasst werden müssen und typisch sein können für die Digitalisierung des Persönlichen. Insgesamt geht es bei diesen Vorüberlegungen dann darum, die Infrastrukturierung der Selfie-Produktion zu markieren, d.h. in die Analyse zu integrieren, wie Herstellung und Verbreitung von Selfies an eine für sie spezifische Infrastruktur gebunden sind, welche nicht zuletzt die Weisen der Personalisierung mitbestimmt. Meine These ist, dass Selfies aufgrund ihrer Einbettung in eine spezifische Infrastruktur als ein postdigitales Phänomen gelten müssen, weil die beteiligten digitalen Technologien als unscheinbare Infrastruktur in den Hintergrund treten, und damit die Selfie-Produktion aus Sicht der Nutzer:innen zu einem technisch banalen und sozial bedeutsamen Geschehen machen (Cramer 2015: 20; Stalder 2016: 20; Hine 2015: 50).

Die Soziologie der Infrastrukturen hat für solche Konstellationen deutlich gemacht, dass es hilfreich ist, den alltäglichen, aber folgenreichen Effekten soziotechnischer Infrastrukturen mehr Aufmerksamkeit zu schenken (Bowker/Star 2000; Star 2017). Eine wichtige Perspektive dieser Forschung ist, Infrastrukturen nicht nur als materielle oder digitale Technologien zu verstehen, sondern stets im Verhältnis zu ihrer Nutzung zu untersuchen. Eine Infrastruktur ist mehr als ein »System von Substraten [...]: Eisenbahnschienen, Röhren und Leitungen, Stromkraftwerke und Kabel«, sondern »ein grundlegend re-

lationales Konzept, das zur realen Infrastruktur in Relation zu organisierten Praktiken wird« (Star 2017: 422). Für eine Untersuchung von Selfie-Praktiken bedeutet das, die Angebote und Beschränkungen der Infrastruktur mitzudenken und dabei zu prüfen, wie diese auf Seite der Nutzer:innen Ausdruck finden (Hine 2015: 50).

Aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang die Diskussion darüber, inwiefern sich Selfies von anderen Spielarten des Selbstporträts unterscheiden, weil hier die Infrastruktur und ihre Nutzung aufscheint. Ohne Zweifel haben Selfies Vorläufer:innen in der Geschichte der Malerei und Fotografie (Saltz 2015: 40; Belden-Adams 2018: 85f.), mehr noch aber scheinen sie sich von dieser Tradition in verschiedenen Hinsichten zu unterscheiden. In sozial- und medienwissenschaftlichen Arbeiten kristallisieren sich vor allem drei Gruppen von Aspekten heraus, die Selfies von anderen Selbstporträts abheben. So markiert eine erste Gruppe von Arbeiten die praktische oder kommunikative Funktion von Selfies: Sie seien demnach nicht in erster Linie als ästhetische oder technologische Objekte relevant, sondern vielmehr als Ausdruck kultureller Praktiken oder kommunikativer Prozesse (Eckel et al. 2018: 6; Senft/Baym 2015: 1589; Tifentale 2016: 76; Berry 2017: 52f.). Weitere Untersuchungen betonen die besondere Performativität und Zeitlichkeit von Selfies: Während andere Formen von Selbstporträts Zwecken der Erinnerung dienten, zielten Selfies auf eine gegenwärtige Wirksamkeit, würden situativ produziert und sollten ebenso unmittelbar konsumiert werden (Belden-Adams 2018: 85f; Saltz 2015: 35; Sandbye 2016: 97). Eine dritte Gruppe von Arbeiten stellt die Verbreitung von Selfies sowie deren technologische Bedingungen in den Mittelpunkt: Selfies zeichneten sich demnach durch ihre Veröffentlichung oder Teilbarkeit (*shareability*) in digitalen Netzwerken und vor einem Online-Publikum aus (Rubinstein 2015: 174; Dinhopl/Gretzel 2016: 130; Villi 2015: 31).

Diese Differenzierungsversuche verweisen in einem doppelten Sinne auf die Infrastrukturierung von Selfies: zum einen auf die notwendige Beteiligung digitaler Technologien, zum anderen auf deren praktische Verwendung, um bestimmte Ziele zu erreichen, d.h. in diesem Fall Selfies zu erstellen und zu verteilen. Die in der Literatur diskutierten Besonderheiten der Selfies – ihre Kommunikativität, ihre Performativität sowie ihre Teilbarkeit in digitalen Netzen – sind nicht zuletzt Ausdruck ihres Anschlusses an eine Infrastruktur und wären ohne sie nicht möglich. Was Selfies von der Tradition der Selbstporträts unterscheidet und als postdigitale Phänomene auszeichnet, ist die Existenz in einem Gefüge, das aus digitalen Technologien, globalen Plattfor-

men und postdigitalen Kulturformen zusammengesetzt ist. Selfies hinsichtlich ihrer Einbettung in eine Infrastruktur zu begreifen ist damit ein wichtiges Datum für die weitere Untersuchung, erklärt das Phänomen aber keineswegs vollständig. Es kommt nun darauf an, in der Untersuchung konkreter Situationen mitzudenken, dass diese in einer bestimmten Weise geöffnet, erweitert, aber auch eingeschränkt sind – wie genau, muss sich dann in der Analyse zeigen. Die Wissenschaftssoziologin Karin Knorr Cetina hat für Settings, die mittels bildgebender Komponenten mit Kontext angereichert werden, den Begriff der *synthetischen Situation* vorgeschlagen (Knorr Cetina 2009: 68f.). Das Konzept macht für die folgende Untersuchung der Selfie-Produktion auf Seite der Nutzer:innen deutlich, dass es um zusammengesetzten Situationen geht, in denen die beobachtbaren Praktiken in Relation zu einer Infrastruktur ausgeübt werden.

4.3.3 Methode: Autoethnografie als Zugang

Vor diesem Hintergrund habe ich eine autoethnografische Studie der Selfie-Produktion durchgeführt, deren Ergebnisse ich in den folgenden Kapiteln vorstellen werde. Vorher will ich noch mein methodisches Vorgehen darlegen. Weil der Herstellungsprozess von Selfies in synthetischen Situationen geschieht, in denen die Praktiken der Nutzer:innen teils mit, teils gegen und möglicherweise sogar abseits postdigitaler Infrastruktur verwirklicht werden, wird es empirisch sinnvoll sein zu versuchen, dieses Geflecht in hoher Auflösung nachzuvollziehen. Die infrastrukturierten und postdigitalen Selfie-Praktiken sind nicht in klar umgrenzten Situationen verortet, sondern in den Alltag der Nutzer:innen eingeflochten (Hine 2015: 41). Ethnografische Methoden bieten in dieser Situation eine Lösungsstrategie an, weil sie Sensibilität für das dichte Geflecht von Alltagspraktiken mitbringen. Durch die aktive Teilnahme an der untersuchten Situation besteht die Chance, die relevanten Phänomene kleinteilig zu erfassen, ohne von vornherein zwischen digitalen und nicht-digitalen Aktivitäten unterscheiden zu müssen.

Um also zu verstehen, wie Selfies zustandekommen, genügt es deshalb nicht, veröffentlichte fotografische Objekte zu analysieren; elementar sind auch die Prozesse der Vorbereitung und Erstellung. Aufschlussreich kann etwa sein, wie ein Hintergrund gewählt wird und welche Aufnahmen am Ende nicht veröffentlicht werden. Eine ethnografische Strategie eignet sich grundsätzlich, um solche Situationen zu beobachten, steht im Falle postdigitaler Praktiken aber vor dem Problem, ein häufig hochgradig individualisiertes

Geschehen erfassen zu wollen (Hine 2015: 83f.). So spielen sich beispielsweise entscheidende Teile der Selfie-Produktion in der Auseinandersetzung zwischen Nutzer:innen und Smartphones ab, die für Dritte nicht ohne Weiteres zugänglich ist. Als eine mögliche Lösung bietet sich deshalb ein autoethnografisches Vorgehen an, wie es Christine Hine für die Untersuchungen postdigitaler Phänomene erprobt hat (Hine 2015: 81–85).

Generell ist das Ziel ethnografischer Forschung eine narrative Datenproduktion auf Basis persönlicher Erfahrungen, die anschließend systematisch reflektiert wird (Hine 2015: 31). In meinem Fall bedeutet das, dass ich selbst Selfies aufgenommen, veröffentlicht und diesen Prozess detailliert in einem Feldtagebuch dokumentiert habe. Mit einer autoethnografischen Herangehensweise gehen allerdings auch Limitierungen einher. Die Perspektive ist zeitlich und räumlich auf die Position einer individuellen Nutzer:in beschränkt, wodurch bestimmte Momente der Selfie-Genese bestenfalls indirekt beobachtbar werden können; so etwa Passagen durch Rechenzentren oder die Existenz in den Timelines anderer Nutzer:innen. Aus demselben Grund müssen die auf diesem Weg erzielten Ergebnisse im Abgleich mit Erkenntnissen aus der Literatur auf ihre Aussagekraft geprüft werden. Meine folgenden Analysen werden deshalb durchgehend von weiteren theoretischen und empirischen Positionen zum Thema begleitet, um meine Interpretationen einzuordnen oder ihnen konträre Aspekte hinzuzufügen.

Die Feldphase der Ethnografie lief von Januar 2019 bis Januar 2020. In dieser Zeit habe ich neunzehn Posts auf der Foto-Sharing-Plattform Instagram veröffentlicht, von denen ich sieben als Selfies werte. Im Sinne einer Arbeitsdefinition verstehe ich all jene Fotos als Selfies, die meinen Körper zeigen und von mir selbst aufgenommen wurden (Eckel et al. 2018: 4). Von den restlichen zwölf Posts zeigen zwei meine Person, wurde aber nicht von mir aufgenommen. Die übrigen zehn zeigen gar keine Personen. Zwei Posts habe ich im Laufe der Feldforschung archiviert und sind nicht mehr im Profil sichtbar. Im selben Zeitraum habe ich außerdem 111 Selfies über die Story-Funktion von Instagram veröffentlicht. Es gibt hier einige Grenzfälle, aber im Großen und Ganzen sollten diese Zahlen einen guten Eindruck meiner Aktivitäten im Jahr der Untersuchung vermitteln. Mein Fokus, sowohl hinsichtlich der Tagebucheinträge als auch was die Auswertung betrifft, liegt auf den klassischen Posts im Profil. Außerdem konzentriere ich mich auf die Praktiken meiner Produktion von Selfies und nicht auf meinen Konsum der Veröffentlichungen anderer Nutzer:innen. Die Feldphase war mit einem Jahr recht lange ausgelegt, damit sich möglichst organisch eine hinreichende Menge an Selfie-Posts ergeben. Am Ende

ist die aus analytischer Sicht gute Menge von sieben Selfie-Posts entstanden. Die Tagebucheinträge beschränken sich auf diese sieben Post-Ereignisse, also den Tag der Erstellung sowie ggf. Nachträge aus den darauffolgenden Tagen. Alle Fotos habe ich mit einem Apple iPhone 8 und ab Oktober 2019 mit einem iPhone 11 aufgenommen.

4.3.4 Verteiltheit: Selfies in Relationen

Selfies können leicht als isolierte Objekte missverstanden werden, etwa ausschließlich als Fotografien, die etwas abbilden, oder als Dateien, die gespeichert, kopiert und übertragen werden. Der Blick in die Empirie zeigt sich jedoch ein anderes Geschehen. Was Bruno Latour für Dinge im Allgemeinen postuliert, mag erst recht für ein Selfie gelten, nämlich dass »viele Teilnehmer [...] versammelt« sein müssen, »damit es existieren und seine Existenz aufrechterhalten kann« (Latour 2007a: 54). Empirisch interessant ist dann, wer und was genau zusammenkommt und in Beziehung tritt: So zeigen sich die Selfies meiner Erhebung in ihrer Herstellung und Verbreitung auf eine Vielzahl von beteiligten Elementen und Situationen verteilt. Sie werden dabei in unterschiedlichen Praktiken hervorgebracht, verändert und angereichert, während digitale Technologien meist als Infrastruktur auftreten, die unscheinbar im Hintergrund wirkt und nichtsdestotrotz ermöglicht, einschränkt und mitgestaltet. Ich möchte mit einer längeren Passage aus meinem Feldtagebuch vom 10. und 11.01.2019 beginnen, die besonders deutlich dokumentiert, welche Beziehungen und Situationen ein Selfie durchlaufen kann oder muss, um zu dem zu werden, was es ist (vgl. Abb. 1):

»[...] Es gibt einen neuen Filter-Effekt, der mir schon in einigen Posts und Storys meiner Timeline aufgefallen ist. Der Filter scheint mir populär bei Nutzer:innen, die ich schätze, weswegen ich ihn auch nutzen möchte. Ich habe die Hoffnung, mit diesem Filter könnte ein Selfie entstehen, das ich posten will, aber ich muss erst sehen, wie es aussieht. [...]

Das Interface springt in den Story-Modus, der Filter ist schon aktiviert ebenso wie die Selfie-Kamera meines Smartphones. Ein rotierender Punkt im Bild suggeriert einen Ladeprozess, der nach wenigen Sekunden beendet ist. Der Filter ist nun aktiv. Mein Gesicht auf dem Bildschirm des Smartphones sieht jetzt aus wie reflektierendes Plastik oder Glas. Auf meinem Gesicht spiegeln sich weiße, pinke und türkise Lichter.

Ich halte mein Smartphone in der linken Hand und aktiviere den Auslöser nicht über den Knopf auf dem Display, sondern über die Lautstärke-Taste an der rechten Seite des Smartphones. Es erfordert einige Konzentration von mir, das Telefon in dieser Position zu greifen und zugleich den gewünschten Gesichtsausdruck und Blickwinkel zu halten. So mache ich mindestens zehn Aufnahmen. [...] Auf den ersten Blick habe ich das Gefühl, es sind einige gute Bilder dabei. Ich halte mich aber nicht lange mit der Begutachtung der einzelnen Fotos auf, sondern mache eines nach dem anderen. Die Story-Funktion ist so gebaut, dass man Bilder leicht und unmittelbar nach der Aufnahme posten kann. Das vorherige Speichern in der Foto-App des Smartphones ist auch möglich, scheint mir aber eher als eine Ausnahme präsentiert, wenn man die Präsenz der jeweiligen Interface-Elemente vergleicht. So ist es recht umständlich mehrere Fotos zu machen, ohne sie zu posten. Ich muss das gemachte Bild jeweils erst speichern, ohne es zu posten, und anschließend die Ansicht schließen. Danach ist aber der Filter nicht mehr eingestellt und ich muss ihn aus einer Liste kürzlich verwendeter Filter erneut auswählen. Ich wiederhole diesen Prozess mindestens zehnmal, um verschiedene Bilder zu erzeugen. [...]

Nachdem ich auf diese Weise einige Fotos gemacht und das Gefühl habe, es könnte eine gelungene Aufnahme dabei sein, verlasse ich mein Arbeitszimmer und setze mich in der Küche auf mein Sofa, um mir die gemachten Bilder in der Foto-App anzusehen, auszuwählen und zu bearbeiten. Zunächst lösche ich die Fotos, die in keinem Fall infrage kommen, weil ich die Augen geschlossen habe oder mir mein Gesichtsausdruck nicht gefällt. Auf die übrigen ungefähr 5 bis 7 Bilder wende ich die automatisierte Verbesserungsfunktion der Foto-App an. Die Bilder scheinen mir danach in jedem Fall besser, etwas heller und schärfer. [...]

Ich muss in der Foto-App oder in der Instagram-App einen Ausschnitt wählen. Ich entscheide mich für die Instagram-App und öffne dort aus den übrigen in der Foto-App gespeicherten Bildern nacheinander meine drei Favoriten. [...] Nachdem ich mich nach mehrmaligem hin- und herschieben für eine Position entschieden habe, tippe ich im Interface auf den Schriftzug ›Next‹. Der gewählte Bildausschnitt bleibt, aber im unteren Teil sind jetzt anstelle der Bildauswahl verschiedene Bild-Effekte angeboten, die dem Foto einen anderen Farbton verleihen. Aus meiner bisherigen Nutzung weiß ich, dass ich diese nicht nutzen will und tippe stattdessen am unteren Bildschirmrand auf ›Edit‹ um einige Parameter des Bildes zu verändern. [...] Anschließend wirkt das Foto auf mich einen Tick heller und klarer.

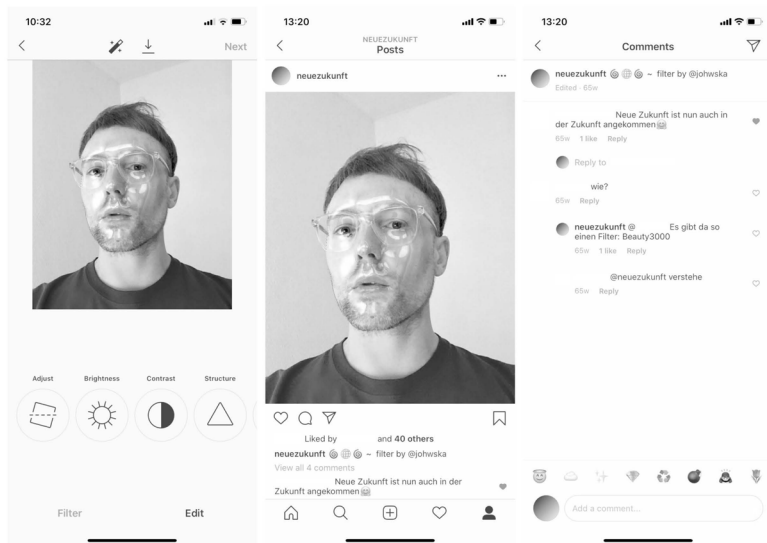
Ich tippe noch einmal rechts oben auf ›Next‹ und gelange zur finalen Ansicht, bevor ich das Foto veröffentlichen kann. Beim Anblick dieses Bildschirms frage ich mich sofort, ob ich wirklich schon bereit bin. In dieser Ansicht besteht die Möglichkeit dem Bild eine Beschreibung hinzuzufügen, einen Ort anzugeben oder andere Nutzer:innen im Bild zu taggen. [...] Ich [...] kann mich aber doch nicht überwinden, das Selfie an diesem Abend noch zu veröffentlichen, nehme mir dies aber für den kommenden Morgen vor. Das so weit vorbereitete Selfie ist als Entwurf in der Instagram-App gespeichert. Die vielen Entscheidungen waren anstrengend. [...] Am nächsten Morgen – es ist ungefähr 8:30 Uhr – öffne ich das gespeicherte Foto und prüfe noch einmal, ob die Farbeinstellungen und Metadaten noch so sind, wie ich sie am Abend zuvor ausgewählt habe. Alles stimmt und ich muss nur noch im letzten Auswahlbildschirm oben rechts auf ›Share‹ tippen. Ich überwinde mich und mache es so. [...] Anschließend sehe ich eine kurze Animation, die mir vermittelt, dass das Bild hochgeladen und veröffentlicht wird. Ich sehe es mir noch kurz an und lege das Telefon erleichtert beiseite. [...]

Ungeachtet der Anzahl freue ich mich darauf, in den nächsten Stunden (und teilweise auch an den nächsten Tagen) zu beobachten, wer den Post likt. Jedes Like freut mich, aber Likes können unterschiedlich überraschend sein. [...] Likes von Freund:innen fühlen sich vertraut an. Likes von Personen, die ich wenig kenne, aber schätze, fühlen sich am spannendsten an. [...] Darüber hinaus erhält der Post vier Kommentare (einer davon von mir selbst). [...] Ein zweiter Kommentar lautet schlicht ›wie?‹ und ich interpretiere ihn als Frage nach dem Filter. Deshalb antworte ich mit ›Es gibt da so einen Filter: Beauty3000‹, worauf die fragende Person schreibt ›verstehe‹. Mein Verdacht war also richtig. Ich freue mich, dass ich hier mit Insider-Wissen glänzen konnte. Ich ergänze außerdem nachträglich in der Beschreibung des Posts ›filter by @johwska‹.«

Die Vignette behandelt nur Ausschnitte der weitreichenden Existenz des beobachteten Selfies, da die Perspektive des Ethnografen zeitlich und räumlich beschränkt ist. Wie Selfies in den Netzwerken des Internets, auf den Servern von Plattformen oder in den Timelines anderer Nutzer:innen erscheinen, ist von diesem Punkt aus nur indirekt nachvollziehbar. Und dennoch durchläuft das Selfie schon in der dokumentierten Episode unterschiedliche Situationen und Praktiken: Es beginnt als Intention, angestiftet durch andere Selfies, erscheint auf dem Bildschirm eines Smartphones in einer Vorschau, wird anschließend aufgenommen, von Interface und Nutzer:in in unterschiedliche Richtungen

gezogen, in mehreren Apps sortiert, bearbeitet und mit Metadaten versehen, um dann – in diesem Fall einen Tag später – veröffentlicht zu werden und Feedback anzuziehen. Über jeden dieser Momente ließe sich mehr sagen. An dieser Stelle geht es aber zuallererst darum, deutlich zu machen, wie viele Stationen das Selfie passiert und wie es dabei in unterschiedliche Sets von Beziehungen eingebunden ist. Es kommt dabei nicht darauf an, ob der genaue Ablauf der dokumentierten Episoden typisch für das Leben eines Selfies ist – das ist im Zweifel nicht der Fall. Typisch ist jedoch, so meine These, dass der Prozess der Herstellung eines Selfies viele mögliche Pfade, Umwege und Abkürzungen kennt und deshalb generell auf heterogene Elemente und Situationen verteilt ist.

Abb. 1: Screenshots zum Selfie vom 10. und 11.01.2019



Das Selfie ist also zum einen auf verschiedene Elemente verteilt: Körper, Kulisse, Smartphone, Software, Plattform und Publikum kommen in verschiedenen Konstellationen zusammen, um das Selfie hervorzubringen. Vor allem die Techniksoziologie sowie die Science and Technology Studies (STS) haben entscheidend dazu beigetragen, solche verteilten Settings zu erkennen und zu beschreiben (Rammert 2016a; Latour 2006). Aus diesen Perspektiven werden

Praktiken in den seltensten Fällen nur mithilfe menschlicher Körper realisiert, sondern meist in Zusammenhängen ganz unterschiedlicher Elemente. »Handeln ist nicht das Vermögen von Menschen«, so Bruno Latour, »sondern das Vermögen einer Verbindung von Aktanten« (Latour 2002: 221). In der Folge kommt Menschen in solchen Geflechten kein Monopol auf Handlungsmacht zu, sie sind stattdessen Beteiligte an einem »Prozeß des Austauschs von Kompetenzen«, bei dem Akteur:innen »einander ständig neue Möglichkeiten, Ziele und Funktionen bereitstellen« (Latour 2002: 221). Wie die oben zitierte Episode zeigt, trifft dies im Fall der Selfie-Produktion in besonderem Ausmaß zu: vor allem all jene Elemente, die als Infrastruktur an der Produktion beteiligt sind – also digitale Technologien wie das Smartphone und unterschiedliche Apps, aber auch die Plattform Instagram sowie das Publikum der Nutzer:innen –, tragen Möglichkeiten und Anforderungen an die Nutzer:in heran und verteilen Handlungsoptionen.

In der dokumentierten Episode ist außerdem eine sequenzielle Verteilung zu beobachten: mit einer momenthaften oder einmaligen Versammlung scheint es nicht getan, sondern das Selfie durchläuft eine Sequenz von Situationen der Vorbereitung, Nachbearbeitung und Anreicherung. Solche Formen fließender Existenz sind insbesondere im Rahmen bestimmter Neujustierungen innerhalb der STS unter dem Label Post-Akteur-Netzwerk-Theorie (Post-ANT) diskutiert worden (Law/Hassard 1999; Law/Mol 2001: 614). Prominent hat Annemarie Mol im Zuge »praxeografischer« Untersuchungen der Krankheit Atherosklerose gezeigt, wie diese in unterschiedlichen Situationen und auf verschiedene Weise praktisch ausgeführt (*enacted*) wird (Mol 2002: 32f.). Die Krankheit und die von ihr befallenen Körper existierten überhaupt nur im Rahmen dieser performativen Ausführung mittels sozio-materieller Praktiken (Mol 2002: 6). Im gleichen Sinne lassen sich auch Selfies als eine Serie von Praktiken verstehen: Sie werden von Personen und Smartphones aufgenommen, von App zu App geschoben und nachbearbeitet, an Plattformen übergeben, in Timelines eingeordnet und von Nutzer:innen gesehen, gemocht oder kommentiert – alle diese Stationen und Relationen tragen zur Existenz eines Selfies bei. Selfies und ihre Settings sind, wie Knorr Cetina über synthetische Situationen schreibt, »always in the process of being assembled« (Knorr Cetina 2009: 69f.).

Die besondere Verteiltheit von Selfies findet Ausdruck in der Beteiligung einer spezifischen Infrastruktur, d.h. eines Sets digitaler Technologien, die den Produktionsprozess unscheinbar begleiten, ermöglichen und mitgestalten. So treten der Nutzer:in andere Elemente und Beteiligte gegenüber, die

in die Infrastruktur übersetzt und eingebaut sind: So etwa das Plattform-Unternehmen, das durch Interface-Entscheidungen auf eine rasche Veröffentlichung drängt, oder das Publikum und seine Aufmerksamkeit, die sich in Likes und Kommentaren ausdrückt. Solche Beziehungen zeigen sich in meinem Fall in Auseinandersetzungen mit dem Interface oder durch den Einfluss des virtuellen Publikums, das zunächst Zaudern, dann Freunde bei der Nutzer:in auslöst. Über die Infrastruktur nehmen Plattform und Publikum an der Produktion des Selfies teil und ziehen die Situation auseinander.

Auch in anderen Selfie-Studien wird diese besondere Verteiltheit in unterschiedlicher Weise registriert. Daniel Rubinstein diagnostiziert etwa, im Fall von Selfies würden – zum ersten Mal in der Geschichte der populären Fotografie – die Momente der Aufnahme und Veröffentlichung zusammengezogen. »The defining quality of the selfie is its instant shareability: Its logic does not distinguish between the act of ›taking‹, ›making‹ or ›snapping‹ and the act of uploading and sharing. The shooting and the sharing are fused into one« (Rubinstein 2015: 173). Damit betont auch Rubinstein, wie im Selfie verteilte Momente zusammenkommen, wenn auch mit einem Fokus auf deren Verschmelzung. Senft und Baym begreifen Selfies als kommunikative Praxis und zugleich Objekte, die in ein Gefüge heterogener Beteiligter eingebunden seien: »A selfie is a way of speaking and an object to which actors (both human and nonhuman) respond« (Senft/Baym 2015: 1589). Dinhopf und Gretzel identifizieren Selfies in ihrer Untersuchung touristischer Selbstfotografie nicht nur als Technologie oder Genre, sondern vor allem über »the desire to frame the self in a picture taken to be shared with an online audience« (Dinhopf/Gretzel 2016: 127). Entscheidend ist also auch hier nicht das fertige Objekt, sondern die Stationen seiner Herstellung; das *framing*, *taking* und *sharing*. Ulla Autenrieth bestimmt Selfies schließlich im Rahmen ihrer Untersuchung bildbezogener Freundschaftspraktiken über die »Kombination des Selbstbildnisses mit der anschließenden Distribution und Verhandlung über entsprechende Medienkanäle« (Autenrieth 2014: 52). Wesentlich für ein Selfie sei dessen »kommunikative Bedeutung und Anschlussfähigkeit im Freundeskreis« (Autenrieth 2011: 158).

4.3.5 Artifizialisierung: Der Transport des Persönlichen

Nachdem ich die zusammengesetzte Situation der Selfie-Genese dargelegt habe, stellt sich jetzt die Frage, wie persönliche Erreichbarkeit in diesen verteilten Konstellation zustande kommen kann. Versteht man Selfies mit Latour als

Plug-ins, d.h. als Transportmittel des Persönlichen, gilt es also herauszufinden, wie das Selfie mit Persönlichem aufgeladen wird, wie es gewissermaßen selbst personalisiert wird, um personalisieren zu können. Transport des Persönlichen bedeutet – im Sinne meiner Theorie der Personalisierung – die Verwirklichung einer kommunikativen Referenz auf die Innenwelt eines menschlichen Wesens, das in der Folge als Person erscheint. Den Aufbau persönlicher Erreichbarkeit mittels Selfies werde ich in diesem Kapitel an einer Reihe von Verfahren nachvollziehen, die ich im Begriff der *Artifizialisierung* zusammenfasse. Damit sind zunächst jene Momente in der Entstehung eines Selfies markiert, in denen Vermittlungen, Sprünge und Übersetzungen möglich oder notwendig sind. Solche Lücken gibt es in der verteilten Genese eines Selfies notwendigerweise viele: Etwa in den Kooperationen und Konflikten zwischen Nutzer:innen und Infrastruktur. Artifizialisierung tritt immer dann auf, wenn diese Lücken erkennbar in das Selfie eingebaut werden, also als Fugen, die die Künstlichkeit als solche erkennbar machen. Eine verbreitete Erscheinungsform dieser Technik ist mir schon in Gestalt eines Filters begegnet, der das im Selfie referenzierte Gesicht offensichtlich verändert. Wenn solche Selektionen sichtbar im Selfie mitgeführt werden, ist das immer auch ein Verweis auf die aktive Beteiligung der abgebildeten Person.

Das Selfie scheint mit dem menschlichen Gesicht über eine natürliche Grundlage zu verfügen. So speist sich die personalisierende Wirkung der Selfies sicherlich auch aus der Beteiligung dieses entscheidenden Elements. Das Gesicht gilt als ideales Medium der Personalisierung des Menschen, als »Schlüssel zu seiner Person« und »Übersetzer an der Schnittstelle zwischen Innen und Außen« (Körte/Weiß 2013: 5). Daran anschließend dient es in der Moderne dann aber auch als Ausgangspunkt für Prozesse der Normalisierung, Identifikation und Vermessung (Reichert 2019: 145). Deleuze und Guattari haben früh betont, das Gesicht sei in keinem Fall von sich aus persönlich, sondern vielmehr ein willkommener Anlass zur Adressierung des Einzelmenschen: »Das Gesicht wirkt [...] nicht als individuelles, sondern die Individuation ergibt sich aus der Notwendigkeit, daß es ein Gesicht geben muß. Was zählt, ist nicht die Individualität des Gesichts, sondern die Wirksamkeit der Chiffrierung« (Deleuze/Guattari 1992: 241).⁸ Olga Goriunova zeichnet diese Funktion des Gesichts für die postdigitale Gegenwart

8 Die »Notwendigkeit, daß es ein Gesicht geben muß« (Deleuze/Guattari 1992: 241) erinnert nicht nur der Formulierung wegen an Niklas Luhmanns Bestimmung der Person auf der Grundlage einer »Notwendigkeit, der zu bleiben, der zu sein man vorgetäuscht

nach, indem sie auf den Zusammenhang zwischen biometrischer Gesichtserkennung und der Zuschreibung authentischer Subjektivität hinweist. Die beiden Methoden der Personalisierung begründeten und stabilisierten sich gegenseitig (Goriunova 2019: 14). Das menschliche Gesicht ist also einerseits ein geeignetes Mittel persönlicher Adressierung und als solches ein Element der Personalisierung mittels Selfies. Es ist aber andererseits kein stabiler oder hinreichender Grund, um die personalisierenden Effekte von Selfies zu erklären, weil das Gesicht – ebenso wie das Selfie – erst selbst personalisiert werden muss, um zu personalisieren.

Hinsichtlich der Frage, wie Selfies zum Persönlichen kommen, hat Ramón Reichert den Vorschlag gemacht, Selfies als zeitgenössische Form der *Prosopopeia* zu verstehen, d.h. als eine Technik der Personalisierung von Dingen (Reichert 2019: 141). Die Selfie-Produktion zeigt sich demnach als ein Prozess, bei dem »etwas nicht Lebendigem, dem Bild, eine individuelle Ausdrucksweise des Persönlichen verliehen wird« (Reichert 2019: 141). Selfies werden demnach in verteilten Situationen und mithilfe materieller und semantischer Elemente mit Persönlichem gewissermaßen aufgeladen und angereichert. Dass sich Selfies in dieser Weise aus unterschiedlichen, möglicherweise widersprüchlichen Quellen speisen und speisen müssen, erscheint einigen Selfie-Forscher:innen als Irritation über widerstreitende Anforderungen. So kritisiert Laura Maleyka, Selfies würden einerseits »Darstellungsweisen der Modell- und Star-Society« kopieren und andererseits versuchen, ein »authentisches Bild der Person« abzugeben (Maleyka 2019: 9). Aus Sicht eines verteilten Ansatzes ist eine solche Zusammensetzung aus heterogenen Quellen nicht widersprüchlich, sondern vielmehr konsequent. Insbesondere vor dem Hintergrund postdigitaler Kulturtechniken der Referenzialität – also Verfahren der Rekombination und Rekontextualisierung (Stalder 2016: 97; Reckwitz 2017: 242) – ist anzunehmen, dass die Berücksichtigung zirkulierender Kulturformen zum Repertoire der Selfie-Produktion gehört. Folgerichtig geht es dann im Konstitutionsprozess des Selfies nicht um die eine, richtige Person, sondern um viele mögliche Fragmente des Persönlichen. So spekuliert Brooke Wendt, der Charme der Selfies und ihrer Plattformen rühre daher, dass sie eine Multiplizierung des Selbst ermöglichten: »Instagram [...] offers us infinite versions of ourselves, as though each picture promises a better version« (Wendt 2014: 8). Wendt interpretiert

hatte« (Luhmann 1995a: 150). In beiden Fällen geht es darum, wie Menschen zu mehr oder weniger stabilen Entitäten des Sozialen werden können und müssen.

dies kritisch als Massenproduktion, die Individualität am Ende nicht anreichern oder vermehren, sondern viel mehr schmälern würde (Wendt 2014: 10). Die Nutzer:innen würden geradezu darauf trainiert, sich selbst als oberflächliche Objekte ohne Innenleben zu verstehen (Wendt 2014: 24).

Während also bei Reichert das Ding Selfie zur Person gemacht wird, werden bei Wendt die Personen zu Dingen. Vor dem Hintergrund einer verteilten Genese der Selfies müssen diese beiden Diagnosen weder widersprüchlich noch Anlass zur Sorge sein. Vielmehr sind Kompetenzübertragungen von Menschen auf Dinge und umgekehrt in den infrastrukturierten und postdigitalen Umgebungen der Selfie- der Normalfall. Um solche Prozesse des Austauschs zu erfassen, spricht Reichert von Vermittlung (Reichert 2019: 141f.), während Autor:innen der STS den treffenderen Begriff der Übersetzung geprägt haben (Callon 2017: 306; Latour 2006: 371). Versteht man die Konstitutionsbedingungen des Selfies als ein verteiltes Beziehungsgeflecht aus »Assoziationen und Substitutionen«, »wird die Übersetzungsoperation zum wesentlichen Prinzip von Komposition, Bindung, Rekrutierung und Einbindung« (Latour 2006: 390). Will man also wissen, wie Selfies personalisieren und personalisiert werden – wie sie es also schaffen, das Persönliche zu transportieren – lohnt sich ein Blick auf die Momente der Übersetzung. Ich möchte dafür noch einmal eine längere Passage aus meinem Feldtagebuch vom 23.05.2019 zitieren (vgl. Abb. 2):

»[...] Vermutlich ist es die freie Zeit und die Freude über mein Outfit, die mich dazu bewegen ein Selfie aufzunehmen. [...] Ich versuche es zunächst mit einer bewährten Perspektive gegenüber meines Küchenfensters. Ein paar Versuche zeigen mir aber schnell, dass mir Perspektive und der Hintergrund nicht gefallen, weshalb ich die Blickrichtung des ganzen Aufbaus um neunzig Grad drehe. Ich stehe jetzt immer noch in meiner Küche, aber vor meinem Sofa und gegenüber meiner Küchenzeile. [...]

Technisch möglich wäre es, die Bilder gleich in der Instagram-App aufzunehmen, in der sie im Erfolgsfall auch landen. Das kommt aber auch diesmal nicht infrage, weil dort [...] die Möglichkeit fehlt, mehrere Versionen aufzunehmen, um sie nachträglich zu sortieren und mit den mir gewohnten Funktionen der Foto-App anzupassen. [...]

Die größte Schwierigkeit ist, im passenden Abstand und in der richtigen Körperhaltung zum Gerät zu stehen, wenn das Smartphone auslöst. [...] Ich versuche unterschiedliche Positionen und Ausrichtungen meines Körpers und Kop-

fes. Dies bedeutet immer wieder zwischen Gerät und Aufnahmeposition hin und herzulaufen, das Gerät von der Halterung abzulösen, die Ergebnisse kurz zu prüfen, das Gerät wieder an der Halterung anzubringen, richtig auszurichten und – ohne die Position des Geräts zu verändern – den Selbstauslöser auf der mir abgewandten Seite des Smartphones zu aktivieren. [...] Nach den Aufnahmen setze ich mich vorfreudig auf mein Sofa, um die aufgenommen Bilder genauer zu sichten und zu sortieren. [...] Ich schneide die Bilder zu und nutze eine automatische Verbesserungsfunktion der Foto-App. Außerdem öffne ich die so bearbeiteten Bilder in der Instagram-App, um sie dort weiter zu bearbeiten. [...]

Im Interface für Story-Posts habe ich die Möglichkeit, das gewählte Bild größer oder kleiner zu ziehen, sowie Text und schmückende Bilder wie Gifs oder Emojis direkt über das ursprüngliche Foto zu legen. [...] Text und Bilder erscheinen mir in diesem Fall zu viel, aber ich probiere die zahlreichen FarbfILTER, die noch zur Verfügung stehen, und halte das Ergebnis eines dieser Filter für so gut, dass ich ihn vermutlich nutzen werde. Der Filter lässt die Farben des Bildes heller werden und verleiht dem Bild außerdem eine weichere Struktur, ein wenig milchig.

Nach diesen Versuchen mit unterschiedlichen Bildern und Einstellungen, entscheide ich mich dafür, das Foto heute nur in eine Story zu posten, genauer will ich zwei Bilder posten. Zum einen die Aufnahme, die ich insgesamt am gelungensten finde, zum anderen einen Fehlschuss, auf dem nur meine Schulter sowie meine Hand zu sehen ist, die gerade nach dem Smartphone greift. Der Kontrast der beiden Bilder gefällt mir, weil das zweite einen Blick hinter die Kulissen der Selfie-Produktion zu erlauben scheint. Das Posten dieses Versehens, scheint mir ein guter Ausgleich zum kontrollierten ersten Bild. Ungefähr zehn Minuten nach der Veröffentlichung folgt eine Reaktion auf die Story von einer Person, mit der ich mich schon recht viel und regelmäßig, aber nur über Instagram ausgetauscht habe. Die Person schreibt zum ersten, kontrollierten Bild ›Ja, sehr gut‹, zum Fehlschuss ›Noch besser‹. Ich fühle mich bestätigt in meiner Einschätzung eines gelungenen Kontrasts des Bilderpaars.«

Auch bei dieser Episode kommt es mir nicht darauf an, ob der genaue Ablauf auch bei anderen Nutzer:innen genau so vorzufinden ist. Das halte ich für unwahrscheinlich. Stattdessen dokumentiert die Passage exemplarisch einige der vielen möglichen Momente der Übersetzung im Prozess der Selfie-Produktion. Typisch daran ist, so meine These, dass grundsätzlich jede Selfie-Pro-

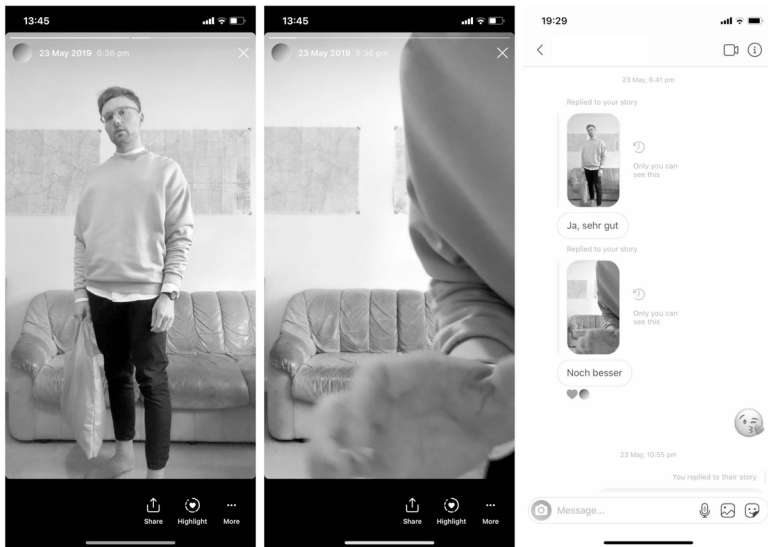
duktion in einer Serie solcher Momente abläuft. Andere Nutzer:innen werden andere Übersetzungen durchführen, aber ganz ohne Übersetzungen geht es nicht. Es wird schnelle und langsame, spontane und inszenierte Selfies geben, aber ein unvermitteltes Selfie gibt es nicht. Die Frage ist dann, wie das Selfie in diesen Momenten der Übersetzung mit Persönlichem angereichert wird. Wie wird das Selfie persönlich?

Die oben eingeführte Technik der *Artifizialisierung* setzt in der zitierten Episode an jenen Momenten der Selfie-Genese an, in denen Übersetzungen möglich oder notwendig sind. In diesen Momenten werden Selektionen vorgenommen, die in die Gestaltung des passierenden Selfies einfließen. Das Selfie wird dabei gewissermaßen künstlich gemacht, und kann immer weniger als direkte, authentische Abbildung gelten. In der obigen Vignette ist der Startpunkt das Outfit des Tages, das selbst ein Set persönlicher Selektion darstellt, die in ein Selfie übersetzt werden sollen. mithilfe der Kamera-App und deren automatischer Auslösung wird nicht nur eine Aufnahme angefertigt, sondern durch Variationen von Körper, Gesicht und Kulisse viele Versionen des Motivs erzeugt. Das vorläufige Ergebnis ist eine größere Menge von Bildern, die in der Foto-App sortiert, zugeschnitten und farbverändert werden. Die so erzielte Auswahl wird anschließend in der Instagram-App getestet, weiter reduziert, könnte mit Metadaten versehen werden und wird mit einem vorgegebenen Filter verändert. Zwei Bilder werden schließlich über den Story-Modus von Instagram veröffentlicht: Ein »gelungenes« und ein »misslungenes« Bild, die sich gegenseitig informieren. Das eigentliche Selfie wird durch ein zweites Bild ergänzt, einem bewusst ausgewählten Fehlschuss, der auf die Künstlichkeit der Bildproduktion verweist. Ein positives Feedback einer anderer Nutzer:in bestätigt diesen Effekt.

In diesen Momenten der Übersetzung wird das Selfie nicht nur künstlich gemacht, sondern kann außerdem mit Persönlichem angereichert werden, wenn sich die Selektionen als Artefakte am Selfie niederschlagen, die als solche erkennbar sind, und auf die Teilnahme der Person verweisen. In der zitierten Episode ist dieses Artefakt allem voran der veröffentlichte Fehlschuss, denkbar sind aber viele Formen der Artifizialisierung, solange sie die Künstlichkeit der Selfie-Genese markieren: Grimassen, Outtakes, Kitsch, ironische Posen oder reflexive Beschreibungstexte. In all diesen Fällen enthält das Selfie eine Referenz auf die reflexive Innenwelt eines menschlichen Wesens, das an seiner Konstitution beteiligt ist. Die Nutzer:in muss hierbei nicht als souveräne Kraft auftreten, sondern als eine Wirkungsinstanz neben anderen. Die Künstlichkeit ist deshalb nicht unbedingt Ausdruck einer autonomen Entscheidung

der Nutzer:in, sondern vielmehr ein Verweis auf die Auseinandersetzung – auf die »Liaison« (Lialina 2012) – zwischen Nutzer:in und Infrastruktur. Deshalb spiegelt die Künstlichkeit des Selfies immer auch die Künstlichkeit der beteiligten Maschinen. Das Persönliche wird hier gerade nicht durch Versuche der getreuen Abbildung vermittelt, sondern mithilfe jener Spuren, die die Übersetzungsprozesse hinterlassen. Das Persönliche wird nicht gegen, sondern durch die Verteiltheit der Selfie-Produktion transportiert.

Abb. 2: Screenshots zum Selfie vom 23.05.2019



Ein verbreitetes Werkzeug der Artifzialisierung sind die bei Instagram und anderen bildzentrierten Plattformen populären Filter. Das sind software-seitig angebotene Bild-Effekte, die leichte Farbmodifikationen aber auch weitreichende Veränderungen des Motivs bewirken. Filter modifizieren das abgebildete Gesicht mehr oder weniger offensichtlich; einige lassen es schlicht jünger erscheinen, andere verleihen ihm typische Anzeichen einer Schönheitsoperation, wieder andere lassen die abgebildete Person zu einem Fantasiewesen werden. Auch in den beiden hier besprochenen Passagen meiner Untersuchung spielen Filter eine tragende Rolle. In der ersten Vignette begleitet der Filtereffekt das Selfie über den gesamten Prozess: Der

Filter ist nicht nur Anlass für das Selfie, sondern motiviert außerdem eine Auseinandersetzung mit dem Interface und ist nach Veröffentlichung Thema des Feedbacks. Auch in der zweiten Episode kommt ein Filter als eine der Methoden der Modifikation zum Einsatz.

Für andere Selfie-Studien sind Künstlichkeit im Allgemeinen sowie Filtereffekte im Besonderen ebenfalls Thema. Für Brooke Wendt sind Filter vor allem ein vergeblicher Versuch, dem Selfie Authentizität zu verleihen (Wendt 2014: 25ff.). Die Modifikation des Motivs distanzieren aber im Gegenteil die Nutzer:innen von ihrem Bild, weil der Filter-Einsatz auf Ästhetik statt Identität setze. Diese Verschiebung von Prioritäten, so mein Eindruck, muss jedoch kein Problem sein, wenn der Transport des Persönlichen gerade mithilfe ästhetischer Manipulation verwirklicht wird. So stellt Daniel Rubinstein fest, dass es Selfie-Praktiken generell nicht um Wahrheit gehe, weil das Selfie immer auch die Bedingungen seiner Herstellung mitführe und grade dadurch in der Lage sei, situative Intimität zu erzeugen (Rubinstein 2015: 173). Jill Rettberg interpretiert Filter deshalb als eine Möglichkeit, die eigene Person in neuem Licht zu sehen; ein Filter mache deutlich, »that the image is not entirely ours. The filtered image shows us ourselves, or our surroundings, with a machine's vision« (Rettberg 2014: 26). Rettberg weist damit auf den Umstand hin, dass der artifizialisierende Filter-Einsatz immer auch auf die Beteiligung digitaler Technologien verweist. Lavrence und Cambre kommen im Rahmen von Gruppen-Interviews zum Thema Selfies schließlich zu dem Schluss, Filter seien ein wichtiges Werkzeug einer anspruchsvollen »Arbeit am Gesicht« (*face-work*) (Lavrence/Cambre 2020: 11). Die Nutzer:innen seien sich der Künstlichkeit der Selfies wohl bewusst und verstünden sie als »carefully crafted and aestheticized«, als Ausdruck eines spezifischen Moments und als Produkt technischer Modifikation (Lavrence/Cambre 2020: 7). Die Rolle von Filtern habe sich aber seit ihrer Einführung gewandelt: Seien sie anfangs vor allem spielerisch und klar erkenntlich verwendet worden, wäre ihr Einsatz mittlerweile subtiler und selbstverständlicher (Lavrence/Cambre 2020: 11). Filter sind, so ließe sich diese Entwicklung deuten, mehr und mehr zu einem Teil der Infrastruktur geworden. Daran anschließend ließe sich fragen, ob Filter damit ihre Eignung als Werkzeug der Artifizialisierung verlieren oder umgekehrt die Künstlichkeit selbst banal wird. Insgesamt ist jedenfalls festzuhalten, dass Artifizialisierung eine elementare Rolle bei der Selfie-Konstitution spielt.

Zusammenfassend bringen mich die Verteiltheit der Selfie-Genese sowie die zentrale Rolle der Künstlichkeit zu dem Schluss, dass die Person des Selfies eine verteilte Person ist. Weil es sich bei diesen Beziehungsweisen außerdem

um ein postdigitales Geschehen handelt, lese ich das Selfie als Exempel für die Diffusion des Persönlichen im Zuge der Digitalisierung. Als Mittler:innen des Persönlichen kommen Selfies in Settings zustande, in denen unterschiedliche Komponenten verbunden werden, um kommunikative Erreichbarkeit herzustellen. Nicht nur Körper, Smartphone und Software müssen zusammenkommen, auch Plattform und Publikum sind über eine Infrastruktur an die Produktion angeschlossen. Verteilt sind aber nicht nur die Konstitutionsbedingungen, sondern auch die dadurch referenzierte Person. In meiner Untersuchung deutet insbesondere die Rolle der Künstlichkeit darauf hin, dass hier eine Form persönlicher Erreichbarkeit etabliert wird, die weniger auf eine zentrierte Einheit der Person abzielt, sondern viel mehr *kompositorisch* und *performativ* wirkt. Die Person des Selfies ist kompositorisch verteilt, insofern sie aus verschiedenen Elementen zusammengesetzt und als Komposition ersichtlich ist, und sie ist performativ verteilt, insofern sie situativ in Sequenzen unterschiedlicher Momente erneuert wird.

Ich übernehme die Begriffe der Komposition und der Performanz an dieser Stelle von Andreas Reckwitz, der sie zur Beschreibung spätmoderner Subjektivität in digitalen Settings verwendet. Diese Form der Subjektkonstitution zeichne sich unter anderem dadurch aus, dass sie als »sichtbare Collage verschiedener Komponenten« auftritt, die »auf einen Blick als ›Komposition‹ erfassbar« ist, und auf eine »beständige, immer neue Performanz« angewiesen ist (Reckwitz 2017: 249). Was die performative Komposition des Selbst angeht, stellt Felix Stalder eine ähnliche Diagnose: Im Kontext digitaler Kultur werde dieses »nicht mehr essentialistisch, sondern performativ verstanden« (Stalder 2016: 143). Nicht übernehmen will ich von Reckwitz im Übrigen seine Singularisierungsthese, d.h. die Annahme, Komposition und Performanz seien ausschließlich oder zumindest zum allergrößten Teil auf die Etablierung von Einzigartigkeit ausgerichtet (Reckwitz 2017: 243). Personalisierung, so wie ich sie verstehe, *kann* Personen als einzigartig adressieren, muss es aber nicht. Personalisierung zeichnet sich im Gegenteil gerade dadurch aus, dass sie Besonderheit in unterschiedlichem Maße ermöglicht und zu dosieren erlaubt.

4.4 Ökonomie des Persönlichen

4.4.1 Die datenökonomische Infrastrukturierung der Person

Nachdem ich oben zwei Weisen der postdigitalen Person besprochen habe, will ich mich im Folgenden ihrer datenökonomischen Einbettung zuwenden. Postdigitale Weisen der Personalisierung sind in zunehmenden Maße verknüpft mit daten- und plattformökonomischen Organisationsformen. Die verteilte Person tritt zwar mit der vernetzenden Digitalisierung auf die Bühne, bietet als postdigital infrastrukturierte Existenzweise dann aber ganz neue Möglichkeiten, die sich draus ergebende Verteiltheit einzufangen, umzulenken und auszubeuten. Was meiner Darstellung der verteilten Person deshalb noch fehlt, ist eine Besprechung ihrer gegenwärtigen datenökonomischen Infrastrukturierung.

Im Folgenden geht es mir um die Frage, welche Gestalt die datenökonomische Infrastrukturierung der Person annimmt und welche Probleme sich ggf. daraus ergeben. Die Bearbeitung dieser Frage geht davon aus, dass die verteilte Person immer auch Bedingung einer an sie anschließenden datenökonomischen Personalisierung ist – gerade deshalb gilt es diesen Anschluss genauer zu besprechen. Das heißt, die datenökonomische Personalisierung als nachträglichen Anpassung zu fassen, die in ihren Bedingungen auf die verteilte Person zurückverweist. Zur Aufklärung der Situation in diesem Sinne nutze ich zwei Schlüsselkonzepte: Ich bespreche die Mechanismen der datenökonomischen Personalisierung als *unpersönliche Personalisierung* und ihre Effekte als *prädiktive Infrastrukturierung*.

Für die Analyse besteht dabei eine entscheidende Herausforderung in der angemessenen Gewichtung der Rolle datenökonomischer Infrastrukturen – also die Vermeidung ihre Über- und Unterschätzung. Das ist auch der Grund dafür, dass ich die Analyse in dieser Arbeit bisher stets aufseiten der Nutzer:innen gestartet habe. Diese Entscheidung soll keinen Humanismus über die Hintertür einführen und weder die Hybridität digitaler Personalisierung noch den Machtüberschuss der Plattformen unterschlagen. Sie soll aber die Forschungsperspektive so einstellen, dass die Verteiltheit der digitalen Person nicht vorschnell in Richtung der Plattformen aufgelöst wird. Sonst besteht die Gefahr vor allem deterministische Manipulations-Maschinen zu sehen, wo eigenständige Weisen der Personalisierung zugrundeliegen. Damit soll nicht zuletzt die Frage adressiert werden, welche Weisen digitaler Perso-

nalisation vor dem Einfluss der Plattformen geschützt werden können oder sollen?

Zu diesem Zweck werde ich im Folgenden die daten- und plattformökonomische Infrastrukturierung der Person behandeln. In meiner Auseinandersetzung mit der infrastrukturellen Einbettung der Selfie-Produktion habe ich schon angerissen, inwiefern sich diese von vor-digitalen Selbst-Portraits unterscheidet. Was Selfies von dieser Tradition abhebt, ist ihr Zustandekommen in einem Gefüge aus digital-vernetzten Technologien, globalen Plattformen und postdigitalen Kulturformen. Entscheidend ist dieser Unterschied, insofern er darauf verweist, inwiefern es sich bei der Personalisierung mittels Selfies um ein genuin digitales Phänomen handelt, welches dann entsprechend Aufschluss über digitale Weisen der Personalisierung gibt. Die drei infrastrukturellen Eigenheiten des Selfies – Kommunikativität, Performativität, Teilbarkeit – waren ein erster Schritt, an den ich im Folgenden anschließe (vgl. 4.3.2.). Die Frage nach der Infrastrukturierung der Person will ich hier mit Blick auf deren datenökonomische Prägung vertiefen.

4.4.2 Zwischen Optionalität und Prädiktivität

Wenn man nach den infrastrukturellen und ökonomischen Ökologien der postdigitalen Person fragt, stößt man gegenwärtig fast unvermeidlich auf die großen Plattformumgebungen und ihre Unternehmen. Um deren Teilhabe an der zeitgenössischen Personalisierung zu präzisieren, wurde verschiedentlich der Begriff der *Prädiktion* mobilisiert (Egbert et al. 2022; Esposito 2022; Mackenzie 2015; Mühlhoff 2021; Ochs 2022; Zuboff 2018). Prädiktion scheint mir geeignet als Schlüsselbegriff zur Beantwortung der Frage, was die Datenökonomie mit der verteilten Person anstellt. So hat etwa Carsten Ochs (2022b: 454) in seiner groß angelegten Studie zur informationellen Privatheit der Moderne vorgeschlagen, die Digitalisierung und ihre transformativen Effekte auf die Logik der Subjektivierung mit Hilfe des Begriffspaares Optionalität und Prädiktivität auszuloten. Diese Unterscheidung bespreche ich im Folgenden eingehender als erste Bestimmung möglicher Probleme einer datenökonomischen Infrastrukturierung der Person.

Optionalität markiert eine Seite der Digitalisierung, in dem sie eine digitalen Technologien inhärente Potenzialität soziotechnischer Vernetzung bezeichnet (Ochs 2022: 438). Der Begriff umfasst ein Set möglicher Effekte, die einer vernetzenden Digitalisierung zugesprochen werden – von gesteigerter Produktivität über eine demokratischere Öffentlichkeit bis hin zu neuen For-

men der Vergemeinschaftung (Ochs 2022: 453). Optionalität tritt dabei nicht zuletzt als »Subjektivierungsimperativ« (Ochs 2022: 454) auf, insofern ihre (positiven) Effekte nur jenen zuteilwerden, die an den soziotechnischen Netzen des Digitalen mitwirken. Diese Mitwirkung macht sich nicht in erster Linie an technischen Innovationen fest, sondern vielmehr an neuen praktischen Anwendungen (Ochs 2022: 455). So sind viele soziale Medien und Webseiten gerade nicht als ökonomische Unternehmungen gestartet, sondern als soziale Vernetzungsprojekte, die neue Weisen des sozialen Austauschs etabliert haben (van Dijck 2013: 12). Als die »Schlüsselpraktik der Vernetzung« (Ochs 2022: 456) kann dabei das heute allgegenwärtige Teilen von Erfahrung (*sharing experience*) gelten (Castells 2009: 431). Die oben eingehend besprochenen Selfie-Praktiken sind eine prominente Form einer solchen Mitteilung persönlicher Erfahrungen. Alles in allem unterbreitet die Digitalisierung so das realistische Versprechen, ihren Nutzer:innen mittels soziotechnischer Vernetzung Optionalität bieten zu können, d.h. die »Verfügbarkeit selbstgestalteter Handlungsoptionen und Lebenschancen [...] trotz Destabilisierung, Unberechenbarkeit und Rückbau sozialer Institutionen« (Ochs 2022: 459).

Optionalität bleibt jedoch nicht die einzige Strukturform digitaler Sozialität und Subjektivierung. Ihr treten Dynamiken der Prädiktivität gegenüber, welche sich um Potentiale der Vorhersage und Steuerung von Verhalten versammeln (Ochs 2022: 439). Im Laufe der 2000er-Jahre tritt neben die netzgetriebene Optionalität eine daten-getriebene Prädiktivität (Ochs 2022: 463; Prietl/Houben 2018). So diagnostiziert etwa Shoshana Zuboff – gewohnt dramatisch, aber doch treffsicher –, das Unternehmen Google hätte in den 2000er-Jahren aufgehört Verhaltensdaten zur Verbesserung seiner Dienste zu sammeln und stattdessen »um die Gedanken seiner Nutzer zu lesen« (Zuboff 2018: 100). Dahinter steht die behavioristische Annahme, aus der Beobachtung von Verhalten könnten Daten gewonnen werden, die wiederum genutzt werden können, um zukünftiges Verhalten vorherzusagen (Ochs 2022: 466; Gitelman/Jackson 2013). Getrieben von dieser Vorhersage-Unterstellung und ihren ökonomischen Versprechungen kippt die netz-getriebene Dezentralität des Digitalen in eine Rezentralisierung, welche treffend als Plattformisierung beschrieben wird (Lovink 2017: 13). Wenn Plattform-Unternehmen in ihrer Selbstbeschreibung Vernetzung als Lösung sozialer Probleme loben, versuchen sie meist an die Versprechungen der Optionalität anzuknüpfen, um Strategien der Prädiktivität voranzutreiben (Ochs 2022: 469). Daraus ergibt sich eine Dynamik der Extraktion und Vorhersage, die die Angebote der Plattform-Unternehmen politisch brisant machen und als Folge noch weitere

Anreize zur Monopolisierung entsprechender Daten schaffen (Zuboff 2018: 411f; Srnicek 2017: 110). Das alles befördert eine der Optionalität entgegengesetzte Subjektivierungsmilieu, das Handlungsoptionen und Lebenschancen nicht ausweitet, sondern im Gegenteil kanalisiert (Kitchin 2014b: 180f.).

Schließlich findet sich digitale Sozialität heute in einer Situation wieder, in der Personen die vielversprechende Optionalität des Digitalen schwerlich für sich nutzen können, ohne sich zugleich den Kontrollanstrengungen der Prädiktivität auszusetzen (Ochs 2022: 482). So trägt jede postdigitale Personalisierung gegenwärtig die Möglichkeit in sich, nicht auf eine Verteilung, sondern umgekehrt auf eine Rezentrierung zuzusteuern. »Having two identities for yourself«, so hätte der Facebook-Gründer Marc Zuckerberg postuliert, »is an example of a lack of integrity« (van Dijck 2013: 199). Das Ergebnis wäre, wie etwa Andreas Reckwitz befürchtet, dass sich Nutzer:innen zunehmend »auf stabile Identitäten festlegen lassen« (Reckwitz 2017: 268).

4.4.3 Unpersönliche Personalisierung

Im Anschluss an die Unterscheidung zwischen Optionalität und Prädiktivität gilt es nun die Mechanismen der prädiktiven Personalisierungen unter den Vorzeichen der Datenökonomie genauer zu bestimmen. Gegenwärtig versuchen nicht nur menschliche Wesen sich und andere persönlich zu erreichen, sondern auch digitale Maschinen adressieren Personen im Dienste der Datenökonomie (Reckwitz 2017: 243f.). Wie ich im Folgenden ausführen will, scheint es sich dabei allerdings um eine dezidiert *unpersönliche* Form der Personalisierung zu handeln (Esposito 2022: 60). Denn wenn algorithmisch-behavioristische Modelle der Personalisierung die Beobachtung, Vorhersage und Beeinflussung von Personen unternehmen, ohne Innerlichkeit als konstitutive Phase ihrer Erreichbarkeit zu berücksichtigen, kann das als Pseudo-Personalisierung gelten.

In diesem Zusammenhang lohnt es sich genauer zu besprechen, wie Computer heute menschliche Wesen adressieren. Andreas Reckwitz identifiziert »maschinelle Singularisierungsprozesse« (Reckwitz 2017: 243f.), in denen Personen mittels digital-technischer Systeme als einzigartig erfasst werden (Reckwitz 2017: 253–258). Hier ist eine nicht-menschliche Ebene der digitalen Welt am Werk, auf der Maschinen menschliche Wesen referenzieren, ohne dass Letztere am Ereignis der Referenz beteiligt sein müssten. Digitale Technologien, so Reckwitz, seien zunehmend drauf ausgerichtet, Einzigartigkeiten menschlicher Personen zu identifizieren und weiterzuverarbeiten

(Reckwitz 2017: 244). Meist auf der Grundlage großer Datenmengen (im Sinnen von *Big Data*) sind Computersysteme in der Lage, »Profile einzelner Personen [...] [und] das besondere Profil jedes Einzelnen« (Reckwitz 2017: 244) zu erstellen. Die Adressaten sind dabei nicht bloß allgemeine Typen, sondern dem Ziel nach besondere Singularitäten (Reckwitz 2017: 254).

Historisch ist dieser Umschwung mindestens bemerkenswert: Wurden Personen in der modernen Gesellschaft traditionellerweise durch Technologien standardisiert, liegt das Augenmerk der Algorithmen auf ihrer Einzigartigkeit (Reckwitz 2017: 254). Dabei wird jedoch gar nicht erst versucht, Person als Ganzheiten in Rechnung zu stellen, wie es für moderne Personalisierungsprozesse typisch ist (Simmel 1992: 400; Luhmann 1994: 194), sondern von vornherein als etwas »modulares [...], das sich aus diskreten Bestandteilen zusammensetzt« (Reckwitz 2017: 255). Was hier als Person zusammengestellt wird, ergibt sich aus der Versammlung einer Menge an datafizierten Spuren der Nutzer:innen (Reckwitz 2017: 255; Rheinberger 2021: 29–35). Hier wird deutlich, wie diese Form der Personalisierung auf die dezentrierte Existenzweise der verteilten Person aufsetzt: Die Adressierung ist zwar an individuellen »Binnenstrukturen« (Reckwitz 2017: 256) interessiert, um zukünftiges Verhalten vorhersagen zu können, Kohärenz müssen diese Personen jedoch nicht aufweisen, sondern es genügt, als »Ensemble heterogener Präferenzstrukturen« (Reckwitz 2017: 255) zu erscheinen. Personen werden – so zumindest die datenökonomische Hoffnung – als Einzelwesen in ihrem Verhalten vorhersagbar, sobald sie in ihren Bestandteilen transparent werden (Reckwitz 2017: 255), aber nicht wie in den statistischen Modellen der vor-digitalen Moderne im Verhältnis zu einem Durchschnitt, sondern als isolierte Einzelfälle (Reckwitz 2017: 255).

Elena Esposito hat vorgeschlagen, diese Adressierung durch Algorithmen als *unpersönliche Personalisierung* zu beschreiben (Esposito 2022: 60). Algorithmische Personalisierung sei eine eigenständige Form der Adressierung von Einzelpersonen, die weder auf aktive Adressat:innen noch eine individuelle Perspektive angewiesen sei (Esposito 2022: 47, 54, 96). Weil algorithmische Personalisierung also in diesem Sinne ohne Referenz auf Innerlichkeit operiere, kann sie als *unpersönliche Personalisierung* gelten (Esposito 2022: 54). Was zunächst paradox formuliert ist, lässt sich entfalten, wenn die nicht-menschlichen Teilnehmer:innen an diesem Prozess – die adressierenden Computer – einbezogen werden (Esposito 2022: 54; Baecker 2018: 59). Sie sind es, die überhaupt erst fähig sind, in dieser Weise pseudo-persönlich zu adressieren, in-

sofern sie Personen ansprechen, ohne deren Innenwelt in Betracht ziehen zu müssen.

Esposito unterscheidet hier zwei elementare Techniken der algorithmischen Personalisierung: einerseits die Adressierung auf der Grundlage von *Kontext*, also in Bezug auf die Situation, in der die Person steckt; andererseits auf der Basis von *Verhalten* als Token eines Typs, das heißt, in Bezug auf vergangene Äußerungen (Esposito 2022: 54). Wenn diese beiden Techniken der Profilbildung zusammen auftreten, spricht Esposito von »algorithmischer Individualisierung« (Esposito 2022: 59) – Kommunikationen also, die sowohl auf den Kontext der adressierten Person (*contextualized*), als auch auf deren Verhalten oder das Verhalten ähnlicher Personen abgestimmt sind (*personalized*) (Esposito 2022: 59). An dieser Form der Individualisierung ist die Person nicht aktiv beteiligt, stattdessen wird sie in Referenz zu Situation und Präferenzen adressiert – »users do not personalize, they are personalized« (Esposito 2022: 60).

Personen werden hier erfasst und erreicht, ohne jene elementaren Merkmalen einzubeziehen, anhand derer sie sich selbst erkennen (Esposito 2022: 60). »Nothing is personal in these forms of personalization« (Esposito 2022: 60). Auch wenn diese Formen der Erreichbarkeit am aktiven Verhalten der Nutzer:innen ansetzen, resultieren sie in einer Position der »Interpassivität« (Ruppert 2011: 220), in der Personen als Daten-Doppelgänger:innen inszeniert werden, deren Gestalt sie nicht kontrollieren (Esposito 2022: 60). »On these platforms there are in fact no individuals, but only ways of seeing people as individuals« (Prey 2019: 1087). Wenn sich Nutzer:innen dagegen nach eigenen Maßgaben personalisieren, indem sie sich den algorithmischen Profil-Werkzeugen unter den Voraussetzungen dezentraler und offener Strukturen reflexiv bedienen, spricht Esposito von »umgekehrter Personalisierung« (Esposito 2022: 61).

4.4.4 Präparierende Prädiktion

Die eben umrissene unpersönliche Personalisierung ist also der Name für jenen Mechanismus, der im Rahmen der datenökonomischen Infrastrukturalisierung der Person Effekte der Prädiktion hervorbringt. Deshalb gilt es im Folgenden, diesen prädikativen Effekt genauer zu begutachten. Der Einsatz lernender Algorithmen zu Vorhersagezwecken verändert mit der Bedeutung von Prädiktion zugleich das soziale Verhältnis zu Gegenwart und Zukunft (Esposito 2022: 87). Esposito argumentiert, algorithmische Prädiktion unterscheide

sich von traditionell moderner Wahrscheinlichkeitsrechnung durch ihr Verhältnis zum Einzelfall: Während letztere die Möglichkeit bereitstellt, systematisch mit Unsicherheit umzugehen, verspricht die algorithmische Vorhersage eine »individuelle Bewertung individueller Personen« (Esposito 2022: 87; meine Übersetzung, F. P.).

Systeme des maschinellen Lernens sind zwar immer auch »statistical engines« (Esposito 2022: 88), insofern sie klassische Verfahren der Statistik nutzen, unterscheiden sich aber auch von diesen, insofern sie darauf abzielen, zukünftige Ereignisse tatsächlich vorherzusagen. So schreibt der Sachbuchautor Eric Siegel: »We usually don't know about causation, and we often don't necessarily care. [...] The objective is more to predict than it is to understand the world. [...] Prediction trumps explanation« (Siegel 2013: 90). Dieser Umschwung von der Erklärung zur Prädiktion verändert nicht zuletzt die Bedeutung und Grundlagen der Vorhersage (Esposito 2022: 88). Prädiktive Modelle versprechen, auf Basis bestehender Daten über Verfahren des maschinellen Lernens Muster entbergen zu können, die zukünftige Entwicklungen vorherzusagen, ohne diese erklären zu können (Esposito 2022: 90). »Using complex predictors may be unpleasant, but the soundest path is to go for predictive accuracy first, then try to understand why« (Breiman 2001: 208).

In der Moderne wird Zukunft üblicherweise als offen und unbestimmt behandelt (Esposito 2022: 92). Mit der modernen Gesellschaft etabliert sich die Vorstellung, jede Gegenwart bilde »immer eine neue, wieder unbekannte Zukunft. [...] Die Zukunft garantiert nun, daß die Welt unverständlich ist – und bleibt« (Luhmann 1998: 1007). In dieser Logik nimmt Vorhersage die Form von Planung an – also Versuche der Gestaltung der Gegenwart, um sich möglichst kontrolliert in eine unbekannte Zukunft bewegen zu können (Esposito 2022: 93). Das moderne Werkzeug im Umgang mit einer in dieser Weise unbestimmten Zukunft ist die Wahrscheinlichkeitsrechnung, die eine gewisse Rationalität im Umgang mit Unsicherheit mit sich bringt (Esposito 2022: 93). Die Entstehung dieser Form von Statistik kann als typischer Fall modernistischer, empirisch-experimenteller Wissenschaftlichkeit verstanden werden (Esposito 2022: 93).

Jüngst wurden ausgehend von dieser statistischen Tradition Technologien des maschinellen Lernens und der algorithmischen Prädiktion entwickelt, die zwar auf Verfahren der Wahrscheinlichkeitsrechnung aufbauen, diese aber in einer Weise für Vorhersagen nutzen, die der Annahme einer unbestimmten und unbestimmbaren Zukunft widersprechen (Esposito 2022: 93). Der entscheidende Unterschied zwischen traditioneller statistischer Wahr-

scheinlichkeitsrechnung einerseits und Verfahren des maschinellen Lernen andererseits besteht darin, dass letztere kein Konzept des Durchschnitts in Relation zu einer Population kennen (Esposito 2022: 95). Algorithmische Verfahren generieren deshalb keine in dieser Weise generalisierten Ergebnisse, sondern immer nur Vorhersagen für spezifische Fälle (Esposito 2022: 95). Bemerkenswerterweise wird diese Engführung auf individuelle Fälle gerade durch den Verzicht auf eine individuelle Perspektive erreicht: Algorithmische Verfahren produzieren effektive Vorhersagen, weil sie kontextabhängig, fallspezifisch und undurchsichtig sind (Esposito 2022: 96f.).

Das entscheidende Problem erwächst dabei aus der Art und Weise, wie maschinelles Lernen Vergangenheit und Zukunft in Beziehung setzt (Esposito 2022: 101). Die generierten Prognosen können zwar nur auf den Trainingsdaten der Vergangenheit basieren, versprechen aber die Vorhersage zukünftiger Ereignisse, ohne die Differenzen zwischen diesen angemessen in Rechnung zu stellen. »Training data and real data are as different as the past is different from the future« (Esposito 2022: 102). Dieses Dilemma der Gestaltung und Nutzung von Systemen des maschinellen Lernens ist ihren Gestalter:innen als Problem der Generalisierung bekannt (Mackenzie 2015: 439; Goodfellow et al. 2016: 109f.). »The generalizability of a model depends on trade-offs between overfitting and underfitting, between modelling predictions too closely or too loosely on the known data« (Mackenzie 2015: 439). Um generalisierbare Vorhersagen zu produzieren, können nicht alle vergangenen Daten berücksichtigt werden, weil sonst nichts als die Vergangenheit reproduziert wird – die Frage ist dann nur, *welche* Daten vergessen werden (Esposito 2022: 103).

Die prädiktiven Verfahren leisten am Ende keine Vorhersage, sondern vielmehr die Fabrikation jener Zukunft, die auf Grundlage ihrer Verfahren erwartet werden kann: »Algorithms predict the future shaped by their prediction« (Esposito 2022: 98). Diese Formen der Prädiktion produzieren also keine unabhängig akkuraten Beschreibungen einer stabilen Welt, sondern Prognosen auf der Grundlage »aktiver Rückschlüsse« (Friston et al. 2010: 235; meine Übersetzung, F. P.): Vorhersagefehler werden minimiert durch die Anpassung der Vorhersage an die Welt einerseits und die Anpassung der Welt an die Vorhersage andererseits (Clark 2016: 122). »Under active inference, perception tries to explain away prediction errors by changing predictions, while action tries to explain them away by changing the signals being predicted« (Friston et al. 2010: 235).

An diesem Punkt zeigt sich dann auch das spezifische Problempotential einer prädikativ-datenökonomischen Infrastrukturierung der Person: Proble-

matisch ist weniger, dass Prognosen falsch sein können, sondern die Art und Weise, wie Zukunftsoptionen durch den Prozess der Prädiktion sozial präpariert wird (Esposito 2022: 101). »The problem in this case is not just the risk of a wrong prediction, but the reduction of future possibilities for all involved actors« (Esposito 2022: 101). Die Herausforderung besteht also darin, algorithmische Vorhersagen mit der unbestimmten Offenheit der Zukunft zu versöhnen (Esposito 2022: 104).

4.5 Outro: Die verteilte Person

In diesem Teil habe ich drei Studien unternommen in der Hoffnung mehr zu erfahren über den digitalen Wandel der Personalisierung. Die Entwicklungen, die mir dabei begegnet sind, fasse ich wie angekündigt in der Figur der verteilten Person zusammen. Die verteilte Person ist zunächst eine These über die Gestalt der Personalisierung in Zeiten der Digitalisierung. Die verteilte Person darf dabei nicht als neue Primärform der Personalisierung verstanden werden, sondern zunächst als ein weiterer Modus, der zu den bestehenden hinzutritt. Die verteilte Person ist dann weiterhin der Vorschlag, bestimmte Verschiebungen in den Arten und Weisen postdigitaler Personalisierung in einem Begriff zusammenzuführen. Ein solcher Begriff muss abstrakt sein, um verschiedene Ausprägungen der bezeichneten Transformation zu umfassen, er muss aber zugleich präzise sein in der Bezeichnung des jeweils entscheidenden Unterschieds. Ich möchte hier und im folgenden Schlusskapitel versuchen, diesen Unterschied abschließend auf den Punkt zu bringen.

Zu diesem Zweck kann ich hier pointiert festhalten, wie sich die verteilte Person in den untersuchten Beziehungsweisen manifestiert. Im Fall der Freundschaft äußert sich die neue Verteiltheit in der Art und Weise, wie freundschaftliche Beziehungen in postdigitale Settings integriert werden. Dabei wird insbesondere die für die Freundschaft prägende Variabilität als Modell einer Digitalisierung der Intimität mobilisiert und intensiviert. Diese Passung zwischen freundschaftlicher Variabilität und postdigitalen Personalisierungsanlässen werde ich als Ausdruck einer Diffusion des Persönlichen. Erfolgreich sind Personalisierungsweisen, deren *Elemente* verteilt sind, insofern die Inhalte der Beziehung elastisch sind, deren *Techniken* verteilt sind, insofern die Formen relational sind, und deren *Situationen* verteilt sind, insofern ihr Verhältnis zum Privaten ambivalent ist. Die Verteiltheit bezieht sich im Falle der Freundschaft also auf deren Varianz und Streuung. Die Person ist

verteilt, insofern sie in heterogene persönliche Beziehungen eingebunden ist, die weder inhaltlich noch formal integriert sind.

Im Fall der Personalisierung mittels Selfies äußert sich die verteilte Person zuallererst in der Zerstreuung ihrer Herstellung, deren Elemente, Techniken und Situationen nicht nur lokale Komponenten wie Körper, Smartphone und Software umfassen, sondern darüber hinaus über postdigitale Infrastrukturen an Plattformen und Publika angeschlossen sind. Damit sind die Konstitution und mit ihr die Gestaltung der persönlichen Erreichbarkeit auf unterschiedliche Instanzen verteilt. Verteilt ist aber auch der Effekt der so etablierten Erreichbarkeit: In meiner Untersuchung sind es Momente der Künstlichkeit, die darauf verweisen, dass es hier um einen Modus der persönlichen Erreichbarkeit geht, der nicht primär – wie die private Person – auf die Zentrierung der Person abzielt, sondern zuallererst auf deren Komposition und Performanz. Im Fall der Selfies bezieht sich Verteiltheit also auf die Bedingungen und Methoden der Personalisierung. Die Person ist verteilt, insofern sie kompositorisch und performativ hergestellt und ebenso erreichbar ist.

Im Fall der Ökonomie des Persönlichen und ihrer datenökonomischen Infrastrukturierung der Person tritt die verteilte Person als Bedingung ihrer eigenen Rezentrierung auf. Hintergrund bildet die Diagnose einer strukturellen Spannung zwischen einer netz-getriebenen Vermehrung von Optionen (Optionalität) und einer daten-getriebenen Verminderung von Optionen (Prädiktivität) (Ochs 2022: 435ff.). Die verteilte Person ist einerseits die Protagonistin der Optionalität, andererseits aber auch Ressource ihrer Prädiktivität, insofern die datafizierten Spuren ihrer Verteiltheit die Versprechen der Datenökonomie unterfüttern (Prietl/Houben 2018; Zuboff 2018: 311). Modell stehen hier daten-behavioristische Verfahren, die Innerlichkeit ausklammern, um Personen als intransparente Black Boxes zu adressieren (Stalder 2016: 199–202; Rouvroy 2013: 143–152). Unter diesen Vorzeichen sind Computersysteme in der Lage, unpersönliche Formen der Personalisierung anzustellen – das heißt, Erreichbarkeit zu simulieren, ohne Innerlichkeit operativ einzubeziehen (Reckwitz 2017: 243ff; Esposito 2022: 60). Auf diese Weise werden Vorhersage- und Kontrollversprechen generiert, die – unabhängig von ihrer Genauigkeit und allein durch ihre Performanz – rezentrierende Effekte auf die Person zeitigen. Kurz: Im Rahmen datenökonomischer Unternehmungen wird die Verteilung der Elemente, Techniken und Situationen des Persönlichen zur Grundlage einer neuen Kanalisierung und Konzentration der Person.