

Curating the Digital in Everyday Life - Ein Werkstattbericht

Schmidt, Ricarda; Krug, Selma; Pfuhl, Janine; Sladek, Antonia; Hecht, Nicole; Bergener, Jens; Klüpfel, Laura; Mellies, Carlotta; Kelling, Tami; Caldas, Jenny Oliveira; Molin, Julia; Wahmkow, Jonas; Traeger, Lea; Pallmann, Antonia; Erdmann, Mara; Ritter, Lena Isabelle; Kaufhold, Hanna Sophia; Loy, Bianca; Guadagnini, Sara; Weiß, Katharina Victoria; Nagel, Klara; Kim, Sehee; Schramm, Pia

Veröffentlichungsversion / Published Version

Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schmidt, R., Krug, S., Pfuhl, J., Sladek, A., Hecht, N., Bergener, J., ... Schramm, P. (2021). Curating the Digital in Everyday Life - Ein Werkstattbericht. *Hamburger Journal für Kulturanthropologie*, 13, 710-723. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:gbv:18-8-18061>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

CURATING THE DIGITAL IN EVERYDAY LIFE – EIN WERKSTATTBERICHT

Antonia Pallmann, Janine Pfuhl, Klara Nagel, Lea Traeger, Lena Isabelle Ritter, Nicole Hecht, Antonia Sladek, Bianca Loy, Carlotta Melles, Hanna Sophia Kaufhold, Jenny Oliveira Caldas, Jens Bergener, Jonas Wahmkow, Julia Molin, Katharina Victoria Weiß, Laura Klüpfel, Mara Erdmann, Pia Schramm, Ricarda Schmidt, Sara Guadagnini, Sehee Kim, Selma Krug, Tami Kelling

Die Wechselbeziehungen zwischen Menschen, Medien und Alltag haben schon früh zu den Interessen europäisch ethnologischer und anthropologischer Forschung gehört. Medien sind auf profunde Art und Weise in unseren Alltag eingebettet und transformieren unsere alltäglichen Praktiken. Mit den sogenannten >neuen Medien< stellen sich Forscher*innen damit spezifischen Herausforderungen. Wie können wir ein so weites und sich immer wieder veränderndes Feld beforschen, wie müssen wir unsere Methoden anpassen und welche neuen Theorien müssen entwickelt werden?

Im Sommer 2019 startete am Institut für Europäische Ethnologie an der Humboldt-Universität zu Berlin das einjährige Studienprojekt >Curating the Digital in Everyday Life<, welches sich die Bearbeitung dieser Fragen zur Aufgabe machte. Das jeweilige Studienprojekt bildet den Kern des Masterstudiums und bietet im Rahmen von >Forschendem Lernen< den Studierenden die Möglichkeit, eigenständig ethnografische Fallstudien unter dem Dach einer übergreifenden Fragestellung zu entwickeln. Das Forschungsprojekt, das von Christoph Bareither betreut wurde, geht von der Beobachtung aus, dass neue digitale Praktiken unseren Alltag tiefgreifend verändern. Die entsprechende These ist, dass bei der Fülle an digitalen Möglichkeiten und Artefakten, wie Bildern, Informationen und Botschaften, viele Alltagsakteur*innen eigenständige Praktiken des Kuratierens entwickeln und umsetzen und somit eine eigene spezifische Weise entwickeln, Welt zu gestalten.¹

Zu diesem Überthema haben sich drei Forschungsgruppen geformt, deren Fokus auf Schönheitsbildern, Normen und Ästhetik, umkämpften Wahrheiten und ökonomischer Wertherstellung lag.

Bereits im vorangegangenen Wintersemester konnten wir uns mit theoretischen Konzepten und methodologischen Zugängen der Medien- und Digitalanthropologie auseinandersetzen. Besonders hilfreich waren für uns Konzepte der Medienver-

1 Der Begriff des Kuratierens wird in diesem Band ebenfalls im Beitrag von Christoph Bareither analytisch produktiv gemacht.

mittlung und -lesarten wie beispielsweise Encoding/Decoding nach Stuart Hall² Das Verstehen von emotionalen Ausdrucksweisen als alltägliche Praktiken nach Monique Scheer und Christoph Bareither veränderte unseren Blick auf die Nutzung von Emojis in Kommentaren.³ Auch die Frage danach, wie >alte< Praktiken durch neue mediale Formen im Sinne Klaus Schönbergers Persistenz und Rekombinationstheorie fortwirken und verändert werden, konnten wir produktiv machen.⁴ Letztlich half uns auf der technischen Ebene die Frage nach Infrastrukturen und Affordanzen – den Handlungsanregungen seitens Plattformen – dabei, zu verstehen, wie das Zusammenspiel von technischen und menschlichen Akteur*innen die Möglichkeiten der Nutzung schafft, strukturiert und begrenzt.⁵ In Bezug auf die Analyse von Medienpraktiken konnten wir so insbesondere in den Blick nehmen, über welche spezifischen Praktiken sich Nutzer*innen Technologien aneignen und wie dabei neue Praktiken im Umgang mit Medien hervorgebracht werden. Dadurch wurde die Relationalität der Medienpraktiken sichtbar.

In diesem Beitrag wollen wir einen Überblick über unsere aktuelle Forschung geben, unsere Theorien, Konzepte und Methoden vorstellen und erste Ergebnisse präsentieren.

Methoden ethnografischen Forschens im Spannungsfeld zwischen Online- und Offline-Räumen

Auf den ersten Blick scheint sich Internet- oder Online-Ethnografie von klassischer ethnografischer Forschung stark zu unterscheiden, spielt sich das Geschehen hier doch in Online->Räumen< ab, wodurch ein nicht unwesentlicher Teil der Praktiken >vor< dem Bildschirm für die Forschenden unsichtbar bleibt. Wo finden die medienbasierten Praktiken des Kuratierens also statt? Wie können Forschende an ihnen teilhaben und sie beobachten? Wie bereits in der Einleitung beschrieben, sind Alltag und

-
- 2 *Stuart Hall*: Encoding and Decoding in the Television Discourse. Birmingham 1973.
 - 3 *Christoph Bareither*: Doing Emotion through Digital Media. An Ethnographic Perspective on Media Practices and Emotional Affordances. In: *Ethnologia Europaea* 49 (2019), Heft 1, S. 7–23; *Monique Scheer*: Emotionspraktiken. Wie man über das Tun an die Gefühle herankommt. In: Matthias Beitzl/Ingo Schneider (Hg.): *Emotional Turn?! Europäisch ethnologische Zugänge zu Gefühlen & Gefühlswelten*: Beiträge der 27. Österreichischen Volkskundetagung in Dornbirn vom 29. Mai – 1. Juni 2013. Wien 2016.
 - 4 *Klaus Schönberger*: Persistenz und Rekombination. *Digitale Kommunikation und soziokultureller Wandel*. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 111 (2015), Heft 2, S. 201–213.
 - 5 *Julian Hopkins*: The Concept of Affordances in Digital Media. In: Heidrun Friese/Gala Rebane/Marcus Nolden/Miriam Schreiter (Hg.): *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten*. Wiesbaden 2016 (= Springer References Sozialwissenschaften), S. 1–8.

Medien eng miteinander verwoben; das Internet kann von gesellschaftlichen Prozessen und Körperlichkeit nicht getrennt werden.⁶ Ethnografisches Forschen zeichnet sich durch seine Anpassungs- und Wandelbarkeit aus. Auch in Offline-Forschungen wird das Forschungsvorgehen in – und nicht selten gemeinsam mit – dem spezifischen Kontext entwickelt.⁷ Die Frage, ob und inwiefern sich Online- und Offline-Räume unterscheiden beziehungsweise ob sie sich überhaupt trennen lassen, bildete daher eine wichtige und stets präsente Hintergrundfrage unserer methodischen Überlegungen.

Die Soziologin Christine Hine, eine Vorreiterin der Ethnografie des Digitalen, versteht das Internet als »embedded, embodied, and everyday phenomenon«.⁸ Mit dieser Beschreibung betont sie erstens, dass das Internet nicht als transzendenter »cyberspace« für sich alleine steht, sondern auf vielfältige Art und Weise in ganz spezifische soziale Kontexte eingebunden ist.⁹ Zweitens hebt sie hervor, dass Online-Erfahrungen nahtlos in andere verkörperte Erfahrungen übergehen: »Often we do not think of »going online« as a discrete form of experience, but we find ourselves being online in an extension of other embodied ways of being and acting in the world.«¹⁰ Drittens macht sie damit kenntlich, dass digitale Praktiken routiniert ablaufen und das Internet in vielen Fällen zu einer unbemerkten Infrastruktur kultureller Praktiken wird. Als solche ist es alltäglich und unsichtbar, da es meist benutzt wird, um etwas Bestimmtes zu tun, die Tätigkeiten sich aber selten auf das Internet selbst richten. Gleichzeitig strukturiert es diese Praktiken jedoch auf ganz spezifische Art und Weise.¹¹

Jeder dieser Aspekte zieht eigene methodische Herausforderungen nach sich. So stellen sich beispielsweise Fragen danach, wie solche inkorporierten und alltäglichen Erfahrungen ethnografisch greifbar gemacht werden können, spielen sie sich doch in vielen Fällen den Akteur*innen unbewusst und »vor dem Bildschirm« ab. Die Forschungspartner*innen physisch in ihrem gesamten Alltag zu begleiten, ist jedoch nur selten möglich. Die situativen Kontexte der Medienpraktiken können daher häufig nur erschlossen oder erfragt, nicht aber selbst erlebt oder beobachtet werden.

Um die alltäglichen, routinierten und verkörperten Praktiken rund um das Kuratieren in sozialen Medien in unserem Feld zu erforschen, kombinierten wir verschiedene Methoden, von denen die teilnehmende Beobachtung einen zentralen

6 Christine Hine: *Ethnography for the Internet. Embedded, Embodied and Everyday*. London 2015, hier S. 49.

7 Ebd., hier S. 12 und S. 58.

8 Ebd., hier S. 13.

9 Ebd., hier S. 14.

10 Ebd.

11 Ebd., hier S. 46.

Stellenwert einnahm. In einer explorativen Phase sammelten und analysierten die Teilgruppen erste *Social-Media*-Posts zu den jeweiligen Themenfeldern. Bereits das Suchen der Posts erforderte, dass wir uns als Forschende >im Feld< bewegten, gleichzeitig begann dadurch ein Lernprozess, durch den wir im weiteren Verlauf der Forschung die Logiken des Feldes immer besser verstanden. Schließlich erstellten die Teilgruppen Forschungsaccounts auf ihren jeweiligen Plattformen, über die wir eigene Posts veröffentlichten, um uns auch autoethnografisch mit den Praktiken des Kuratierens auseinanderzusetzen und die dabei gesammelten Erfahrungen mithilfe von Gedankenprotokollen und Feldnotizen auswertbar zu machen. Diese Art der Autoethnografie ermöglichte es, einen kontextualisierenden Zugang zur körperlichen und emotionalen Dimension von Internet-Praktiken zu erhalten und gewährte uns Einblicke in Prozesse und Bedeutungen, wie sie sich gerade im Feld entfalteten.¹²

Für die Analyse der Posts waren somit unsere eigenen gesammelten Erfahrungen im Feld und erste Interviews sowie Fragebögen, die einen Abgleich ermöglichen, unerlässlich.¹³ In leitfadengestützten Interviews, die wir sowohl persönlich als auch per Telefon, E-Mail und Online-Chat führten, gaben uns die Akteur*innen selbst Auskunft über ihr Tun. Das so generierte Material kodierten wir in mehreren Durchläufen mithilfe des Programms MAXQDA, welches uns dabei half, Verbindungen zu erstellen, zu interpretieren und das Material mit den theoretischen Ansätzen zu verknüpfen.

Die Kombination der verschiedenen Methoden war beim Forschen aufgrund ihrer jeweiligen Grenzen und der unterschiedlichen Arten von Einsichten, die durch sie zu gewinnen sind, von großer Bedeutung.¹⁴ So konnte eine Brücke geschlagen werden zwischen breiteren gesellschaftlichen Zusammenhängen und den hochgradig subjektiven beziehungsweise personalisierten Erfahrungen und Nutzungsweisen des Internets, die sich aus seinem Charakter als >embedded, embodied und everyday< ergeben. Schließlich ermöglichen die ethnographischen Methoden auch, die Trennung zwischen online und offline Räumen zu überwinden, da sie Zugang zu jeweils unterschiedlichen Ebenen digitaler Praktiken liefern und deren Verflechtungen sichtbar machen.

12 Zur Immersion ins Feld und der autoethnografischen Erfahrung bei Internetethnografie siehe ebd., S. 5 und S. 55–88.

13 Besonders in der Anfangsphase der Forschung und beim Erschließen des Feldes waren Fragebögen hilfreich. Sie wurden Akteur*innen auf den Sozialen Medien oder per Email zugeschickt und von ihnen schriftlich beantwortet.

14 *Georg Breidenstein/Stefan Hirschauer/Herbert Kalthoff/Boris Nieswand: Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung.* Konstanz/München 2018; *Hine* wie Anm. 6, hier S. 78.

Kuratieren als Praxis

Klassischerweise wird Kuratieren als eine museale Praxis verstanden, bei der Expert*innen aus einem Bestand spezifische Artefakte auswählen, Beziehungen zwischen ihnen herstellen, sie kontextualisieren und dann in einem Ausstellungsraum für die Öffentlichkeit präsentieren. Dieses Verständnis wird mittlerweile um zahlreiche andere Vorstellungen ergänzt und auch auf digitale Kontexte übertragen.

Der Kurationsbegriff wurde bereits unter anderem von der Sozialwissenschaftlerin Sophia B. Liu auf digitale Alltagspraktiken angewandt. Für sie sind die Bereiche des Kuratierens im Digitalen nicht länger nur mit einzelnen Expert*innen wie Archivar*innen oder Museums-Guides verknüpft, sondern werden von zahlreichen sozialen Akteur*innen prozesshaft, kollaborativ und distribuiert umgesetzt.¹⁵ Kuratieren ist für die Innovationsspezialistin Liu ein aktiver und intentionaler Entscheidungsprozess darüber, was bedeutungsvoll ist.¹⁶ Auf diesem Weg ermöglicht das Kuratieren auf *Social Media* auch Mediennutzer*innen das Mitgestalten diverser Diskurse und ist deshalb als Moment der Ermächtigung mit Hilfe alltäglicher Praktiken zu verstehen. In unserem Alltag orientieren wir uns daran, was sich in einer spezifischen Situation adäquat, richtig und praktisch anfühlt – so auch bei unserem routinierten Onlineverhalten. Inkorporiertes Medienwissen entfaltet sich in der Interaktion zwischen in ihren jeweiligen Alltag eingebetteten Akteur*innen und den Affordanzen der spezifischen digitalen Medien.¹⁷ So wie uns Menschen und soziale Verflechtungen interessieren, ist auch die Rolle von digitalen und algorithmisierten Infrastrukturen und Affordanzen in diesem Prozess zentral, da diese spezifische Kuratierpraktiken sowie Seh-, Wahrnehmungs- und Interpretationsweisen nahelegen und andere ausschließen.

Liu argumentiert, dass im Kontext von sozialen Medien vielfältige Akteur*innen sowie Infrastrukturen und Artefakte am Kurationsprozess mitwirken, und arbeitet verschiedene Typen von Praktiken des Kuratierens heraus. Auch in unserem Forschungskontext sind die Kurationspraktiken vielfältig und verschieden.

Gemeinsames Interesse unserer verschiedenen Projektgruppen war es, zu erforschen, wie User*innen an der Aushandlung von >Wahrheit<, >Wert< sowie >Schönheit< und >Selbst< teilhaben. Das Internet verstehen wir hierbei als Netzwerk aus

15 *Sophia B. Liu*: Socially Distributed Curation of the Bhopal Disaster. A Case of Grassroots Heritage in the Crisis Context. In: Elisa Giaccardi (Hg.): *Heritage and Social Media: Understanding and Experiencing Heritage in a Participatory Culture*. London 2012, S. 30–54, hier S. 33 und S. 46.

16 Ebd., hier S. 31.

17 *Christoph Bareither*: Medien der Alltäglichkeit: Der Beitrag der Europäischen Ethnologie zum Feld der Medien- und Digitalanthropologie. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 115 (2019), Heft 1, S. 3–26, hier S. 9.

öffentlichen, dynamischen und sich kontinuierlich wandelnden Ausstellungsräumen. Uns interessieren konkrete Praktiken wie das Auswählen, Erstellen, Bearbeiten, Hervorheben, Sichtbar-/Unsichtbar-Machen, Vergleichen, Juxtapositionieren, Kategorisieren, Situieren, Bewerten, Ästhetisieren, Emotionalisieren des Contents, welche – analog zu musealen Ausstellungspraktiken – als Praktiken des Kuratierens betrachtet werden.

Curating Self and Beauty

Viele Menschen versuchen vermehrt, in ihrem Alltag Momente festzuhalten und schaffen dies ausschnitthaft mit Bild- und Videoaufnahmen, die sie meist mit ihren Smartphones produzieren. Das Sammeln solcher Momente wird häufig in den sozialen Medien geteilt, kontextualisiert und ausgestellt. Inhalte, die hier geteilt werden, zeigen oftmals Alltagssituationen. Mit dem Online-Stellen können Follower*innen an persönlichen Momenten teilhaben. Diese Motivation wird um weitere Praktiken des Publizierens von Medieninhalten ergänzt, die wir im Feld sozialer Medien beobachten. Wie wird Alltag inszeniert? Die Forschungen der Teilgruppe >Curating Self and Beauty< zeigen beispielhaft, wie divers Instagram als Plattform genutzt wird; sie bringt eine charakteristische Art der Selbstdarstellung hervor: Schöne Körper, positive Gefühle, versinnbildlichte Aufnahmen, die ein Gefühl von Vollkommenheit und Perfektionismus evozieren. Digitale Medien ko-konstituieren Selbst- und Fremdbilder. Folgende Fragen sind in unsere Forschungsprozesse eingegangen: Wie kuratieren Produzierende, Konsumierende und Influencer*innen ihre Inhalte? Welchen Effekt haben Algorithmen und die Eigenheiten der Plattform auf die dargestellten akteurszentrierten Perspektiven und welche Affordanzen bieten sie?

Unsere ethnografischen Forschungen betrachteten Instagram als digitalen Raum. Grenzen zwischen Online- und Offline-Praktiken werden hier als untrennbar ausgehandelt. Diese Feststellung wird mit Blick auf die Aushandlung von gesellschaftlichen Normbildern zentral. Schönheit, Körperlichkeit, Sexualität und Armut spiegeln nur einen Bruchteil der Themen wider, die wir mithilfe unserer selbst angelegten Instagram-Feeds autoethnografisch beobachteten. Wir fokussierten diese im Verlauf unserer Forschung und zeigten daran in unseren Ergebnissen beispielsweise auf, wie Instagram als Plattform und als fragmentierte Gemeinschaft Raum politischer Aushandlung sein kann.

Die Teilgruppe >Curating Self and Beauty< setzte sich aus vier Forschungsteams zusammen, deren Fragestellungen im Nachfolgenden kurz umrissen werden. Im Anschluss daran findet sich ein schemenhafter Überblick zu verbindenden Themenkomplexen wieder.

>Wie wird gegenwärtige Pornografie durch spezifische *Social-Media*-Praktiken kuratiert und ausgehandelt?< – Diese erste Forschungsfrage widmete sich der Plattform Pornhub und zeigte auf, wie eine pornografische Webseite zu einem sozialen Medium avanciert. Wie erhält Pornografie Eingang in die Populärkultur? Welche Kuratierpraktiken machen diesen Prozess greifbar? Beide Forscherinnen der Teilgruppe verstehen Pornhub als soziales Medium. Sie zeigen auf, wie die Website den User*innen die Möglichkeit gibt, sich über sexuelle Vorlieben zu vernetzen, (emotionalen) Content zu erstellen, zu teilen und dadurch ein erotisches Selbst kuratieren.

>Wie wird durch Ästhetisierungspraktiken feministischer Aktivismus auf Instagram kuratiert?< – Ästhetik und Ästhetisierungsprozesse spielen eine essenzielle Rolle auf Instagram. Das Bearbeiten von Bildern und ihr Kontextualisieren folgt ästhetischen Vorbildern und unterschiedlichen Ansprüchen, so auch im Feld von feministischem Online-Aktivismus. Wie wird Aktivismus ästhetisiert und Ästhetik gleichzeitig aktivistisch eingesetzt? Die Teilgruppe stellte fest, dass über Instagram digitaler feministischer Aktivismus neu ausgehandelt wird und dabei Ästhetisierungsprozesse genutzt werden, um Inhalte in ihrer Diversität und die Performances der User*innen politisch zu konnotieren.

>Wie wird Armut auf Instagram (un-)sichtbar gemacht?< – Die dritte Forschungsgruppe hat sich der Thematik >Unsichtbare Sichtbarkeit< genähert und untersuchte, wie sich das gesellschaftlich Verborgene digital greifen lässt. Welchen Einfluss nehmen dabei die Infrastrukturierung und technischen Affordanzen seitens Instagram, und grenzen so das Publizieren von Inhalten ein? Wie wird eine Thematik aufbereitet und ausgestellt, die im Feld von makellosen Körpern und positiven Darstellungen unangenehme Gefühle transportiert? Ihr Forschungsfokus lag dabei auf der normativen Aushandlung verborgener Beiträge, Beiträge des Nichtgezeigten. Die Stigmatisierung von Armut und das fehlende, positiv konnotierte Identifikationsangebot mobilisieren Schamgefühle und Verletzbarkeiten. Diesen wird mit Humor beispielsweise in Form von Memes begegnet. Armut wurde als Thematik aufbereitet, die auf *Social Media* unterrepräsentiert und marginalisiert ist.

>Wie wird Selbstliebe auf Instagram kuratiert und verhandelt?< – Die vierte Forschungsgruppe mit dem Themenschwerpunkt >Curating Self & Beauty< fokussierte Body-Positivity-Bewegungen auf Instagram.¹⁸ Hier werden körper-positive Inhalte kuratiert; sie verfolgen das Ziel, non-normativen Körperbildern einen Raum zu geben, die neben normativen Schönheitsidealen existieren. Diese Forschungsperspektive zeigte auf, wie sowohl die Darstellung und Akzeptanz marginalisierter Körper ausgehandelt und politisiert als auch Körperlichkeit in diesen Prozessen subjektiv

18 >Body Positivity< beschreibt eine Form von Aktivismus, bei dem es darum geht, Körper in der Gesamtheit ihrer Unterschiedlichkeit zu akzeptieren und normalisieren, und kann als Gegenbewegung zur Normierung von >Schönheit< betrachtet werden.

hervorgebracht wird. Ziel ist das Aufbrechen dominanter Schönheitsideale und eine damit verbundene Normalisierung unterrepräsentierter realer Körpereigenschaften.

Die >Enablingpotenziale<, die an soziale Plattformen geknüpft sind, wurden mit dem Affordanz-Konzept untersucht.¹⁹ Das Einbinden dieses Konzepts in die Forschungen zeigte auf, welche Praktiken Instagram und PronHub primär affordieren: Emotions-, Innovations- und Community-Praktiken werden im Feld der untersuchten digitalen Medien zentral.

Innerhalb der Forschungen hat sich gezeigt, dass der Umgang mit Instagram an die intransparenten Strukturen der App geknüpft ist. Damit sind technische Affordanzen, wie Algorithmen gemeint, die sich mit kulturanthropologischen Methoden nur schwer bis gar nicht analysieren lassen. Diese Intransparenz stellte für Zwecke der Analyse von Profilver schlägen, Zensurpolitiken et cetera eine Herausforderung für medienanthropologisches Arbeiten dar.

Die Praktiken des Sichtbarmachens und Praktiken des Community-Buildings stellten sich mit Blick auf die Forschungsergebnisse als übergreifend für alle Untergruppen dar. Mit Nutzung der sozialen Plattformen versuchen User*innen vermehrt, verborgene Inhalte zu behandeln und den Follower*innen durch visuelle und kontextualisierte Aushandlung näher zu bringen. Diese Nutzungsweisen wurden durch Autoethnografie für die Forscher*innen erfahrbar und spiegeln Nutzungspotenziale für User*innen wider. Die behandelten Inhalte – Sexualität, Feminismus, Armut, Körper – stehen oftmals im Schatten der standardisierten normativen Contents. Ihr Teilen wird durch Kommentarfunktionen ergänzt, die einen Kommunikationsraum affordieren. Der individuelle und gemeinschaftliche Austausch fördert ein Empowerment, das beispielsweise Bewegungen wie *#metoo* oder *#freethenipple* hervorbringt.²⁰ Es zeigt sich, dass digitale Aushandlungsprozesse nicht mehr nur an Medien geknüpft sind, sie entfalten auch im physischen Raum Relevanz und werden dort politisch wirkmächtig. In diesem Teil der Forschungen zeigt sich, dass Politiken oftmals latent bleiben, viele jedoch ihren Ursprung auf *Social Media* finden.

Man kann hier von einer Wechselbeziehung sprechen: Es kommt zu einer Überlagerung von >Online< und >Offline<, sodass sich die Grenzen auflösen.

19 Julian Hopkins, wie Anm. 5.

20 Dazu <https://metoomvmt.org/about/> (Stand: 22. 3. 2020). Die *Me-too*-Bewegung wurde 2006 gegründet und unterstützt Opfer sexueller Gewalt, insbesondere Frauen und Mädchen aus ressourcenarmen Verhältnissen. Auf Social Media erreichte die Organisation durch das Hashtag *#metoo* aktivistische Aufmerksamkeit. <https://www.instagram.com/explore/tags/freethenipple/> (Stand: 22. 3. 2020). Dieser auf Social Media ausgetragene Aktivismus hinterfragt die Zensur des weiblichen Nippels auf Plattformen wie Instagram und trägt zum Diskurs um geschlechtliche Gleichstellung bei.

Curating Knowledge (and Truth)

Die Gruppe >Curating Knowledge (and Truth)<, die sich ebenfalls in vier Teilgruppen untergliedert, befasste sich mit der Verbreitung von Nachrichten in digitalen Medien, spezifischer: mit dem Kuratieren von >Wahrheiten<. Hierbei war der Kuratierbegriff keine Selbstbezeichnung der Akteur*innen, sondern sollte vielmehr als analytische Brille dienen, um die Praktiken des Auswählens und Kuratierens hinter den Debatten um postfaktische Meinungsbildung und Wissensvermittlung im Internet, manchmal in Verbindung mit polarisierend emotionalisierenden Praktiken, erkennen zu können. Das zentrale Forschungsmedium war hier für alle vier Teilgruppen Twitter. Twitter ist eine unter anderem durch Werbung finanzierte *Social-Media*-Plattform, die damit wirbt, dass sich Nutzer*innen dort >in Echtzeit< über aktuelle Schlagzeilen informieren und austauschen können. Sie sehen auf ihrer Startseite permanent, welche Schlagwörter beziehungsweise Hashtags in der unüberschaubaren Flut an Tweets gerade im Trend sind. Ein Tweet ist ein knappes Statement mit maximal 280 Zeichen, zum Teil ergänzt durch einen Link, ein Video oder Bilder. Durch gegenseitiges Folgen bilden sich Netzwerke, die sich entsprechend ihrer spezifischen Interessen mit Neuigkeiten versorgen – so entstehen sogenannte Filterblasen: Spezialöffentlichkeiten, die sich um bestimmte Themen und Überzeugungen herum organisieren.²¹

Die >Echtzeit<-Ausrichtung Twitters bewirkt, dass hier stärker als beispielsweise auf Instagram politische Auseinandersetzungen geführt werden. Die Nachrichten werden meist direkt in größere Zusammenhänge eingeordnet und mit einer Positionierung in Hinblick auf die Frage verbunden, was sie aus der Perspektive der Akteur*innen für die Gesellschaft – oder für eine spezifische Community – bedeuten.

So umfassen die Themen der Gruppe Klimawandel, Islamfeindlichkeit und Seerettung. Twitter scheint dafür eine geeignete Plattform zu sein, da sich die Themen mit ihrer Hilfe gut verfolgen lassen. Die Plattformen sowie die beobachteten Praktiken des Kuratierens zu verschiedenen Themen analysierten wir und werteten diese mit kollaborativen Verfahren aus, um einen Einblick in die entsprechenden Routinen des Kuratierens zu erhalten.

Die vier Untergruppen verband das Interesse an der Konstruktion von Faktizität und Wahrheiten. Auch Debatten um Fakenews spielten dabei für die meisten eine Rolle. Es kristallisierte sich die Frage heraus, wie krisenhafte Narrative auf Twitter kuratiert und wie diese Wahrheiten und Deutungsweisen in Kommentaren beziehungsweise Tweets umkämpft werden. Es ließen sich spezifische Medienpraktiken beobachten, auf einige von ihnen werden wir im Folgenden genauer eingehen. Eine weitere zentrale Frage, die uns während der Forschung begleitete, war, inwiefern in die *Social-Media*-Plattform eingeschriebene Affordanzen, wie zum Beispiel die Hash-

21 *Twitter, Inc.*: <https://about.twitter.com/de/company.html> (Stand: 1. 5. 2020).

tag-Funktion oder die Zeichenbegrenzung der Tweets, auf den Prozess des Kuratierens einwirken. Dies ist insbesondere von Bedeutung, wenn algorithmisierte Prozesse im Zusammenspiel mit dem Kuratieren stattfinden, wie es bei der Generierung der Timeline der Fall ist. Diese entsteht in der Interaktion von individuellem Nutzer*innenverhalten und einem darauf reagierenden Algorithmus.

Als gemeinsame theoretische Grundlage dieser Teilgruppe dienten uns die bereits erwähnten Überlegungen von Liu zu Praktiken des Kuratierens in sozialen Medien, dass hier besonders als ein kollektives, dezentrales Storymaking produktiv wird.²²

>Wie wird das Bedrohungsnarrativ #Islamisierung durch Kuratierpraktiken kollektiv in netzöffentlichen Räumen hergestellt?< Der kollektive und dezentrale Charakter von Praktiken des Erzählens wurde am Bedrohungsnarrativ >Islamisierung< exemplarisch deutlich: Aus der Summe einzelner Posts, Bilder und den Reaktionen darauf wird eine dystopische Erzählung hergestellt. Durch Emotionspraktiken wie das >kollektive Aufregen<, beispielsweise durch >Kotz-Emojis<, werden solche Narrative aufrechterhalten. Gleichzeitig wird dabei eine Community hervorgebracht, die sich in ihren Ansichten bestärken kann.

>Wie wird der Klimawandel auf Twitter als Klimakrise kuratiert?< Analog dazu hat die Klimawandelgruppe autoethnografisch beobachtet, wie stark das Thema Klimakrise für sie an Präsenz und Zentralität gewann, indem sie entsprechende Accounts und Hashtags verfolgten und Teil der Klima-Filterblase auf Twitter wurden. So wird die politische Relevanz und die Erfahrbarkeit der Klimakrise für die Nutzer*innen über einen langen Zeitraum hinweg immer wieder neu aktualisiert.

>Wie werden Wahrheiten über die Veränderungen der Umwelt mit Hilfe von Satellitenbildern in digitalen Medien kuratiert und verhandelt?< Eine weitere Teilgruppe befasste sich mit Satelliten- und Drohnenbildern, die den Klimawandel aus der Vogelperspektive heraus sichtbar machen. Hier war das Gegenüberstellen, das Juxtapositionieren, eine interessante Praktik, um visuelle Narrative zu gestalten, die oft ein spannungsvolles emotionales Potential entfalten.

Dass Twitters Infrastruktur einen Fokus auf das, was aktuell geschieht und diskutiert wird, affordiert, war insbesondere für die Teilgruppe relevant, die sich mit der zivilen Seenotrettung auf dem Mittelmeer befasste: >Wie werden (Un-)Wahrheiten über Seenotrettung im Mittelmeer auf Twitter kuratiert?< Tagesaktuelle Notfälle, Rettungsaktionen und Statements standen im Vordergrund. In den Tweets wird ein Narrativ der Dringlichkeit kuratiert, welches die Frage nach der Verantwortung verhandelt. In der Flut an Tweets werden sowohl durch das Auge als auch durch Algorithmen Bild- und Videoformate favorisiert. Daher spielen auch bildliche Kurationspraktiken beim Ringen um Wahrheiten in den verschiedenen Gruppen eine wichtige Rolle. Auch wenn die konkreten Praktiken des Kuratierens sich in den einzelnen Feldern

22. *Sophia B. Liu*, wie Anm. 15.

unterscheiden, lässt sich doch festhalten, dass in allen Teilgruppen Praktiken des Auswählens, Zusammenstellens, Arrangierens und Bezüge Herstellens, die im Umgang mit den Affordanzen der Plattform entstehen, relevant für die Konstruktion von ›Wahrheit‹ und ›Faktizität‹ wurden. Übergreifend ließ sich beobachten, dass diese Prozesse dynamisch und kollektiv stattfinden, die spezifischen Deutungen werden kollaborativ hergestellt und umkämpft.

Curating Value

Die Gruppe ›Curating Value‹ unterteilt sich in zwei Teilgruppen, die sich übergreifend mit der Verflechtung der Praktiken des digitalen Kuratierens und Praktiken einer zumeist ökonomischen Inwertsetzung beschäftigt haben. Die durch digitale Praktiken erzeugte ökonomische Inwertsetzung zieht sich durch den Alltag und kann eine Vielzahl von Formen annehmen. Diese reichen beispielsweise von der beruflichen Selbstdarstellung auf Plattformen wie Xing und LinkedIn, der Wertschaffung oder -minderung durch Google-Reviews in Gastronomie oder kulturellen Institutionen wie Museen – über das Verfassen und Einstellen von Kommentaren von User*innen und besagten Etablissements – bis zum Bereich der ›Popular Pleasures‹. Hier sind ökonomische Prozesse wichtiger Bestandteil des Kuratierens, insofern die entsprechenden populärkulturellen Artefakte Waren sind, die durch mediengestützte Aus handlung an Bedeutung und somit an Wert gewinnen.

Die Kuratierpraktiken wurden in dieser Gruppe als Prozess verstanden, der reziprok zwischen Content-Produzierenden und deren Follower*innen ausgehandelt wird.²³ Der Kuratier-Begriff konnte in beiden Gruppen als analytisches Werkzeug zur Schärfung des Forschungsgegenstandes produktiv gemacht werden.

Eine der Teilgruppen befasste sich mit der Frage, inwiefern Body-Positivity²⁴-Influencer*innen ihren Alltag auf Instagram kuratieren, um sozialen, ökonomischen und emotionalen Wert zu verflechten. Die Teilgruppe analysierte, wie Influencer*innen ihren Alltag über die Plattform kuratieren und somit Follower*innen eine spezifische Darstellung ihrer Welt zugänglich machen. Wie oben erwähnt, spielt in diesen Fällen beim Kuratieren ökonomische Wertgenerierung eine zentrale Rolle. So wird zum Beispiel Product Placement in scheinbare Alltagsposts integriert. Theoretisch hat sich die Teilgruppe mit ›Emotionspraktiken‹²⁵ nach Monique Scheer sowie dem

23 Leah Scolere/Lee Humphreys: Pinning Design: The Curatorial Labor of Creative Professionals. In: Social Media + Society 2 (2016), Heft 1, S. 2.

24 Zu Body Positivity siehe Anm. 18.

25 Scheer, wie Anm. 3.

>Affordanzkonzept²⁶ nach Bareither auseinandergesetzt. Dadurch konnte herausgefunden werden, dass Body-Positivity-Influencer*innen ein Gefühl von Community erschaffen, indem sie ihren Alltag online teilen, was wiederum Follower*innen generiert. Sie sprechen mit ihrer Repräsentation verschiedenster Körperformen eine spezielle Zielgruppe an. Dadurch werden sie zu interessanten Werbepartner*innen für eine Vielzahl von Märkten, beispielsweise der Kosmetikindustrie. Emotionspraktiken sind dabei Grundvoraussetzung für alle konstituierten Werte. Durch das Praktizieren von Emotionen schaffen Influencer*innen persönliche Beziehungen zu ihren Follower*innen und können somit durch >Influencer-Marketing<-Strategien ökonomischen Wert in Form von Geld oder kostenlosen Produkten generieren. Weiterhin werden soziale Werte konstituiert: Repräsentation, Community und Empowerment.

Die zweite Teilgruppe, die sich des Themas >Curating Value< annahm, beschäftigte sich mit dem Kuratieren des Werts von Kryptowährungen und ging der Forschungsfrage nach: >Wie wird der ökonomische Wert von Kryptowährungen auf Social Media kuratiert?< Kryptowährung beschreibt ein digitales Alternativsystem zum bekannten Finanzsystem. Die bekannteste Form ist >Bitcoin<, eine rein digitale Währung. Diese Gruppe ist vor allem der Frage nachgegangen, wie digitale Kuratierpraktiken an der Erschaffung und Aufrechterhaltung des ökonomischen Werts von Kryptowährungen mitarbeiten. Im Sinne des oben angesprochenen Kuratierbegriffes bewegte sich die Teilgruppe auf Twitter und Instagram und betrachtete diese als digitale Ausstellungsräume. Dass beide Plattformen relevant für die Gruppe waren, begründet sich vor allem darin, dass die Thematik der Kryptowährung auf diesen sehr unterschiedlich thematisiert und ausgehandelt wird. Die Forschung auf Instagram hat ergeben, dass der Wert der Kryptowährung Bitcoin in Zusammenhang mit einem besonderen >Krypto-Lifestyle< häufig über eine emotionale Ebene kuratiert und konstruiert wird. Auf Twitter hingegen funktioniert das Kuratieren des Werts von Kryptowährungen auf inhaltlicher Ebene, beispielsweise über Expert*innenwissen. Technische, gesellschaftliche oder finanzielle Informationen oder ganz allgemein die Begeisterung über Kryptowährungen werden geteilt. Die Krypto-Twitter-Community verwendet dabei szenetypische Hashtags, Abkürzungen, Slang oder Emojis.

Auch diese Teilgruppe hat sich mit dem Konzept der Emotionspraktiken nach Monique Scheer beschäftigt und so weisen die Ergebnisse Verknüpfungen und Brücken zur ersten Teilgruppe auf. Das Kuratieren des Krypto-Lifestyles konstituiert sich beispielsweise durch eine Auswahl an Posts, die ein >Wir-Gefühl<²⁷ einer Finanzrevolution vermitteln und die durch Luxus, Reichtum und Reisen der Krypto-Community eine Zukunft des Wohlstands versprechen. So wird sowohl das Kuratieren des

26 Bareither, wie Anm. 3.

27 Christoph Bareither: Wir-Gefühle: Vergemeinschaftende Emotionspraktiken in Populärkulturen. In: bricolage. Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie 10 (2019), S. 37–50.

eigenen Alltags als auch das Kuratieren eines Lifestyles über Emotionspraktiken, wie die Mobilisierung zur ökonomischen Wertgenerierung, genutzt. Schließlich kann gesagt werden, dass über Medienpraktiken Wert auf unterschiedlichen Ebenen kuratiert wird: sozial, emotional und besonders ökonomisch.

Ausblick

Wenn wir über unseren Alltag nachdenken, müssen wir zwangsläufig auch die Betrachtung von sozialen Medien und digitalen Praktiken mit einbeziehen. Das immense Potenzial an gesellschaftsverändernden Momenten und die Möglichkeiten zur Machtverschiebung, die ihnen innewohnen, haben sich schon in der Vergangenheit gezeigt.²⁸ Gleichwohl sind diese Prozesse nicht abgeschlossen, und Medien bleiben durch ihre Einbettung in Lebenswelt und Alltag permanent mit gesellschaftlichen Machtdynamiken verbunden. Ein ethnografisch informierter und differenzierter Blick kann diese Aushandlungsprozesse offenlegen.

Für uns steht fest: Nur in der Auseinandersetzung mit den alltäglichen, digitalen Praktiken im Zusammenhang mit den sozialen Medien können wir verstehen, wie sie funktionieren und ein kritisches Verhältnis zu ihnen entwickeln. Dazu ist es unerlässlich, selbst in die Felder zu gehen, sich nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch mit den sozialen Medien und ihren technischen Seiten auseinanderzusetzen und in einen Dialog mit Nutzer*innen zu treten. An dieser Stelle kann die Europäische Ethnologie von interdisziplinären Forschungspartner*innen und der Einbeziehung ihrer Methoden und Perspektiven profitieren. Hier sehen wir auch die Notwendigkeit der Konzeptualisierung neuer Forschungsmethoden. Im Umgang mit digitalen Medien stellen sich nicht nur neue und alte Fragen zugleich, sondern es bedarf auch der Anpassung klassischer Forschungsmethoden an eben diese neuen Fragen. Wir sind im Laufe unserer Forschungen immer wieder an die Grenzen gängiger methodologischer Überlegungen gestoßen. Dies betrifft sowohl Fragen des Datenschutzes als auch der Transparenz und des Umgangs mit den technischen Infrastrukturen: Welcher Raum gilt im Internet als öffentlich? Wie können wir uns darin als Forschende kenntlich machen? Wie lässt sich der Rolle der – zu großen Teilen unsichtbaren – algorithmisierten Prozesse im Hintergrund gerecht werden? Wie können wir der Tatsache Rechnung tragen, dass ein nicht unwesentlicher Teil der Praktiken >vor< dem Bildschirm und in vielen Fällen auch räum-

28 Axel Bruns: *Gatewatching and News Curation. Journalism, Social Media, and the Public Sphere*. New York 2018; Alexandra Schwell: *#MuslimRage. When Western Fears Meet Political Humor*. In: *Ethnologia Europaea* 45 (2015), Heft 2, S. 85–101; Fahed Al-Sumait/Nele Lenze/ Michael C. Hudson: *The Arab Uprisings: Catalysts, Dynamics, and Trajectories*. Lanham, Maryland 2014.

lich zerstreut stattfindet? Diese und andere Fragen werden in der Forschungspraxis relevant, eine systematische Aufarbeitung scheint angesichts der zunehmenden Präsenz digitaler Medien im Alltag unentbehrlich.

Abschließend möchten wir auf unsere digitale Ausstellung hinweisen. Ausführungen aus unserem Beitrag sowie unsere Forschungsergebnisse werden dort mithilfe multimedialer Elemente exemplarisch dargestellt: Curating the Digital – <https://www2.hu-berlin.de/curatingthedigital/>



Kontakt

Sekretariat / Institut für Europäische Ethnologie

Möhrenstraße 40/41

10117 Berlin

ritterle@hu-berlin.de

lena.isabelle.ritter@posteo.net