

Komplizen des Erkennungsdienstes - Prof. Dr. Andreas Bernard über Selbstdarstellung in digitalen Räumen

09.11.2017 Wieso haben wir den Drang, uns im Netz ständig zu vermarkten? Der Kulturwissenschaftler Andreas Bernard vom Zentrum für Digitale Kulturen forscht über diese Frage und entdeckt dabei bedrohlich erscheinende Parallelen. Denn viele Verfahren der Selbstpräsentation gehen auf Methoden zurück, die in der Kriminologie und Psychiatrie im 19. Jahrhundert erdacht wurden.



Herr Bernard, sprechen wir zu Beginn über Nutzer_innen, die auf ganz alltägliche digitale Dienste zurückgreifen: Sie sind in einem sozialen Netzwerk registriert, besitzen ein Smartphone und einen Fitnesstracker. Was geben sie damit von sich preis?

Wenn jemand die Techniken und Verfahren der digitalen Kultur umfangreich nutzt, werden sehr viele verschiedene Daten über diesen Menschen registriert. Allein durch die Ortungstechnologie eines iPhones lässt sich eine - wie man sagen könnte - Autogeographie erstellen: Wege, Adressen, Aufenthalte - all das sammelt sich in einem Protokoll. Wenn man dann noch eine Apple Watch verwendet, dann werden Daten über die Körperfunktionen registriert, dazu gehören Schrittzahl, Herz- und Pulsschlag. Und über Soziale Netzwerke wie Facebook und LinkedIn geben die Nutzer_innen schon bei

der Registrierung viel von sich preis. Zusätzlich stellen sie Tag für Tag über Posts, Bilder und Kommentare viele Informationen zur Verfügung. Zusammengefasst: Auf diese Weise kommt über all diese Geräte eine Fülle von Daten zusammen, die einen relativ getreuen Abdruck der Personen wiedergibt.

In Zusammenhang mit den neuen Möglichkeiten, die sich jedem von uns im Internetzeitalter bieten, sprechen wir von digitalen Errungenschaften. Sie entdecken mit Blick auf die Geschichte jedoch Parallelen, die etwas Bedrohliches haben. Was genau?

Auf diese Parallelen hat sich meine Forschung konzentriert. Es ist richtig: Heutzutage haben diese Technologien einen unglaublich durchschlagenden Erfolg. Unser Leben ist in Teilen bequemer, leichter und auch sicherer geworden. Was durch diese Erfolgsgeschichte aber überstrahlt wird, ist die Herkunft dieser Technologien – die bleibt im Dunkeln. Genau die aber interessiert mich: Woher kommt es, dass wir vor 20 oder 30 Jahren den Begriff „Profil“ ausschließlich in Zusammenhang mit Serienmördern genutzt haben? Wir sprachen in der Kriminologie vom „Täterprofil“, in der Psychiatrie beim „Wahnsinnigen“ vom „Patientenprofil“. Oder nehmen wir die Lokalisierungsfunktion des Smartphones per GPS. Die Anfänge liegen in der Militärforschung und wir kennen diese Technik auch in Zusammenhang mit Verbrechern, denen Fußfesseln angelegt werden. Betrachten wir zum Schluss die Herkunftsgeschichte von Selbstvermessungstechniken bei Fitnessuhren: Die Daten aus Körpermessungen, die man heute freiwillig hergibt, wurden früher genutzt, um über den Lügendetektor die Wahrheit zu ermitteln. Gebrauch und Ruf dieser Anwendungen haben sich in der zurückliegenden Zeit also unglaublich gewandelt.

Was aber das Bedrohliche ausmacht, ist doch, dass es in dem ursprünglichen Kontext immer einen Feind als Gegenüber gibt ...

Genau, deswegen spreche ich auch von „Komplizen des Erkennungsdienstes“. Der Justizbeamte, der den Delinquenten an den Lügendetektor schnallt, steht in einem Verhältnis der Rivalität. Wir aber sind bei unseren Aktionen die Komplizen dieser Technologien. Das kann allerdings jederzeit umschlagen. Dazu ein konkreter Fall: Vor etwa zwei Jahren hat eine Frau ihren Chef der Vergewaltigung bezichtigt. Sie gab an, bei ihm übernachtet zu haben, im Schlaf habe er sie dann überwältigt. Für die polizeilichen Ermittlungen stellte die Frau ihr Fitbit-Band zur Verfügung, das sie die ganze Zeit über getragen hatte. Die Datenauswertung ergab schließlich: Sie war die ganze Nacht über aktiv und wach - und hatte damit nicht die Wahrheit gesagt. Im Endeffekt wurde sie wegen Falschaussage angeklagt. Was ich damit sagen will: Die Errungenschaft kann also jederzeit wieder in den alten polizeilichen Zusammenhang gedreht werden.

Warum haben wir überhaupt das Bedürfnis, so viel von uns preiszugeben?

Dafür gibt es meines Erachtens zwei Gründe: Ich glaube, dass diese Konjunktur der selbstgestalteten Profile in Zusammenhang gesehen werden muss mit bestimmten Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt, die Erwerbsbiographie hat sich stark verändert. Gerade junge Menschen leben heute mit der Unsicherheit, dass sie eine Kette von befristeten Verträgen durchleben. Vor diesem Hintergrund scheint es ihnen wichtig, ein „Profil“ zu pflegen, es ständig zu optimieren und sich attraktiv zu präsentieren. Der zweite Grund hat mit der Verführungskraft jener Erzählung zu tun, die seit den 1980er Jahren von den Computer- und Internet-Pionieren des Silicon Valley ausgebreitet worden ist. Sie beinhaltet, dass „Kommunikation“ und „Vernetzung“ unbedingt erstrebenswerte Kategorien sind, genauso wie der Wunsch, eine „Community“ zu bilden. Diese Erzählungen haben in den letzten dreißig Jahren weltweit eine unglaubliche Macht entfaltet. Ich glaube, dass dieses Versprechen, „Gemeinschaft“ zu erleben, so verführerisch ist, dass die Herkunft der zugehörigen Technologien und Geräte in den Hintergrund gedrängt wurde. Ich versuche, diese Herkunftsgeschichte wieder ein wenig zu erhellen.

Vielen Dank.

*Anlehnend an seine Forschung hat Prof. Dr. Andreas Bernard das Buch „Komplizen des Erkennungsdienstes – Das Selbst in der digitalen Kultur“ verfasst. Auf der Sachbuch-Bestenliste von ZEIT, ZDF und Deutschlandfunk Kultur ist es im Dezember auf **Platz 1**.*

Weitere Informationen

- Zentrum für Digitale Kulturen (CDC)

Kontakt



Prof. Dr. Andreas Bernard

Am Sande 5
21335 Lüneburg
Fon +49.4131.677-7165
andreas.bernard@leuphana.de

Das Interview führte Urte Modlich, Universitätskommunikation. Neuigkeiten aus der Universität und rund um Forschung, Lehre und Studium können an news@leuphana.de geschickt werden.

Datum: 09.11.2017

Kategorien: 1_Meldungen_Forschung

Autor: Urte Modlich

E-Mail: urte.modlich@leuphana.de