

Intime Bewertungen. Liebe im Zeitalter von Tinder

Überblick

Wie verändert sich die Sphäre intimer Beziehungen im Zeitalter von Tinder, Grindr & Co.? Welche Rolle spielen Algorithmen in der Bildung von Intimbeziehungen? Wird das Intimleben endgültig vermarktet und ökonomisiert oder sind hier vielleicht doch andere Prozesse am Werk? Das Projekt untersucht diese und verwandte Fragestellungen aus der Perspektive der Soziologie der Bewertung.

Laufzeit:

Seit 01. Januar 2017

Forschungsteam:

Dr. Thorsten Peetz (Projektleitung)

Details

1.400.000.000 Mal wischen täglich weltweit Hände über den Bildschirm eines Mobiltelefons, 26.000.000 Mal resultiert dieses Wischen in einem „Match“, der Einladung zu weiterer Kommunikation über die Chatfunktion des ortsbasierten sozialen Mediums Tinder. Wenn der Selbstauskunft des Unternehmens zu trauen ist, wird die App in Deutschland von ca. zwei Millionen Personen verwendet. Es handelt sich also um ein Massenphänomen. Tinder und vergleichbare Apps verändern die Sphäre der Intimbeziehungen dabei momentan radikal. Relativ unabhängig von der räumlichen Anwesenheit potentieller Partner*innen und meist unbeobachtet sind ihre Nutzer*innen auf der Suche nach Liebe, Sex, Freundschaft, Anerkennung, Abenteuerlust und Trendiness (Sumter/Vandenbosch/Ligtenberg 2016). Und anders als bei konventionellen Formen des Online-Dating wird die Nutzung von Tinder nahezu unabhängig von konkreten räumlichen Settings, sie wird mobilisiert und aus der Öffentlichkeit gerückt.

Zentral für den Erfolg von Tinder ist dabei eine spielerische Form der Bewertung von Attraktivität, die bei wechselseitiger Übereinstimmung die Möglichkeit zum Aufbau einer intimen Beziehung gibt. Auf der Grundlage einer Auswahl von Profilbildern, die gegebenenfalls um einen kurzen Text, Links auf das eigene Instagram-Profil sowie ein kurzes Soundbeispiel von Lieblingsliedern („Meine Hymne“) ergänzt werden, können Mitglieder sich ein Urteil über ihnen vorgeschlagene andere Mitglieder bilden und durch einen „Swipe“ nach links eine Person ablehnen („nope“) bzw. nach rechts eine Person wertschätzen („like“).

Ausgehend von der Zentralität von Praktiken der Bewertung für Tinder, nähert sich das Projekt

dem Phänomen aus der Perspektive der Soziologie der Bewertung (Lamont 2012; Peetz et al. 2016). Für die Soziologie der Bewertung ist Tinder in mindestens drei Hinsichten interessant.

(1) Bewertungsoperationen

Die Untersuchung des Bewertungsverhaltens bei der Nutzung der App Tinder ermöglicht es, Bewertungsoperationen in einem relativ überschaubaren Rahmen zu beobachten. Ausgehend von der Vermutung, dass Bewertung nicht als ein situatives Urteil verstanden werden sollte, sondern als das Ergebnis von Prozessen der Asymmetrisierung, in denen Identitäten durch „stories“ geformt, kategorisiert und in Beziehung gesetzt werden (Peetz in Vorbereitung), stellt sich die Aufgabe, genau diese Elemente von intimen Bewertungen zu rekonstruieren. Darin liegt die methodische Herausforderung, die lediglich ereignishaften Bewertungsoperationen durch eine Kombination von Beobachtung und Gespräch zu rekonstruieren. Dabei geht es nicht darum, Motive oder Intentionen der Bewerter*innen aufzuspüren, sondern mit ihnen gemeinsam den Sinn ihrer Praxis nachzuzeichnen.

Die mediale Vermittlung der intimen Bewertung durch Tinder macht die App daneben noch aus einer weiteren Perspektive interessant. Während sich ein Großteil der Bewertungsforschung auf Bewertung in Interaktionen unter Anwesenden konzentriert, beschränkt sich die Untersuchung von computervermittelter Bewertung bislang vor allem auf die Beschreibung der technologischen Affordanzen sowie deren Konsequenzen für die Bewerteten (David/Pinch 2006; Gerlitz/Lury 2014; Jeacle/Carter 2011). Die Praktiken der Feststellung des Werts von Identitäten in Auseinandersetzung mit technischen Objekten werden dabei allerdings nicht systematisch untersucht.

(2) Bewertungskonstellationen

Bewertungsurteile sind zwar ereignishaft, finden also in konkreten Situationen statt, dürfen aber nicht nur im Hinblick auf ihre Situativität beobachtet werden. Sie sind vielmehr eingebettet in Bewertungskonstellationen – Beziehungen zwischen Bewerteten, Bewertenden und ihrem Publikum – die sich an Regeln orientieren und auf der Basis von Infrastrukturen operieren (Meier/Peetz/Waibel 2016). Aus dieser Perspektive ist zunächst interessant, dass sowohl die bewertete Identität als auch das Publikum bei der Bewertung abwesend sind. Wie auch bei Online-Dating im Allgemeinen, sind die Bewertungsobjekte lediglich in der Form eines Profils, das im Fall Tinders noch dazu sehr reduziert ausfällt, repräsentiert (Blackwell/Birnholtz/Abbott 2014). Wenn Untersuchungen zum Online-Dating zeigen, dass Profile Vorstellungen zukünftiger Bewerter beinhalten (Dombrowski 2011; Ellison/Hancock/Toma 2011), stellt sich im Fall von Tinder die Frage, wie in der Produktion der Profile antizipierte Bewertungen eingehen, wie diese in der tatsächlichen Bewertung von Profilen verstanden werden und wie an sie angeschlossen wird.

Aber nicht nur die Bewerteten sind abwesend, sondern auch das Publikum. Für gewöhnlich wird das Bewertungsverhalten bei der Nutzung von Tinder nicht beobachtet. Hier stellt sich nun die Frage, ob dadurch die Bewertungskonstellation von einer Triade auf eine Dyade reduziert wird,

oder ob in der Bewertung das Publikum auf andere Weise anwesend gemacht wird. Vorstellbar wäre, dass spezifische Publika virtuell präsent sind.

(3) Bewertungsdiskurse

Wenn Verbreitungsmedien wie Schrift, Buchdruck oder der Computer die gesellschaftliche Entwicklung entscheidend prägen, stellt sich die Frage, wie die Bewertungsinfrastrukturen, die Tinder zugrunde liegen, die gesellschaftliche Intimsphäre verändern. Diesen gesellschaftsstrukturellen Veränderungen geht das Projekt mit Hilfe einer Analyse von Semantiken nach. Es konzentriert sich dabei auf die Untersuchung der Diskussion von Tinder im massenmedialen Diskurs. Hier wird das Bewertungsmedium Tinder selbst zum Gegenstand von Bewertung, Kritik und Rechtfertigung.

Die leitende Hypothese ist dabei, dass die Verbreitung von ortsbasierten sozialen Medien zu einer endgültigen Autonomisierung und weltweiten Ausdehnung der Sphäre der Intimität führt. Die Möglichkeiten zur Aufnahme von intimen Kontakten werden durch Tinder von den Fesseln sozialer Freundschaftsnetzwerke und des Arbeitsplatzes befreit. Es entsteht somit ein weltweites Netz potentieller intimer Kommunikation, dessen semantischen Ausdruck man in gesellschaftlichen Diskursen zu Tinder rekonstruieren können müsste. Gegenüber Interpretationen des Online-Dating, die in ihm eine endgültige Vermarktlichung der Sphäre der Intimität begründet sehen (Roscoe/Chillas 2014: 806ff.), soll die These der Ökonomisierung hier bewusst offengehalten werden. Im Anschluss an Viviana Zelizer (2011) soll eher den Verstrickungen und Verwebungen von Elementen des Marktes und der Intimität nachgegangen werden – ohne dabei freilich auszuschließen, dass diese Verwebungen auch die Grenzen zwischen der Intimsphäre und der Wirtschaft beeinflussen können.

Methodischer Zugang

Das Projekt kombiniert ein Set qualitativer Methoden der Sozialforschung. Ausgehend von einem ersten, autoethnographischen Zugang zum Feld, in dem eine Grundkenntnis der Tinder-App erworben wurde, werden in einer zweiten Phase Interviews mit NutzerInnen der App geführt und ihre Bewertungspraxis teilnehmend beobachtet. Ziel ist es hier, Geschichten über die Nutzung von Tinder und die dabei durchgeführten Bewertungen zu generieren, und diese Geschichten im Hinblick auf ihre operations-, konstellations- und gesellschaftstheoretischen Aspekte hin zu untersuchen. Aufgrund der geschlechtsspezifischen Unterschiede in der Nutzung von Tinder (Ranzini/Lutz 2016: 12; Tyson et al. 2016) werden diese Geschichten systematische auf entsprechende Differenzen hin kontrolliert. Begleitend wird eine Analyse gesellschaftlicher Diskurse zu Tinder und den Wandel von Intimität durchgeführt.

Literatur

- Blackwell, Courtney/Jeremy Birnholtz/Charles Abbott (2014): Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app. In: New Media & Society 17, S. 1117-1136.

- David, Shay/Trevor Pinch (2006): Six degrees of reputation: The use and abuse of online review and recommendation systems. In: First Monday 11 (3). <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v11i3.1315>. Letzter Zugriff am 21.03.2016.
- Dombrowski, Julia (2011): Profile, Entscheidungsvorgänge und "Psychologie": Intensivierungsprozesse beim Online-Dating. In: Zeitschrift für Ethnologie 136, S. 145-167.
- Ellison, Nicole B./Jeffrey T. Hancock/Catalina L. Toma (2011): Profile as promise: A framework for conceptualizing veracity in online self-presentations. In: New Media & Society 14, S. 45-62.
- Finkel, Eli J. et al. (2012): Online-dating: A critical analysis from the perspective of psychological science. In: Psychological Science in the Public Interest 13, S. 3-66.
- Gerlitz, Carolin/Celia Lury (2014): Social media and self-evaluating assemblages: On numbers, orderings and values. In: Distinktion 15, S. 174-188.
- Heldman, Caroline/Lisa D. Wade (2010): Hook-up culture: Setting a research agenda. In: Sexuality Research and Social Policy 7, S. 323-333.
- Illouz, Eva (2012): Warum Liebe weh tut. Berlin: Suhrkamp.
- Jeacle, Ingrid/Chris Carter (2011): In TripAdvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems. In: Accounting, Organizations and Society 36, S. 293-309.
- Lamont, Michèle (2012): Toward a comparative sociology of valuation and evaluation. In: Annual Review of Sociology 38, S. 201-221.
- Meier, Frank/Thorsten Peetz/Désirée Waibel (2016): Bewertungskonstellationen. Theoretische Überlegungen zur Soziologie der Bewertung. In: Berliner Journal für Soziologie 26, S. 307-328.
- Peetz, Thorsten et al. (Hrsg.) (2016): Schwerpunkt "Soziologie der Bewertung". Berliner Journal für Soziologie 26 (3/4).
- Peetz, Thorsten (in Vorbereitung): Elemente einer Soziologie der Bewertung (Manuskript).
- Ranzini, Giulia/Christoph Lutz (2016): Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. In: Mobile Media & Communication.
- Roscoe, Philip/Shiona Chillas (2014): The state of affairs: Critical performativity and the online dating industry. In: Organization 21, S. 797-820.
- Sumter, Sindy R./Laura Vandenbosch/Loes Ligtenberg (2016): Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. In: Telematics and Informatics 34, S. 67-78.
- Tyson, Gareth et al. (2016): A first look at user activity on Tinder. 8th IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM). San Francisco. <http://www.eecs.qmul.ac.uk/~tysong/files/Tinder.pdf>. Letzter Zugriff am 13.10.2016.
- Zelizer, Viviana A. (2011): Economic lives. How culture shapes the economy. Princeton; Oxford: Princeton University Press.

Laufzeit:

Seit 01. Januar 2017

Forschungsteam:

Dr. Thorsten Peetz (Projektleitung)

Projekttyp:

Eigenprojekt

Publikationen**Sammelbandbeitrag**

Peetz, Thorsten, 2019: [Ausweitung der Paarungszone? Grenzverschiebungen digitalisierter Paarbildung](#), in: Kropf, Jonathan; Laser, Stefan (Hg.), Digitale Bewertungspraktiken. Für eine Bewertungssoziologie des Digitalen, Soziologie des Wertens und Bewertens, Wiesbaden: Springer VS, S. 261 - 273, [doi:10.1007/978-3-658-21165-3_11](#)

Vortrag

Peetz, Thorsten, 2018: [The partial organization of intimacy](#), Arbeitstreffen, Wissenschaftliches Netzwerk "Das ungenutzte Potential des Neo-Institutionalismus", Uppsala, Schweden, 08.06.2018

Peetz, Thorsten, 2018: [Intime Bewertungen. Liebe im Zeitalter von Tinder](#), Technik- und Innovationsforschung. Forschungskolloquium, Fachgebiet Technik- und Innovationssoziologie, Technische Universität Berlin, Berlin, Deutschland, 20.06.2018

Peetz, Thorsten, 2018: [Ökonomisierung der Intimität?](#), Komplexe Dynamiken globaler und lokaler Entwicklungen. Ad-hoc Gruppe "Von der Differenzierungstheorie zur Differenzierungsforschung", 39. Kongress der DGS, Deutsche Gesellschaft für Soziologie (DGS), Göttingen, Deutschland, 28.09.2018

Peetz, Thorsten, 2017: [The marketization of intimacy?](#), What's Next? Disruptive/Collaborative Economy or Business as Usual? SASE 29th Annual Meeting, Society for the Advancement of Socio-Economics (SASE), Lyon, Frankreich, 29.06.2017

Peetz, Thorsten, 2017: [Liebe im Zeitalter von Tinder. Zum Wandel intimer Bewertungskonstellationen](#), Kulturen der Bewertung, Sektion Wissenssoziologie und Sektion

Kultursoziologie, Deutsche Gesellschaft für Soziologie (DGS), Köln, Deutschland, 09.11.2017

Peetz, Thorsten, 2017: [Intimate Valuations. Love in Tinder times](#), Communities of Evaluating. Practices and socio-technical infrastructures of rating, ranking and reviewing, Workshop, DFG-Forschergruppe "Mediale Teilhabe - Partizipation zwischen Anspruch und Inanspruchnahme" (FOR 2252), Hamburg, Deutschland, 15.12.2017