Auszug aus Streifzüge bei Context XXI

(http://contextxxi.org/dating-digital.html)

erstellt am: 15. November 2026
Datum dieses Beitrags: Juni 2015

Dating Digital

n MARTIN SCHINAGL

Wir pflegen ein inniges Verhältnis. Es ist eine Symbiose, in der die Trennung zwischen dem Ich und dem Anderen wie aufgehoben ist. Weiterhin wirkt frisch und einfallsreich, was doch schon so normal ist, dass ein Denken an die Zeit, so wie es vorher gewesen sein muss, trist und fad und eigentlich undenkbar erscheint.

Was für uns das Leben im Internetzeitalter ausmacht, ist das Wirken von Technologien und immateriellen Netzen, dem nicht zu entrinnen ist. Ohne Facebook, Google, Online Banking, Kartendienste, E-Mails und Mediatheken wüssten wir kaum noch, wie wir unsere sozialen Kontakte halten, bei welchem Pizzadienst wir bestellen oder wie wir den richtigen Weg finden sollten.

Bei Liebe, Sex und Partnersuche vertrauen wir in der Postmoderne des digitalen Kapitalismus den Online-Dating-Applikationen. Sie zeigen an, mit wem das nächste Date geschieht, so wie die Wetter-App uns die Regenwahrscheinlichkeit für die kommenden Tage anzeigt. Daher begegnen sie uns immer häufiger, diese Menschen tief versunken mit ihrem Blick auf die Oberfläche des Smartphones. Alltäglich und selbstverständlich sind die Blicke auf der Suche nach Ablenkung, Bettgesell_innen und großer Liebe geworden, die den Kopf senken lässt, die Augen auf den Bildschirm zieht und die Finger zum Schieben und Tasten bewegt. Das Selbst vollführt dabei innerhalb der Architekturen patentierter Bewegungsabläufe vermeintlich „intuitive“ Schiebe-, Zoom- und Wischbewegungen. Wir geben nicht nur der Lust unseren Ausdruck, sondern verinnerlichen ein ganzes System.

Nun befinden wir uns inmitten einer digitalen Revolution. Und wie ungleich sie ist: Sie transformiert die globalen und individuellen Arbeits- und Lebensverhältnisse. Sie schärft die ohnehin immensen Unterschiede zwischen den Orten der Produktion und der Konsumtion. Die eingepferchten Arbeiter_innen in den Fabrikhallen der neuen Millionendörfer Chinas produzieren für Hungerlöhne im Akkord die stetig neuen Generationen an Smartphones und Tablets, die wir zu überteuerten Preisen immer schneller konsumieren und wieder wegwerfen. Während auf der einen Seite sich die sozialen Verelendungsprozesse des industriellen Zeitalters mit den neuen Gemischen aus Chemie und Seltenen Erden wiederholen, vollzieht sich in den Sphären des globalen Bürgertums eine soziale Revolution, die die Art und Weise des Begegnens und der Intimität signifikant verändert.

Während wir immer tiefer eintauchen in die urbanen Erlebnis- und Konsumlandschaften, etablieren sich mit den Gadgets in unseren Händen die neuen neoliberalen Begehrensstrukturen. Smartphone, Internet, Tablet, Rechner und Applikationen sind die Devices der neuen libidinösen Infrastruktur. Begehren ist digital. Und die Begierde im Netz ist Teil einer sexuellen Ökonomie. Sie ist seit jeher, seit es das Internet gibt, groß. Weit mehr als die Hälfte aller Webseiten zielt auf die „Vermittlung“ pornographischer Inhalte. Die Lüste drängen auf ihre digitale Umsetzung. Für die Suche nach Verbindungen und Zärtlichkeit bedarf es dazu der Dienstleister. Der Markt dafür ist riesig. Die iDate-Messe, die mehrmals im Jahr an Orten wie London, Peking oder L.A. stattfindet, macht das ökonomische Potential deutlich. Bei ihrer „dating industry conference“ nehmen hunderte Firmen und Dienstleister teil, die über Produktlinien, Innovationen und Investitionen reden, wie es auf jeder Automesse getan wird.

Nun gibt es allein im deutschsprachigen Netz mehr als 2.500 Internet-Dating-Plattformen, die einen Umsatz im dreistelligen Millionenbereich erwirtschaften. Die Bandbreite dessen, was darunter zu verstehen ist, ist so vielfältig wie die Begierden selbst: Fetischseiten, Plattformen für Seitensprünge, Blind Dates, Affären und Sex Dates, Partnerschaftsportale, Chats, virtuelles Dating, Chatroulettes, kommerzielle Partner_innenvermittlungen. Zwischen Pornografie, Online Dating und Revenge Porn, also Portalen für Racheaktionen an der Ex-Partnerin, verschwimmen in einem unerschöpflich erscheinenden Kontinuum der digitalen Angebotspalette der sexuellen Ökonomie die Grenzen, sofern sie denn je bestanden, zwischen der Suche nach emotionaler Nähe und dem Finden virtueller Sexualität, Do-It-Yourself und Konsum. Aus dem vollen Angebot der digitalen sexuellen Ökonomie heraus können für die Kontaktanbahnung spezialisierte Dienste ausgewählt werden.

Der Einfluss von Visualität und Bilderflut, Algorithmen und Matchingpunkten auf sexuelle Praktiken und Organisation des Begehrens geht weit und

tief und ist so offensichtlich wie subtil. Impulshaft lenken wir die Finger-Augen-Herzschläge über die Touchscreens, ja, bewegen ganze Körper, die ihre intimen Momente zu formen suchen. Die Normalisierung dieser Praxis zu vertrauter Alltäglichkeit wirkt auf das Feld zwischenmenschlicher Begegnungen, der Beziehungskonstruktionen und Selbstkonzeptionen. Sie helfen uns, Menschen zu begegnen oder ihnen aus dem Weg zu gehen, ganz wie wir es für richtig erachten. Es scheint, als zeichne sich nur jener „Wandel der Intimität" ab, den der Soziologe Anthony Giddens schon Ende des letzten Jahrhunderts sah. Die Verkrustungen alter Machtstrukturen, vor allem die zwischen den Geschlechtern, brächen dabei auf. Beseelt von der utopischen Idee der „reinen Beziehung", stehen sich darin letztlich zwei autonome Individuen in einem freien Kommunikationszusammenhang gegenüber. Entbunden aus den engen Maschen traditioneller Instanzen der Religionszugehörigkeit und Kirche mitsamt ihrer lustfeindlichen Sexualmoral, entbunden von Klasse, Stand und Familie, die vorgaben, wer wen unter welchen Bedingungen und nur mit dem Segen des Vaters zu heiraten habe, und losgelöst von rassisch-biologistischer und nationalistischer Gesetzgebung, die „Mischehen" sanktionierte, Ehen gegenüber nichtstaatlich abgesegneten Verbindungen bevorzugte und ab jedem vierten Kind anfing, der gebärenden Muttermaschine Orden zu verleihen, ja entbunden von alldem, glaubt sich nun das Individuum emanzipiert. Zuständig dafür, wie sich Menschen begegnen und welche Form der Bindung sie gedenken einzugehen, sind die Subjekte im intensiven kommunikativen Austausch selber.

Die Online-Dating-Plattformen und ihre Anwendungen treten darin als Kontakt-, Sex- und Liebesmaschinen auf, als Vermittlerin zwischen den begehrenden Subjekten, die diese Situation nun erstmals so umzusetzen versprechen.

Maschinen des Begehrens

Einmal angeeignet und in den Alltag aufgenommen, wird innerhalb des Territoriums der Online-Dating-Wunschmaschinen die Produktion ganz bestimmter Affekte forciert. Bei *Parship* ist es die Produktion von Liebe, denn die finde hier ein Single schließlich alle 11 Minuten – so verspricht es die Werbung. Im Vergleich zu konventionellen Kennenlernprozessen erscheinen einige Praktiken dem Online Dating spezifisch zu sein. Einer Eigenlogik folgend legt die Struktur der Technologie bestimmte Muster der textuellen und bildlichen Selbstpräsentation, Bewertung, Chats und Treffen nahe, die geprägt sind von einer gewissen Repetitivität, Vergleichbarkeit, Rationalisierbarkeit und tendenzieller Entgrenzung zeitlicher und örtlicher Erreichbarkeit. Die soziale Begehrensmaschine dient als legitimes und normalisiertes Mittel zur selbstbestimmten Kontaktaufnahme. Es wird ein Potential erkannt, die Möglichkeiten zu regulieren, über den eigenen Bekanntenkreis hinaus neue Leute kennenzulernen und dabei gezielt die Menschen zu vermeiden, denen man aus Gründen der persönlichen Einstellungen oder distinktiven Ästhetikempfindens nicht begegnen will. Durch den hohen Grad an kommunikativer Aushandlung, Unverbindlichkeit und Spontaneität, der für das Zustandekommen eines Treffens nötig ist, lässt sich Online Dating auch deshalb flexibel in die Abläufe des Alltags der Nutzer_innen und Angebote der meist städtischen Erlebnisökonomien integrieren.

An ihrem Ende steht das (Online)Date als kulturindustrielles Produkt. Dieses ist die neue Institution, über die sich die Individuen vergesellschaften. Das ist rasant in dem Sinne, als sich vor zehn oder nur fünf Jahren kaum jemand nach dem Vorbild amerikanischer Sitcoms getroffen hätte. Das läuft parallel zu den Veränderungen kapitalistischer Arbeitsverhältnisse, wo die ökonomische Landnahme von Emotionen und die Affektivierung als Dienstleistung durch die entstehenden (digitalen) postfordistischen und postmodernen Arbeits- und Freizeitwelten vorangetrieben werden. Anwendungen wie *Tinder* und *OkCupid* ermöglichen, was notwendig wird. Sie greifen in das Triebleben der Menschen in solcher Weise ein, dass sie die mediatisierten Formen des Aufeinandertreffens oder der Vermeidung lenken und diese unter dem Einfluss computerisierter Algorithmen regulieren. Sie wirken vermittelnd auf den Körper und die zwischenmenschlichen Praktiken. Die Maschine vertritt dabei die Funktion des Bindeglieds zwischen Markt und Eigeninteresse: Es schafft und beeinflusst ein Bedürfnis ihrer Nutzer_innen, das zu stillen es sich anschickt.

Die Subjekte sorgen selbst für eine fortgesetzte Produktion der Konsumtion – was gewissermaßen das Aufbrechen klarer Sender-Empfänger- bzw. Produktion-Konsumtion-Strukturen im Postfordismus reflektiert. Das gilt generell für die Produktionsverhältnisse der 2.0- und 3.0- Gesellschaften. „Die ganze Welt wird durch den Filter der Kulturindustrie geleitet. Die alte Erfahrung des Kinobesuchers, der die Straße draußen als Fortsetzung des gerade verlassenen Lichtspiels wahrnimmt, weil dieses selber streng die alltägliche Wahrnehmungswelt wiedergeben will, ist zur Richtschnur der Produktion geworden. Je dichter und lückenloser ihre Techniken die empirischen Gegenstände verdoppeln, umso leichter gelingt heute die Täuschung, dass die Welt draußen die bruchlose Verlängerung derer sei, die man im Lichtspiel kennenlernt." (Adorno/Horkheimer 2003, 134) Was bei Adorno und Horkheimer das Kino, setzt das Online Dating konsequent fort und geht weit darüber hinaus. Dabei lösen sich die Grenzen zwischen Display und Betrachter_in auf, und sie selbst werden Teil der eigentümlichen Situation der Dating-Anwendungen und der Verlängerung kulturindustrieller Produktion. Jordi Maiso sieht sich in den totalen Tendenzen der Kulturindustrie bestätigt: „Das Verschwimmen der Differenz von medialer Darstellung und alltäglicher Wirklichkeit scheint sich aber erst heute *praktisch* zu vollziehen: Nicht nur, dass das Leben ‚der Tendenz nach vom Tonfilm nicht mehr sich unterscheiden lasse', sondern die ‚Traumfabrik' hat den geschlossenen Raum der Kinosäle wie das Großleinwandformat verlassen, um durch mikroelektronische Geräte den Alltag zu erobern." (Maiso 2012, 11)

Hot-or-Not: eine Beobachtung

Ich will auch eintauchen in die Tendenz und mir über den Selbstversuch einen Einblick durch die Gläser der kulturindustriellen Brille auf die Begehrensnetzwerke gewähren. Dafür nutze ich die Dating App *Tinder.* Bei ihrer Anwendung werden Fotos anderer Nutzer_innen, die sich in der Nähe befinden, auf der Smartphone-App angezeigt. Im „Hot or Not"-Verfahren werden die Bilder nach links oder rechts gewischt. Finden sich nach diesem Prinzip zwei Nutzer_innen „hot", informiert die App darüber und der Weg ist frei für den Chat.

Mit meinem Daumen berühre ich die kleine orangefarbene Flamme, das Markenzeichen von *Tinder.* Auf dem schlichten weißen Hintergrund erscheint sofort wie auf einem Kartendeck ein Porträtfoto einer Frau mit weit geöffneten Augen. Ihre fingerlackierten und beschmückten Hände legen sich auf die Wangen um die zum Kussmund geformten Lippen herum. Mir fällt es schwer, ihre Mimik zu deuten. Wie eine Karteikarte verrät mir ein weißer Balken darunter, dass dies Lucy ist. 23 Jahre. Wir besitzen keine gemeinsamen Freundinnen und haben auch keine gemeinsamen Interessen, sagt *Tinder.* Da es bei der Installation der App nötig war, sich über den eigenen Facebook-Account zu verbinden, werden bei allen Vorschlägen die Profildaten miteinander verglichen und entsprechende Überschneidungen von Facebook-Kontakten und Angaben über Interessen visualisiert. Wohl einmal, um die Identität der Nutzerinnen zu gewährleisten, und zum anderen, um sich den autorisierten Zugriff auf die persönlichen Facebook-Daten zu sichern. Mich interessiert Lucy nicht und ich klicke einfach auf das rote X. Ihr Bild fliegt nach links aus meinem Bildschirm und dem Sichtfeld raus. Noch im Flug prangt der rote Stempelabdruck „Nein" auf ihrem Gesicht.

Ich blicke auf die oberste Karte des Stapels und entscheide nun im Sekundentakt, ob mir eine Person sympathisch ist oder nicht. Statt das rote X oder das grüne Herz zu klicken, schiebe ich die Bilder einfach zur Seite weg. Christopher, 31, schiebe ich nach links raus, auch er bekommt den roten Stempelabdruck. Laura, 26, beim Tandem-Parachute zu sehen, nach links. Jurrijn, 27, rechts, grüner Gefällt-mir-Stempel. „It's a match!", verkündet die App vor einem dunklen Hintergrund, vor dem unsere Köpfe aufeinander zu rollen und nur kurz vor dem Zusammenprall stehen bleiben. Das heißt, auch ich gefalle ihm. Jetzt eröffnet sich die Möglichkeit, mit ihm in Kontakt zu treten, „Hi" zu schreiben, eine Konversation anzufangen, die sich irgendwie aus dem Nichts, aus den spärlichen Informationen oder einem kreativen Einfall schöpft. Doch meine Lust, weiter zu wischen, ist größer. Yeon, 22, „I eat paint and drink turpentine", rechts, Match. Laura, 23, rechts, kein Match. Daniel, 24, links. Luiza, 25, links. Die Türen schieben sich hinter meinem Rücken auf und ich mache Platz für zwei Menschen und ein Fahrrad, die sich durch die Menge ihren Weg nach draußen bahnen. Ich setze meinen Rucksack auf, da ich die nächste Station aussteige. Mein Blick fällt wieder auf die Oberfläche. Britte, Anna, Lisa, Matt, Ni, Stephan, Tobias, Cinthia. Links, rechts, links, links, rechts, rechts. „Suche Partner für Star Trek Marathon. Asexuell", „I don't know where I'm going but I'm on my way", „Dear diary, am I trippin' or am I alive?", „Das Leben ist wie buntes Konfetti", „Anarchist. Vegan. Straightedge. Permaculture. Off the grid. Acab". Die Anwendung bringt eine eigene lyrische Sparte hervor. In ihrer Knappheit oszillieren sie mit ironischer Distanz zwischen Selbstbeschreibung, Utopie und Information, ohne dass eigentlich klar wird, weshalb sie überhaupt hier sind. Die Menschen auf den Bildern wirken sehr ästhetisch und decken sich mit meinem Empfinden für Schönheit. Die Fotos zeigen hippe Twentysomethings, schwarz-weiße Porträts, Seifenblasen, wehende Haare, lichtdurchflutete dunkle Wolken, lachende Gesichter, schlanke Körper auf Himmelbetten. Dabei wird sich ganz klar an der Ikonographie und Inszenierung des guten Lebens aus der Werbeindustrie orientiert.

Dating ist Fun, Fun ist ein Stahlbad

Gefühle und Neigungen unterliegen bestimmten Konditionierungen und die Zirkulation von Begierden den Strukturen der Gesellschaft. Die Lustökonomie des Kapitals ist verzahnt mit den inneren Haushalten an Lüsten und Begierden, die jene kolonisiert. Wir folgen bei der Wahl des Dates den Regeln des neoliberal durchsetzten Lustprinzips. Wir orientieren uns an den Matchingpunkten, um unsere Interests und Risiken zu kalkulieren. Wir erkennen die bildlichen Codes, die Darstellungspraxen und entscheiden dann aufbauend auf unseren verinnerlichten Bewertungsparametern, wen wir treffen wollen und wen nicht.

Langeweile und „Zeitverschwendung" sind beim Date Grund genug, sich der Situation und Szenerie zu entziehen – ob im Chat oder in der konkreten Begegnung. Spielabbruch durch Regelbruch. Die sozialen Verpflichtungen der traditionellen Außenwelt spielen keine Rolle. Nur Langeweile zu vermeiden als Bedingung für ein gelungenes Date wird von der Erwartung zur Anforderung an sich selbst. Die Darstellung im Date wird begleitet mit der Pflicht zu Hingabe und Spaß als Imperativ der Inszenierung. Es geht darum, authentisch „gut drauf" zu sein, unabhängig von der individuellen Verfassung. Die Gefühlslagen, die sich einstellen, schließen Angestrengtheit und Frustration zwangsweise mit ein. Dieser vorzubeugen, wissen die Dater_innen sich eine innere Haltung der erwartungslosen Gelassenheit anzueignen oder antizipieren die Enttäuschung, die das Realisieren virtueller Kommunikation mit sich bringen kann.

Online Dating generiert einen vermeintlich unendlich großen Markt an Partner_innen. Mit dem Einloggen in die Dating App eröffnet sich theoretisch der emotionale und sexuelle Zugriff zu jeder und mehreren. Für Eva Illouz ein Indiz für die Durchsetzung der liberalen Ideologie, denn keine Technologie habe bisher „auf so extreme Weise den Begriff des ‚wählenden' Selbst und die Idee, die romantische Begegnung solle das Ergebnis

der bestmöglichen Wahl sein, radikalisiert“ (Illouz 2006, 120). Natürlich geht es nicht nur um Romantik. Mit dem Wissen um die Praktikabilität und die Effizienz der Anwendungen geht ein Gefühl der Anstrengung oder des Verdrusses einher. Gleichzeitig erfordert die Masse der Kontaktmöglichkeiten einen effizienten Umgang in der Nutzung der Anwendungen. Das Bewerten, Präsentieren, Wählen, Anschreiben und Sich-selbst-von-innen-nach-außen-Kehren, um anziehend zu sein, das sind die Produktionsabläufe des Date. Es wählt und es muss gewählt werden, soll es zu einem Date kommen. Dabei treffen begehrende Subjekte auf andere begehrende Subjekte – sie sind Suchende und Gesuchte, Nachfrage und Angebot in einem. Unter den Vorzeichen der digitalen Produktions- und Distributionsverhältnisse entstehen aus ihnen heraus marktförmige Subjekte, die so selbst zur Ware werden und die einen direkten verwertbaren Nutzen für die Dienstleister haben.

Dating als Werkzeug der Subjektformation verändert Blicke und Bewegungen, die so zum sichtbaren Zeichen neuer Kontaktanbahnungsversuche werden. Das „Swipen“, also das Hin-und-her-Schieben im Sekundentakt und das kataloghafte Durchstöbern der Profile, egal ob auf der Arbeit, in der U-Bahn oder am Strand, kommt einer jungen, mobilen Generation zugute. Sie ist der Ermächtigung von technogenen Darstellungsformen im Stande. Diese verleihen entgrenzten Lebens- und Arbeitsverhältnissen auch im Zwischenmenschlichen einen neuen Ausdruck und ermöglichen vor allem Verbindungen unter ihresgleichen.

Literatur

- Adorno, Theodor W.; Horkheimer, Max (2003): Dialektik der Aufklärung, in: Theodor W. Adorno: Gesammelte Schriften, Bd. 3, Hg. v. Rolf Tiedemann, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Illouz, Eva (2006): Gefühle in Zeiten des Kapitalismus, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Maiso, Jordi (2012): Vergebliche Wiederholung? Kulturindustrie, gestern und heute, Vortrag, Freie Universität Berlin, 28.01.2012.

Martin Schinagl: Geboren 1986 in einem Land, das es nicht mehr gibt, dafür lebend in Berlin. Passionierter Student der Europäischen Ethnologie, Geographie, Soziologie und Dérivist durch die städtischen Landschaften und eigenen Alltage. Seine Abschlussarbeit schrieb er zu Online-Dating aus einer kulturanthropologischen Perspektive.

Lizenz dieses Beitrags
LFK
Lizenz Freie Kunst