

Carsten Ochs\*

# Deep Targeting: Zur Steigerung der Eingriffstiefe in die Erfahrungsspielräume des Sozialen

## Deep Targeting: On the Data-Based Interference with Digital Society's Spaces of Experience

<https://doi.org/10.1515/zfsoz-2024-2007>

**Zusammenfassung:** Der Beitrag nimmt Facebooks Targeting-Praktiken im Kontext der Erstürmung des US-amerikanischen Kapitols 2021 zum Anlass einer soziologischen Targeting-Analyse. Er argumentiert zunächst dafür, den Analysemodus umzustellen vom in der Sozialphilosophie üblichen Fokus auf Entscheidungen auf die Kategorie der Erfahrung. Daraufhin erfolgt eine pragmatistische Konzeption des Erfahrungsbegriffs, an die sich eine Klärung der Kriterien zur Bestimmung der gesellschaftlichen „Eingriffstiefe“ des Targeting anschließt. Hierzu wird die erweiterte Heuristik Luhmannscher Sinndimensionen (sachlich, sozial, zeitlich, räumlich) fruchtbar gemacht. Die Analyse des Targeting in allen Sinndimensionen kulminiert in der These, dass zeitgenössisches *Deep Targeting* durch Orientierung am Aktualen und durch Steigerung der Eingriffstiefe in die Erfahrungsspielräume des Sozialen zu einer Kontingenz-einschränkenden Verengung von Erfahrung führt. Aus dieser These werden abschließend normative Konsequenzen gezogen.

**Schlagworte:** Digitale Gesellschaft; Digitale Transformation; Targeting; Überwachung; Privatheit.

**Abstract:** Setting out from an account of the role Facebook's targeting mechanisms played in the US Capitol attack 2021, the paper provides a sociological analysis of targeting. To this end, the first step is to shift the analytical point of departure from social philosophy's emphasis on the notion of decision to a sociological focus on experience. As the latter notion plays a central role in pragmatism, I will draw next on pragmatist thought, before moving on to define criteria allowing for the "gauging" of the depth of targeting in the constitution of digital society. To do so, I will turn to Luhmannian systems theory's differentiation of sensual dimen-

sions (factual, social, temporal, spatial dimension). Analyzing targeting in all these dimensions, I will bring forward the thesis that contemporary deep targeting reduces the contingency of social experience and of society's evolution. To conclude, the paper discusses this diagnosis and the normative consequences it suggests.

**Keywords:** Digital Society; Digital Transformation; Targeting; Surveillance; Privacy.

### 1 Einleitung

Am 6. Januar 2021 wurde der US-amerikanische Kongress von Anhänger:innen des bereits abgewählten Präsidenten Donald Trump gestürmt. Im Anschluss an eine öffentliche Kundgebung, in deren Rahmen Trump seine Unterstützer:innen gegen das angeblich gefälschte Wahlergebnis aufgepeitscht hatte, drang ein Mob von etwa 800 Aufgehetzten in das Kapitol ein und unterbrach die dort laufenden Parlamentssitzungen. Eine Woche später betitelten Ryan Mac und Craig Silverman (2021) einen Artikel für das US-amerikanische Medienportal BuzzFeed mit der Überschrift „Facebook Has Been Showing Military Gear Ads Next To Insurrection Posts“, und schrieben darin weiter:

„Facebook has been running ads for body armor, gun holsters, and other military equipment next to content promoting election misinformation and news about the attempted coup at the US Capitol, despite internal warnings from concerned employees. In the aftermath of an attempted insurrection by President Donald Trump's supporters last week at the US Capitol building, Facebook has served up ads for defense products to accounts that follow extremist content, according to the Tech Transparency Project, a non-profit watchdog group. Those ads – which include New Year's specials for specialized body armor plates, rifle enhancements, and shooting targets – were all delivered to a TTP Facebook account used to monitor right-wing content that could incite violence.“

Die Episode wirkt wie eine symbolische Verdichtung all jener Warnungen der letzten Jahre vor dem Potential überwachungskapitalistischer Unternehmen, polarisierende und anti-demokratische Dynamiken zeitgenössischer Gesell-

\*Korrespondenzautor: Carsten Ochs, Universität Kassel, Fachgebiet Soziologische Theorie/Wissenschaftliches Zentrum für Informationstechnik-Gestaltung (ITeG), Pfannkuchstr. 1, 34121 Kassel, E-Mail: carsten.ochs@uni-kassel.de. <https://orcid.org/0000-0001-8145-0748>

schaften anzuheizen (vgl. Pariser 2011; Zuboff 2018) – eine Verdichtung zumal, die nicht auf die Digitalisierungskritik zurückgeht, sondern auf die empirische Wirklichkeit selbst. Der Umstand, dass die gewaltbereiten Anti-Demokrat:innen im Kontext der Erstürmung nicht nur mit rechtsextremer Propaganda, sondern auch mit Werbung für Militärausrüstung befeuert wurden, die zum Gelingen eines Umsturzes durchaus förderlich sein dürfte, scheint nicht nur zu illustrieren, wie die Verhältnisse des *Real Life* mit der überwachungskapitalistisch motivierten, algorithmischen Kanalisierung von Informationsströmen ineinandergreift, sondern auch wie dabei gemeinsam mit den Grenzziehungen zwischen ökonomischen, politischen und sozialen Kontexten zivilisatorische Spielregeln moderner Gesellschaften ins Rutschen geraten.

Gerade wegen dieser Dramatik scheint es ratsam, gegenüber der mitunter alarmistisch klingenden öffentlichen Problemdebatte analytische Distanz zu wahren. Dafür spricht nicht zuletzt auch der herangezogene Fall selbst, denn wie genau Facebook unter Verquickung von ökonomischen (Werbeanzeigen) und politischen (rechtsextreme Propaganda) Informationen und Kommunikationen dazu beitrug, die soziale Gruppe der Kapitol-Stürmer:innen zu schmieden, ist einigermaßen unklar: „Because Facebook is a highly personalized platform, it’s unclear which specific demographics have been targeted for tactical gear advertising. The company (...) typically does not disclose detailed targeting information for nonpolitical ads.“ (Mac & Silverman 2021) Die zweifelhafte Rolle, die Facebooks algorithmisches Targeting im Falle der Kapitol-Erstürmung gespielt zu haben scheint, verweist somit zunächst auf den dringenden Bedarf einer analytischen Klärung der Rolle, die Targeting-Praktiken unter den gegenwärtigen Bedingungen der soziodigitalen Welt *generell* zu spielen geeignet sind. Eine Problematisierung, die an eine solche Analyse anschließt, könnte dann einen Beitrag zur Versachlichung der Debatte leisten, ohne deshalb kritikwürdige Aspekte des Targeting zu übergehen. Genau in einer solchen analytisch verankerten Problemdiagnose besteht das Ziel des vorliegenden Beitrags.

Dabei kann die Diagnose der mit dem Targeting verbundenen sozialen Problematik(en) nun nicht gerade als Neuigkeit gelten. Eine ganze Reihe systematischer und gründlicher Analysen hat in den letzten Jahren die bis dato ungekannte Qualität, abweichende Logik und neuartigen Probleme bestimmt, die zeitgenössisches Targeting mit sich bringt (Yeung 2016; Taylor et al. 2017; Zuboff 2018; Roßnagel 2019; Susser et al. 2019; Mühlhoff 2021). Die Analysen erweisen sich als überaus wertvoll sowohl für die wissenschaftliche als auch für die politische und normative Diskussion insbesondere der Machttechniken, die sich im Zuge

der Datafizierung digitaler Vergesellschaftung empirisch ausgebildet haben. Was bei genauerer Betrachtung der angeführten Referenzen jedoch auffällt, ist die sozialphilosophisch-normative bzw. juristische Orientierung des Gros der Analysen. Während dahingegen für die dezidiert *soziologische* Debatte gemeinhin Foucaults (1994) *Überwachen und Strafen* als (mitunter fast reflexhaft angeführte) Standardreferenz gilt, wurde in den *surveillance studies* der allzu inflationäre Gebrauch der darin zentralen Theoriefigur des „Panopticon“ schon Mitte der 2000er Jahre moniert: „the panoptic model has been over-extended to domains where it seems ill-suited“ (Haggerty 2006: 23). Glücklicherweise hat die Soziologie auch über Foucault hinaus einiges zum Zusammenhang von Überwachung, Macht und Steuerung generell (Giddens 1987) oder zu Formen digitaler Steuerung zu sagen gehabt (Baecker 2007; Lindemann 2015; Lamla 2019) – und dennoch steht eine systematische soziologische Analyse des Targeting im engeren Sinne noch aus. Der vorliegende Artikel will hierzu einen Beitrag leisten, indem er, statt die analytische Metaphorik Foucaults im Sinne eines *ready-made* zu verwenden, bloß dessen Intuition aufgreift, Überwachung *nicht von ihren Wirkungen her* zu bestimmen, sondern mit analytischem Blick auf die Überwachungspraktiken selbst, und auf die sozialen Implikationen, die das Targeting jenseits der Frage seiner kausalen Wirksamkeit hat.

Die unten entfaltete Analyse wird sich zu den oben referenzierten Targeting-Studien deshalb insofern komplementär verhalten, als sie weder die Perspektive der „Targets“, noch die einer bestimmten Technik einnimmt. Denn über die philosophisch (Susser et al. 2019), rechtlich (Roßnagel 2019) oder computerethisch (Mühlhoff 2021) verhandelten normativen Fragen hinaus interessiert sich der hier vorgelegte gesellschaftstheoretische Beitrag v. a. für die *strukturelle Eingriffstiefe* zeitgenössischen Targetings: dass und wie diese seit dem späten 20. Jahrhundert mit digitalen Mitteln gesteigert wurde, ist Thema dieses Textes.

Das umrissene Argument wird im Zuge des folgenden Vorgehens entfaltet werden: Im nächsten Abschnitt (2) wird zunächst erläutert, warum eine soziologische Behandlung des Problems gut daran tut, die Analyse vom Entscheidungsauf den Erfahrungsbegriff umzustellen. Im nächsten Schritt (3) wird der Erfahrungsbegriff unter Rückgriff auf die pragmatistische Sozialphilosophie und mit Blick auf die Praxis des Targeting theoretisch präzisiert. Daraufhin (4) erfolgt eine Klärung der analytischen Kriterien, anhand derer die Bestimmung der „Eingriffstiefe“ des Targeting erfolgt. Ich werde mich hierbei v. a. auf eine erweiterte Version des Tableaus von Sinndimensionen stützen, wie es aus der Luhmannschen Systemtheorie bekannt ist. Gesellschaftstheoretische und -strukturelle Analysen gehen bekanntlich seit einer Weile schon (oftmals mit einer gewissen Fraglo-

sigkeit) von „einer sachlich, sozial und zeitlich verfassten Wirklichkeit“ aus (Saake & Nassehi 2007: 233). Sie verwenden damit die von Luhmann angesetzten Dimensionen, in denen Sinnerfahrung „die Differenz von aktual *Gegebenem* und aufgrund dieser Gegebenheit *Möglichem*“ reproduziert (Luhmann 1984: 111; kursiv i.O.), im Sinne einer nützlichen Heuristik. Ich werde eine solche Verwendung diskutieren und begründen, und in diesem Zuge die Dimension des Raumes hinzufügen. Mit der so gebildeten Heuristik werden dann (5) die vier gesellschaftsstrukturellen Dimensionen analysiert, an und in denen zeitgenössisches Targeting ansetzt. Der besondere Mehrwert einer dezidiert gesellschaftstheoretischen Analyse wird in diesem Zuge, wie ich hoffe, deutlich erkennbar werden, zeigt doch die Analyse auf, dass unabhängig von etwaigen Folgen für individuelle Akteure Gesellschaft als solche insofern zu einem soziologischen Targeting-Apparat geriert, als das Targeting tendenziell in all ihren Sinndimensionen systematisch Formungsprozesse initiiert. Eben diese Konstellation bezeichne ich als *Deep Targeting* und als Erhöhung der Eingriffstiefe von Targeting-Techniken in die Gesellschaftsstruktur. Abschließend (6) wird aus der Analyse die These abgeleitet, dass das *Deep Targeting* einer sich in den Bahnen des aktual Gegebenen entwickelnden Gesellschaft Vorschub leistet, weil die Erfahrungsspielräume ihrer Akteure durch Kontingenz-Ausschaltung systematisch verengt werden. Wie zu sehen sein wird, ergibt sich daraus die normative Forderung der Etablierung einer Kultur der Legitimation von Kontrolle, die die Kontrollüberschüsse der Digitalen Gesellschaft einzuhegen geeignet ist.<sup>1</sup>

## 2 Targeting – von „Entscheidung“ zu „Erfahrung“

Targeting-Praktiken werden oft als Privatheitsproblem gefasst, denn sie betreffen die Verarbeitung von personenbezogenen, -bezieharen, abgeleiteten oder aggregierten Daten zum Zweck der Beeinflussung von Entscheidungen, mithin also „dezisionale Privatheit“ (Rössler 2001): Es geht um „personenbezogene Entscheidungen durch Organisationen in strukturell vermachteten Informationsbeziehungen“ (Pohle 2016: 14). Inwieweit „Privatheit“ als Begriff und Schutzkonzept mit Blick auf aggregierte und abgeleitete Daten noch trägt, ist dabei strittig (Pohle 2016; Taylor et

al. 2017). Üblicherweise gilt individuelle Informationskontrolle als zentrales Paradigma der informationellen Privatheit des 20. Jahrhunderts (Ochs 2022a; 2022b), sowohl in begrifflicher (Westin 1967) als auch in normativer Hinsicht (als Recht auf informationelle Selbstbestimmung; BVerfG 1983), jedoch beginnt dieses Paradigma – die Kontrolle des Informationssubjektes darüber, wer wann und bei welcher Gelegenheit welche Information über es erlangt – unter den Bedingungen datenbasierter Subjektivierung (Lamla & Ochs 2019) sowie statistisch operierenden (Roßnagel 2019) und gruppenbezogenen (Taylor et al. 2017) Targetings mehr und mehr leerzulaufen.

Einflussreiche Targeting-Analysen stellen vor diesem Hintergrund mitunter eher locker oder gar nicht auf Privatheitskonzepte ab, und fokussieren stattdessen auf das Targeting selbst. Für eine solche Fokussierung lassen sich gute Gründe anführen. Denn zwar schaut der Versuch, das Verhalten von strategisch anvisierten Akteuren (=Targets, z. B. Kund:innen, Klient:innen, Patient:innen, Bürger:innen, User:innen) mit diskursiven oder materiellen Mitteln zu beeinflussen, und dabei die ergriffenen Maßnahmen auf einer Datenbasis zu fundieren, auf eine Tradition zurück, die spätestens mit Einführung der Marktforschung beginnt; jedoch wird die Intuition, dass sich im Zuge von Datafizierungsprozessen (Kitchin 2014; Houben & Prietl 2018) grundlegende Neuerungen eingestellt haben, vielfach geteilt. Während also Organisationen schon lange an der Reduktion der Kontingenz ihrer Umwelten arbeiten, um so eigene Operationen besser auf diese Umwelten abstimmen zu können, haben sich die Vorzeichen, unter denen sie dies tun, stark gewandelt. Targeting-Analysen liefern Bestimmungen dieses Wandels.

So arbeitet etwa Karen Yeung (2016) in ihrer Analyse des Big Data- und Künstliche Intelligenz (KI)-basierten „Hyper-nudging“ überzeugend die dynamische Qualität datafizierter Nudging-Techniken heraus. „Nudging“, hier verstanden als ein „design-based mechanism of influence“ (Yeung 2016: 3), kommt Yeung zufolge in der klassischen Variante eher statisch daher, wie etwa in dem viel zitierten Beispiel der prominenten Platzierung gesunder Nahrungsmittel in einer Cafeteria, die die Gäste dazu ermutigen soll, unbewusst eher zur gesunden, als zur kalorienreichen, fettigen, zuckerhaltigen Mahlzeit zu greifen (Yeung 2016: 5). Während sich das Nudging in diesem Fall als in gleicher Weise, d. h. statisch auf *alle* Cafeteria-Gäste bezieht und kaum Wissen über einzelne Gäste einbezieht, tritt „Hyper-nudging“ personalisiert, datenintensiv und dynamisch auf: Die soziodigitale Umwelt wird als jeweils individuell zugeschnittene Entscheidungsarchitektur gestaltet, von den anvisierten Targets rückkanaliges Verhaltensfeedback eingeholt, die Architektur dementsprechend permanent angepasst und im Lichte von

<sup>1</sup> Ich bedanke mich bei den anonymen Gutachter:innen und den Herausgeber:innen für die konstruktive und hilfreiche Begutachtung und hoffe, dass der resultierende Text der vorgebrachten Kritik gerecht wird.

umfangreicheren statistischen Verhaltenstrends Betreiberseitig evaluiert/modifiziert (Yeung 2016: 7–8). Yeung zufolge laufen in einer solchen Situation Schutzkonzepte, die auf liberal-demokratischen und individualistischen Annahmen aufsitzen, tendenziell ins Leere, denn Einzelpersonen seien i.A. kaum in der Lage, dynamisches Hypernudging auch nur wahrzunehmen, geschweige denn, unter solchen Bedingungen selbstbestimmt zu agieren. Nicht zuletzt werde der auf dem Konzept der individuellen Informationskontrolle basierende Schutzmechanismus der „informierten Einwilligung“ durch Hypernudging zum stumpfen Schwert.

Auf ähnlicher Linie, gleichwohl aber durchaus im Einklang mit liberal-demokratischen Autonomie-Vorstellungen argumentieren Susser et al. (2019), die in ihrer Analyse auf den Manipulationsbegriff abstellen, um so illegitime von legitimen Nudges zu unterscheiden. „Manipulation“ wird in der Analyse vordringlich als „influence over individuals“ enggeführt (Susser et al. 2019: 13) und in zwei Formen aufgespalten: Beeinflussung des Entscheidungsraumes („decision-space“), d. h. der realistischerweise zu ergreifenden Handlungsoptionen von Akteuren einerseits, sowie von deren „internal decision-making process“ selbst andererseits (Susser et al. 2019: 14). Um als manipulativ im starken Sinne zu gelten, müssen intentionale Verhaltensbeeinflussungen verdeckt („hidden“), kognitiven Bias ausnutzend („exploit individual vulnerabilities“) und personalisiert operieren („one must know something about those vulnerabilities and how to leverage them“), um so entweder den Entscheidungsraum oder die Entscheidungsfindung zu verzerren (Susser et al. 2019: 25–26). Die digitalen Targeting-Praktiken der zeitgenössischen Datenökonomie erfüllen Susser et al. zufolge üblicherweise die genannten Kriterien in beiderlei Hinsichten. Sie torpedieren so die Handlungskompetenz der Akteure und die Authentizität ihrer Entscheidungen, und schädigen deren Autonomie (Susser et al. 2019: 38 ff.).

Stärker auf die spezifische Techno-logik der *predictive analytics* fokussiert demgegenüber Rainer Mühlhoff (2021) im Rahmen eines lehrreichen Versuches der Anwendung ethischer Prinzipien auf KI-basierte „Data Analytics.“ Targeting dieser Art erfolgt Mühlhoff zufolge v. a., indem zunächst Korrelationswahrscheinlichkeiten bestimmter Daten bei gewissermaßen stellvertretend analysierten „Proxy“-Populationen erhoben werden, die als „Datenspender“ das Trainingsmaterial („proxy data“) für Prognose-Algorithmen liefern. Die statistische Wahrscheinlichkeit, dass ein bestimmtes Individuum, welches seinerseits gerade nicht der Population angehört, aber dennoch eine bestimmte Eigenschaft aufweist, wird dann aus den „Proxy-Daten“ abgeleitet. So zeigen etwa Matz et al. (2017), dass die Datenpunkte „Fan der TV-Serie Stargate“ und „introvertierte Person“

korrelieren. User:innen, die auf Facebook Stargate liken, werden auf Basis der aus dieser statistischen Korrelation abgeleiteten Prognose dann mit Werbebotschaften getargeted, die auf introvertierte Personen zugeschnitten sind, User:innen, die die Aktivität „socializing“ liken, dagegen mit Werbung „für Extrovertierte.“ Die Targetingstrategie zeigt Wirkung: Der Absatz der jeweils spezifisch beworbenen Produkte steigt nachweislich signifikant an, womit die Verhaltensbeeinflussung auf kollektiver Ebene als gelungen gelten kann. Was die introvertierten User:innen angeht, so war über diese keinesfalls bekannt, dass sie dieses Persönlichkeitsmerkmal aufweisen. Betrachtet man diesen Fall unter Rückgriff auf Mühlhoffs Ausführungen, so wird deutlich, dass das Persönlichkeitsmerkmal „introvertiert“ (die unbekannt Information) den anvisierten Targets in Form einer Wette gewissermaßen untergeschoben wurde – ein Vorgang, den Mühlhoff als „crossing the prediction gap“ bezeichnet: „the moment where statistical inference is turned into a prediction that is implemented in a decision.“ (Mühlhoff 2021: 15) Indem er die verschiedenen Phasen des Targeting-Prozesses unterscheidet und behandelt (von der Bildung über die Anwendung bis zur Evaluation der Modelle) und diese dann ethisch durchanalysiert (Mühlhoff 2021: 10 ff.), gelingt ihm der Nachweis, dass auf Informationskontrolle abstellende Schutzkonzepte im Falle von prädiktivem Targeting versagen: „This, all together, makes for a collectivist approach to privacy and data protection“ (Mühlhoff 2021: 23).

An diesem Punkt konvergieren die drei hier cursorisch behandelten Targeting-Analysen insofern, als sie allesamt die letztlich *gesellschaftliche* Perspektivierung der fraglichen Praktiken einfordern (Yeung 2016: 22–23; Susser et al. 2019: 44). Um zu einer solchen Perspektivierung beizutragen, werde ich im Folgenden eine soziologisch und gesellschaftstheoretisch orientierte Analyse des Targeting entwickeln. Der erste Schritt dieser Unternehmung besteht darin, den Analysemodus vom Phänomen des „Entscheidens“ auf das der „Erfahrung“ umzustellen. Für diese Umstellung gibt es mehrere gute Gründe:

*Erstens* verhält sich die hier vorgelegte Targeting-Analyse hinsichtlich von Annahmen über die kausale Wirkung von Targeting agnostisch. Während manche (z. B. Matz et al. 2017) eine kausale Wirksamkeit des Targeting im Sinne jener, die diese Praktiken zum Einsatz bringen, konstatieren, äußern andere diesbezüglich Skepsis (so etwa Hwang 2022, wenn auch auf dünner, eher anekdotischer Datenbasis). Während Kausal-Attributionen im Sinne von „hier eine gezielte Targeting-Maßnahme, dort die intendierte kausale Wirkung auf die zu beeinflussende Entscheidung“ ganz prinzipiell schwierig sind, kann es als recht gut belegt gelten, dass Targeting-Praktiken unabhängig vom „Erfolgs-

fall“ überhaupt soziale Implikationen haben. Als Überwachungspraxis kann Targeting zunächst in Anlehnung an Giddens (1987: 46) in Praktiken der Datensammlung („collation and integration of information“) einerseits, und der Verhaltensformung („surveillance as direct supervision“) andererseits differenziert werden. Targeting insgesamt zielt also darauf ab, das Verhalten von Zielpersonen auf Basis von Datenanalyse zu formen. Auf den ersten Blick scheint es nun evident zu sein, dass sich etwa im Falle von Werbung Kausalaussagen über den Targeting-Erfolg treffen lassen: eine Zielperson wird anvisiert und ihr Verhalten im Sinne der Targeting-Instanz geformt. Jedoch berichtete Charles Duhigg (2012) bereits vor ca. zehn Jahren davon, wie es einer US-amerikanischen Supermarktkette gelang, die Konsummuster schwangerer Kundinnen zu identifizieren, um diese dann gezielt mit Werbung zu adressieren. In diesem Zuge wurde auch eine minderjährige Kundin anvisiert, als Folge davon erfuhr ihr familiäres Umfeld von der Schwangerschaft, so dass die Teenagerin die Kontrolle über die Information bzgl. ihrer Schwangerschaft verlor. Das Targeting hatte hier *soziale Implikationen ganz unabhängig von der Frage, ob dabei eine Entscheidung im Sinne der Targeting-Instanz beeinflusst werden konnte* (dass die Kampagne kausal zu phantastischen Umsatzsteigerungen führte, berichtete Duhigg allerdings auch).

Zweitens ist zu ergänzen, dass mit Targeting keineswegs nur Werbezwecke verfolgt werden. Wird es bspw. eingesetzt, um Vorhersagen über das zukünftige Verhalten von Gefängnisinsassen nach einer Freilassung auf Bewährung zu treffen, dann kann es zur datenbasierten Entscheidung einer Weiterinhaftierung kommen, ohne dass überhaupt noch festgestellt werden könnte, ob sich die Annahme einer kriminellen Rückfälligkeit bewahrheitet oder nicht. Die zu beeinflussenden Entscheidungen (nicht-kriminelles Verhalten) werden datenbasiert so geformt, dass eine Abweichung einfach gar nicht mehr möglich ist – *die Frage, ob das Targeting „funktioniert“, lässt sich hier also überhaupt nur noch in dem Sinne beantworten, dass es eben angewendet wird und für Betroffene soziale Folgen hat*.

Drittens beziehen sich problematisierbare Targeting-Praktiken nicht durchweg auf Entscheidungen. Im Rahmen des eingangs herangezogenen Falls der Kapitول-Erstürmung etwa, wurde in der öffentlichen Debatte problematisiert, dass die Targeting-Algorithmen nicht nur die Werbeeindrücke der Kapitول-Stürmer:innen in eine bestimmte Richtung formten, sondern auch zur Radikalisierung des politischen Diskurses durch Erzeugung von Echokammern beitragen (politische Kommunikation verschaltete nur noch Gleichgesinnte, so dass sich das geteilte Weltbild dann durch einseitigen kommunikativen Input radikalisierte). Stellt man in Rechnung, dass etwa auch Suchalgorithmen

einer solchen personalisierten Sortierlogik folgen (s. u.), dann wird – unabhängig davon, ob man der „Echokammerthese“ im Falle der Kapitول-Erstürmung zustimmt – noch einmal klar, *dass der entscheidende Zug von Targeting-Praktiken darin zu sehen ist, dass sie systematisch Erfahrungen strukturieren* (von denen einige mit Entscheidungen zusammenhängen).

Die drei angeführten Gründe rechtfertigen somit eine Umstellung der Analyse auf den Erfahrungsbegriff. Wie dieser im Kontext der weiter unten präsentierten Targeting-Analyse theoretisch gefasst wird, legt der folgende Abschnitt dar.

### 3 Erfahrungsspielräume und der Spieleinsatz des Targeting

Sozialtheoretisch gilt der Erfahrungsbegriff als basales Konzept, denn „experience is involved in all processes and in relation to all entities whatsoever that relate to human practice“ (Sørensen 2013: 115). Wie oben angedeutet, trifft dies auch im Kontext digitaler Nutzungspraktiken zu, so etwa für die alltäglich vollzogene Google-Suche, in deren Rahmen User:innen routinemäßig als Targets fungieren. Was die Google-Suche mit ihnen macht, indem sie Suchresultate auf bestimmte Art und Weise präsentiert und auflistet (Yeung 2016: 6), könnte zwar mit Blick auf Entscheidungsverhalten analysiert werden – sie entscheiden sich in Abhängigkeit vom Resultateranking dafür, bestimmte Websites anzuklicken, andere nicht – theoretisch primär ist jedoch die per Targeting erfolgende Strukturierung des Erfahrungsraums, in dem dann Entscheidungen gefällt werden. Ich folge deshalb zunächst Zuboff (2018: 22), die, indem sie Erfahrung schlechthin als Rohstoff des Überwachungskapitalismus identifiziert, ebenfalls auf den Begriff abstellt.

Orientiert man die Konzeption der „privaten Seite“ der modernen Grundunterscheidung privat/öffentlich gleichermaßen am Erfahrungsbegriff, so lässt sich daraus eine private und praxistheoretische Bestimmung gewinnen: Privatheit gilt dann als familienähnliches Praktikenbündel der Grenzziehung privat/öffentlich, durch dessen Einsatz sich die (u. a.) informationelle *Teilhabe* eines (individuellen oder kollektiven) Akteurs B *einschränken lässt*, um so einer relational bezogenen privatheitsgenießenden Instanz A einen offenen *Erfahrungsspielraum* zu erhalten. Sofern Erfahrung im Targeting durch den Überwachungsaspekt der Datensammlung und den der Verhaltensformung (Giddens 1987: 46) sowohl als Datenquelle wie auch als Zielobjekt fungiert, kann auch das wahrscheinlichkeitsbasierte, Aggregat-bezo-

gene und kollektiv ansetzende Targeting als potentieller Privatheitsbruch gelten (vgl. Ochs 2019). Werden informationelle Privatheitspraktiken vor diesem Hintergrund als Teilhabe-Beschränkung-zur-Eröffnung-von-Erfahrungsspielräumen gedacht, so kann zunächst hinsichtlich des Begriffs der „Teilhabe“ davon ausgegangen werden, dass Akteure, die in als „privat“ deklarierte Handlungszusammenhänge (z. B. Informationen) intervenieren wollen, dies immer tun, um in irgendeiner Weise an diesen Zusammenhängen *teilzuhaben*; und um sich so selbst in *bestimmter Weise* als Akteur zu konstituieren. Plausibilität erhält diese Sichtweise durch die Feststellung, dass „agents cannot be said, strictly speaking, to ‚interact‘ with one another: they are one another, or better, they own one another to begin with (...). In other words, association is not what happens after individuals have been defined with few properties, but what characterize entities in the first place.“ (Latour et al. 2012: 598; kursiv i.O.) Akteure konstituieren sich demnach „positiv“ durch wechselseitige Teilhabe, während Privatheit im Umkehrschluss „negativ“ als Teilhabe-Beschränkung zu verstehen ist. Als Zweck dieser Beschränkung gilt der Erhalt (oder die Eröffnung) von Erfahrungsspielräumen. Was letztere genau darstellen, soll als nächstes geklärt werden.

Ich beginne mit dem naheliegenden Beispiel eines Internetkonzerns, der mithilfe von Daten Informationen über eine Person generieren will, um sich so *als* Verhaltensvorhersagende Instanz zu konstituieren. Der Konzern kann den Erfahrungsspielraum dieser Person etwa dadurch formen, dass letzterer Flugreisen (un)möglich gemacht, berufliche Lebenschancen vorherbestimmt oder Versicherungsoptionen entzogen werden (Flottau et al. 2014; Mühlhoff 2021: 2). Während diesbezüglich auf der phänomenalen Ebene einigermaßen Klarheit herrschen dürfte, bleibt zu erläutern, inwiefern der Begriff *Erfahrungs-/spiel-/raum* zum theoretischen Verständnis solcher Praktiken beiträgt: Was meint hier „Erfahrung“, worauf verweist „Spiel“, worauf „Raum“?

Ich stütze mich bei der Bestimmung des Erfahrungsbegriffs aufgrund der zentralen Rolle, die er darin einnimmt, auf den US-amerikanischen Pragmatismus. So gilt Erfahrung etwa bei William James in prozessontologischem Sinne als Kreuzungspunkt zwischen menschlichen und nichtmenschlichen Prozessen des Werdens. James zufolge werden etwa im Falle der Wahrnehmung von Raum sowohl das wahrgenommene Objekt „Raum“ („the known“) wie auch das Subjekt der Raumwahrnehmung („the knower“) im Zuge der „pure experience“ der Wahrnehmung dadurch konstituiert, dass sich Prozessketten auf spezifische Weise kreuzen: „The relation itself is a part of pure experience; one of its ‚terms‘ becomes the subject or bearer of the knowledge, the knower; the other becomes the object known.“ (James 1987a: 1142)

Von hier ausgehend lassen sich mithilfe pragmatischer Anschlussüberlegungen drei Erfahrungstypen unterscheiden. Unter weiterem Rückgriff auf James' Ausführungen können wir zunächst festhalten, dass sich das alltägliche Sozialleben für die darin verstrickten Akteure als *Erfahrungsstrom* konstituiert. Erfahrungen folgen aufeinander und können einander ablösen, fortsetzen, verschieben oder modifizieren. Alltägliche Routine stellt sich als unproblematisches Ineinanderfließen dieser Erfahrungen dar: „We live, as it were, upon the front edge of an advancing wave-crest, and our sense of a determinate direction in falling forward is all we cover of the future of our path.“ (James 1987b: 1172) Solchermaßen bestreiten wir unseren Alltag, und werden, indem wir andauernd Erfahrungen machen, gleichzeitig von diesen konstituiert. Solange wir nicht auf Probleme oder Widerstände stoßen, agieren wir in der *durée* des Alltags (Giddens 1995: 53 ff.) mit unserem im Erfahrungsstrom erworbenen und unhinterfragten Wissen, und spulen un- oder halb bewusst Routinen ab.

Von der *durée* des Erfahrungsstromes lässt sich zunächst das unterscheiden, was John Dewey „Primärerfahrung“ nennt. Wie bei James spielt auch in Deweys Philosophie Erfahrung eine grundlegende Rolle als jener Prozess, in dessen Rahmen sich Subjekte konstituieren (Dewey 2007: 226–227). Von diesem Grundgedanken ausgehend, führt Dewey dann eine Unterscheidung ein, den „Kontrast zwischen groben, makroskopischen, rohen Stoffen in der Primärerfahrung und den geläuterten abgeleiteten Objekten der Reflexion (...). Damit wird eine Unterscheidung getroffen zwischen dem, was als Resultat eines Minimums an beiläufiger Reflexion erfahren wird, und dem, was in der Konsequenz kontinuierlicher und geregelter reflexiver Forschung erfahren wird.“ (Dewey 2007: 21) Primärerfahrung geht diesen Ausführungen zufolge schon über das Abspulen von Routinen hinaus, sofern hier zumindest ein „Minimum an beiläufiger Reflexion“ im Spiel ist: indem im seriellen Erfahrungsstrom zum Teil spätere auf vorherige Erfahrungen *zugreifen*, erhält der Erfahrungsstrom reflexiven Charakter.

Von Erfahrungsstrom und Primärerfahrung idealtypisch zu unterscheiden ist das gezielte Schaffen einer Situation, in der es *von vornherein* darum geht, dass spätere Erfahrungen auf frühere zugreifen. Dergleichen liegt etwa im Falle experimenteller Forschung vor: die Primärerfahrung zum Beispiel des Laborexperiments steht immer schon im Dienst einer Sekundärerfahrung (die hier als wissenschaftliche Reflexion auftritt) und kommt überhaupt erst wegen dem Interesse an der Sekundärerfahrung zustande. In diesem Sinne handelt es sich bei Sekundärerfahrung um eine gezielte „Unterbrechung gewohnter Handlungsorientierungen (...). Reflexivität folgt aus einer Erfahrung, die

sich zwischen die Vorgänge des Handelns und des Denkens schiebt.“ (Bogusz 2018: 60)

Zusammenfassend können wir somit als Idealtypen der Erfahrung erstens den *Erfahrungsstrom* identifizieren, das unbewusste Abspulen von Routinen. Davon unterscheidet sich die *Primärerfahrung*, bei der bereits Erfahrungen auf Erfahrungen Bezug nehmen, die jedoch in der schwächsten Variante noch mit halb-bewusster Minimalreflexion auskommt. *Sekundärerfahrung* stellt demgegenüber eine spezifische Unterbrechung des Erfahrungsstroms dar, sofern hier nun der denkend-reflexive Bezug auf Erfahrungen erfolgt, und sofern Denken selbst eine Form der Erfahrung darstellt: wiederum der reflexive Bezug des Erfahrens auf Erfahrung, hier nun aber immer schon orientiert durch die angestrebte Sekundärerfahrung.

Um einen Bezug der Bestimmungen zum Targeting herzustellen, möchte ich zunächst auf das Beispiel einer ruhebedürftigen Person verweisen, die nach einem langen Arbeitstag ungestört im Wohnzimmer sitzen und „mal an nichts denken“, nicht reflektieren, sich ablenken, von Musik berieseln lassen oder ähnliches tun will, um zu entspannen. An diesem Erfahrungstyp, der dem James'schen Erfahrungsstrom entspricht, setzt das Targeting üblicherweise doppelt an. Zum einen besteht großes Interesse daran, von unbewusst abgespulten Verhaltensmustern zu *lernen*, Erfahrungsdaten zu sammeln (vgl. Duhig 2012 zum o. g. Fall der Konsummusteridentifizierung). Zum anderen zielt das Targeting auch auf die *Formung* dieser Erfahrungen ab, was dann sozialphilosophisch zumindest bei verdeckter Formungsabsicht als Manipulation gilt (Susser et al. 2019: 21 ff.). Als Mittel der Wahl gegen eine solche Formung des Erfahrungsstroms gilt informationelle Privatheit, verstanden als Beschränkung der Teilhabe an den Daten über die bzw. an der Formung der Erfahrung.

Denkbar wäre indes auch, dass unser Akteur nach dem langen Arbeitstag gerade das Bedürfnis nach Primärerfahrung verspürt, d. h. nach freischwebender Reflexion auf die Geschehnisse des Arbeitstages, die Gründe für bestimmte Entwicklungen usw. Targeting zielt auf eine Formung solcher Reflexionen auf den Erfahrungsstrom in hohem Maße ab, so etwa in der Werbung: „Schon daß man überhaupt die Frage stellt, ob oder ob nicht (eine neue Küche angeschafft werden sollte), ist ein Erfolg der Werbung; denn wahrscheinlicher ist ja zunächst, daß der Geist sich nicht mit seiner Küche, sondern mit etwas anderem beschäftigt.“ (Luhmann 1996: 88) Während das Targeting die Primärerfahrung zu formen sucht, soll Privatheit die Teilhabe auch an dieser unterbinden.

Das gilt schließlich auch für den Fall, dass nach der Arbeitsroutine ein Verlangen nach abweichender, neuartiger Erfahrung aufkommt. So könnte etwa das Wohnzimmer

unserer hypothetischen Person zur experimentellen Erprobung neuartiger religiöser, sexueller oder sonstiger Praktiken verwendet werden. In dem Fall würde es um systematisch erzeugte Sekundärerfahrung gehen, beispielsweise um die experimentelle Erprobung andersartiger Selbst-Entwürfe gemeinsam mit anderen, wobei die Primärerfahrung von vornherein in den Dienst der Sekundärerfahrung gestellt würde. Dass gerade solche Experimente Privatheit brauchen, gilt als *common sense*, und zwar nicht nur, weil Experimente scheitern können müssen (Floridi 2017), sondern auch, weil die vergangenheitsbezogene Datenbasis des Targeting dazu tendiert, Erfahrung in den Bahnen des routinierten Erfahrungsstromes zu fixieren. Die Fremdbeobachtung experimentellen Verhaltens kann dabei als Privatheitsbruch gelten, unabhängig davon, ob die Experimentierenden von der Fremdbeobachtung wissen, denn auch bei heimlicher Beobachtung wird die Beziehung zwischen Erfahrungsstrom und Sekundärerfahrung gestört. Diesbezüglich möchte ich auf den Film „Die Truman Show“ verweisen, in dem es um einen Protagonisten geht, der nicht weiß, dass sein ganzes Leben dokumentiert, gefilmt und massenmedial veröffentlicht wird. Dass er nichts davon weiß, ändert nichts daran, dass es sich um eine Privatheitsverletzung handelt, denn die Beziehung zwischen Erfahrungsstrom und Sekundärerfahrung erweist sich dahingehend als gestört, dass der Protagonist ganz anders auf den Erfahrungsstrom reflektieren und andere Sekundärerfahrungen machen könnte, wenn er wüsste, unter welchen Bedingungen der Erfahrungsstrom zustande kommt.

An diesem Punkt stoßen wir auf die Begriffskomponente „Spiel“ (in „Erfahrungsspielraum“), die darauf verweist, dass die Praktizierung informationeller Privatheit es gerade *offenlässt*, welcher Erfahrungstyp zum Zuge kommen soll, denn: „Alles Spiel ist zunächst und vor allem eine freie Handlung. Befohlenen Spiel ist kein Spiel mehr.“ (Huizinga 2023: 22) Privatheit sichert die dieser Nicht-Fixierung inwohnende Kontingenz möglicher Erfahrungstypen ab, während „Raum“ in diesem Zusammenhang auf die Menge sowohl der Raum-konstituierenden menschlichen und nicht-menschlichen Komponenten (Löw 2001)<sup>2</sup> wie auch auf die Pluralität möglicher Erfahrung(styp)en rekurriert, die der Erfahrungsspielraum bereit hält.

Allerdings ist der Raum, von dem hier die Rede ist, auch zeitlich verfasst: Dass Beobachtungen *heute* von *vergangenem* Verhalten die *zukünftigen* Lebenschancen von

<sup>2</sup> Ich muss hier aus Platzgründen auf eine detaillierte sozialtheoretische Klärung des Raum-Begriffes verzichten, lege diese jedoch andersorts vor (Ochs 2021; 2022b).

Akteuren beeinflussen können, zeigt an, dass Erfahrungsspielräume sich auch in der Zeit erstrecken. Verdeutlichen lässt sich das etwa an einer BDSM-praktizierenden Akteurin, die ich vor einigen Jahren zu ihren Privatheitspraktiken interviewte (Ochs 2021). Die Interview-Partnerin ließ keinen Zweifel daran, dass etwa die Beobachtung von masochistischem Sex in der Vergangenheit durch Dritte den gegenwärtigen und zukünftigen Erfahrungsspielraum der Beobachteten nachhaltig verändert, denn selbst wenn letztere nichts von der Beobachtung wissen, sind sie im Zweifelsfalle zukünftig erpressbar – der Erfahrungsspielraum wird also tiefgreifend beeinflusst.

Während informationelle Privatheit somit also dem Erhalt der Kontingenz möglicher Erfahrung(styp)en dient, geht es beim Targeting gerade darum, von Erfahrungen zu lernen, um sie vorzuformen, d. h. um *Kontingenzzreduktion* (Zuboff 2018). Um zu analysieren, wo und auf welche Weise zeitgenössische Targeting-Techniken dabei im gesellschaftsstrukturellen Gefüge ansetzen, werde ich im nächsten Schritt eine Heuristik vorstellen, die die Identifizierung dieser Ansatzpunkte erlaubt.

## 4 Sinndimensionen: Eine Heuristik zur Analyse der Ansatzpunkte des Targeting

In seinem Grundriss einer allgemeinen Theorie sozialer Systeme widmet Luhmann (1984: 92–147) ein Kapitel einer gemeinsam-koevolutionären Errungenschaft von psychischen und sozialen Systemen: Sinn. Sinn wird Luhmann (1984: 92) zufolge von beiden Systemtypen „als unerlässliche, unabweisbare Form ihrer Komplexität und ihrer Selbstreferenz“ prozessiert, wobei die genannte Form die „eines Überschusses von Verweisungen auf weitere Möglichkeiten des Erlebens und Handelns“ annimmt (Luhmann 1984: 93). Für psychische und soziale Systeme hat gewissermaßen alles Sinn, sofern Komplexität immer „nach Maßgabe von Differenzen“ (Luhmann 1984: 101) bearbeitet wird, namentlich anhand der Differenz aktual/virtuell: „Wir gehen (...) davon aus, daß in aller Sinnerfahrung zunächst eine Sinndifferenz vorliegt, nämlich die Differenz von *aktual Gegebenem* und auf Grund dieser Gegebenheit *Möglichem*.“ (Luhmann 1984: 111; kursiv i.O.) Aus Luhmanns Sicht ist „Sinn“ von „Information“ zu unterscheiden, sofern letztere immer Neuheitswert hat (die Rezeption derselben Nachricht in einer anderen Zeitung vermittelt immer noch Sinn, aber keine neue Einsicht, ist also keine *difference that makes a difference* à la Bateson), zudem bildet Sinn den Kontext

für Zeichengebrauch und bezieht sich auf den Letzthorizont „Welt“ (Luhmann 1984: 102–107).

Für den hiesigen Argumentationskontext entscheidend sind die „Weltdimensionen“, die Luhmann für den Sinnbezug angibt, „nämlich Sachlichkeit (realitas), Zeitlichkeit und Sozialität“ (Luhmann 1984: 109). Sinnhaft zu operieren, bedeutet für psychische und soziale Systeme, dass sie in ihren bewusstmäßigen bzw. kommunikativen Operationen die Welt in diesen drei Dimensionen nach Maßgabe der Differenz aktual/virtuell gewissermaßen „abtasten.“ In der Sachdimension kommt diese Differenz als Unterscheidung von systemischem Innen/Außen zum Tragen, in der Zeitdimension als die Unterscheidung vorher/nachher (Vergangenheit/Zukunft) und in der Sozialdimension als Ego/Alter (Luhmann 1997: 1136–1137). Gesellschaftssysteme erzeugen „Formen im Medium Sinn“, und *müssen* dabei Luhmann (1997: 1137) zufolge „in diesen drei Dimensionen operieren.“

Führt man diese Überlegungen – zunächst mit Luhmann – weiter, dann lässt sich „die Sachdimension durch das Konzept der Systemdifferenzierungen“ bestimmen (Luhmann 1997: 1137). In weniger systemtheoretischer und allgemeinerer soziologischer Perspektive geht es also um die Ausdifferenzierung gesellschaftlicher Gefüge in unterschiedliche soziale Organe (Spencer, Durkheim), Kreise (Simmel), Felder (Bourdieu) oder Welten (Strauss), die sich jeweils an eigenen Kernpraktiken, Teleologien, Wertvorstellungen, normativen Spielregeln usw. orientieren. Soziale Differenzierung dieser Art wird dabei vielfach und über alle konkurrierenden Paradigmen hinweg als Kennzeichen moderner Vergesellschaftungslogik schlechthin angesehen (Schimank 2000).

Die Sozialdimension mit ihrer grundlegenden Unterscheidung Ego/Alter kann indessen (u. a.) auf die sozialen Aggregatsformen bezogen werden, die das Gegenüber Egos annimmt, denn die Eigenständigkeit der Sozialdimension „ergibt sich daraus, daß neben der Ego-Perspektive auch eine (oder viele) Alter-Perspektive(n) Berücksichtigung finden. Jedem Sinn kann auch eine Verweisung ins Soziale abverlangt werden.“ (Luhmann 1984: 119) In der Sozialdimension vollzieht sich die Autopoiesis von Gesellschaft als Kommunikation (Luhmann 1997: 1138), die sich auf unterschiedlichen Ebenen organisieren kann, so etwa auf der Interaktions-, der Organisations- oder der Gesellschaftsebene (Luhmann 1984: 16). Auch hier wieder in traditionelleres Soziologievokabular übersetzt, verweist Luhmann mit Angabe dieser Sinndimension auf die Mikro-, Meso- und Makro-Ebene des gesellschaftlichen Weltbezugs aufs Soziale, mithin auf Individuen, Kollektive und Gesellschaften.

In der Zeitdimension wird Sinn letztlich als Geschichte prozessiert, sie „wird dadurch konstituiert, daß die Dif-

ferenz von Vorher und Nachher, die an allen Ereignissen unmittelbar erfahrbar ist, auf Sonderhorizonte bezogen, nämlich in die Vergangenheit und Zukunft weiterverlängert wird.“ (Luhmann 1984: 116) In der gesellschaftlichen Selbstbeschreibung stoßen wir auf die Zeitdimension in ihrer Fassung „als historischen Prozeß (...), und dies auch dann, wenn von Evolution gesprochen wird.“ (Luhmann 1997: 1139) Mit Giddens (1995: 88 ff.) können wir weiter ausführen, dass die Zeitdimension der Weltbezüge von Sinn auf situativer, biographischer und gesellschaftlicher Ebene angesetzt werden kann, wobei Vergangenheit und Zukunft auf allen Ebenen und je nach gesellschaftlicher und kultureller Formatierung jeweils auf spezifische Weise zueinander ins Verhältnis gesetzt werden.

Im Sinne einer Zwischenbilanz können wir festhalten, dass Luhmann die drei erläuterten Sinndimensionen als gleichermaßen notwendige, wie auch bloß locker heuristisch bestimmte Analyseebenen der Gesellschaftstheorie ausweist (Luhmann 1997: 1138–1139). Genau in diesem Sinne – als nützliche Heuristik – scheint die dreifache Unterscheidung der Sinndimensionen dann auch von den (systemtheoretisch und anderweitig orientierten) Nachfolger:innen Luhmanns verwendet worden zu sein, um sich auf diese Weise als mitunter kaum noch hinterfragte oder thematisierte sozialtheoretische Grundunterscheidung einzuschleifen. So sprechen etwa Saake und Nassehi mit weitgehender Selbstverständlichkeit von „einer sachlich, sozial und zeitlich verfassten Wirklichkeit“ und bezeichnen „das Konzept der Sinndimensionen“ als „zentrales Element einer systemtheoretischen Empirie“ (Saake & Nassehi 2007: 35).

Gegen diese Selbstverständlichkeit ist in der Raumsoziologie jedoch herausgestellt worden, dass die Angabe einer Zeit- die einer Raumdimension nahelege, Luhmanns Container-Vorstellung von Raum jedoch bloß zum oberflächlichen Versuch geführt habe, diesen in der Sachdimension unterzubringen (Schroer 2006: 157–160). Luhmann selbst konzediert denn auch unumwunden die Beliebigkeit seiner Dimensionsbestimmung: „Ohne irgendeine vernünftige Begründung habe ich einmal angefangen (...) zwischen sachlichen, zeitlichen und sozialen Sinndimensionen zu unterscheiden. (...) Der Begriff entfaltet sich nicht von selber in diese Dimensionen, sondern ist phänomenologisch so gesetzt. Wenn nach einer Begründung gefragt wird, tendiere ich dazu, dazu aufzufordern, einmal eine weitere Dimension vorzuschlagen.“ (Luhmann zitiert in Schroer 2006: 159; vgl. auch Lindemann 2014: 80–81) Ich folge diesem Plädoyer für am Phänomen orientierte, d. h. induktive Erweiterung des heuristischen Schemas, indem ich zunächst auf einflussreiche Bemühungen in diese Richtung durch andere Autor:innen verweise (vgl. Stichweh 2000; Lindemann 2014: 79 ff.). Im Übrigen belasse ich es hier bei der Ankündigung,

dass die unten entfaltete Analyse des Phänomens „Targeting“ eine solche Erweiterung ebenfalls plausibel macht. Dem füge lediglich noch die Grundunterscheidung hinzu, mit der Kommunikation in der räumlichen Sinndimension geordnet wird: die Unterscheidung nah/fern (Stichweh 2000: 187) bzw. hier/dort.

Die folgende Targeting-Analyse orientiert sich somit an einer Heuristik, der zufolge psychische und soziale Systeme Kommunikationen mindestens vierdimensional ordnen: zeitlich, sachlich, sozial und räumlich. Die Sinndimensionen sind gleichermaßen auf die (Sinn-)Erfahrung psychischer und sozialer Systeme bezogen (Luhmann 1984: 111), d. h. Erfahrungen werden auf beiden Ebenen mithilfe der genannten Sinndimensionen geordnet. Daraus ergibt sich eine koevolutionäre Verschränkung dahingehend, dass strukturelle Veränderungen auf der Ebene der Erfahrungsspielräume die Wahrscheinlichkeit auch gesellschaftsstruktureller Veränderungen erhöhen. Im Rahmen von Überwachungspraktiken wird Verhalten per se als beobachtbare Artikulation von Erfahrung, und dementsprechend als Kommunikation registriert: Verhalten ermöglicht die Erhebung von Verhaltensdaten, die, in *Informationen* überführt, etwas *verstehbar* machen, so dass sich der Beobachtungsinstanz die Erfahrung der beobachteten Instanz *mitteilt*. Erfahrungen teilen sich den Targeting-Praktiken in diesem Sinne in allen o. g. Dimensionen als kommunikatives Verhalten mit, so dass Überwachungspraktiken nicht nur im Sinne der „collation and integration of information“ von der Erfahrung der Beobachteten lernen können, sondern deren Erfahrung auch auf Basis des Gelernten in Formung, „surveillance as direct supervision“ (Giddens 1987: 46), überführen können.

Der folgende Abschnitt wird darlegen, dass es hierdurch zu einer Steigerung der strukturellen Eingriffstiefe in die Erfahrungsspielräume des Sozialen kommt. Denn das resultierende *Deep Targeting* ist nicht nur historisch neu, weil es in neuen Sinndimensionen und zudem in allen zugleich ansetzt („Tiefe“ im Sinne des sozialen Gewebes), sondern läuft dabei auch systematisch der Kontingenz möglicher Erfahrung(stypen) zuwider, indem es aufgrund der Datenbasiertheit in die gesellschaftliche Reproduktion eine Unwucht zugunsten des Aktualen gegenüber dem Virtualen einführt.

## 5 *Deep Targeting*: Steigerung der Eingriffstiefe in die Erfahrungsspielräume des Sozialen

Giddens hat mit Blick auf die europäische Gesellschaftsgeschichte wiederholt den umgekehrt proportionalen Zusammenhang zwischen der Intensität der Gewaltausübung von Herrschaftsapparaten einerseits, und der Eingriffstiefe ihrer Überwachungspraktiken andererseits hervorgekehrt. Mit dem Absolutismus etabliert sich ein zentralisiertes Rechts-, Steuer-, und Finanzwesen (Giddens 1987: 148), das den Aufbau stehender Armeen und interne „Befriedung“ durch Aufbau eines Gewaltmonopols ermöglicht, „complementary expressions of the concentration of administrative resources of the state.“ (Giddens 1987: 113) Die Ausdifferenzierung schriftlicher Notationsweisen geht Hand in Hand mit der Erhöhung administrativer Macht, eine raumzeitliche Ausweitung von Herrschaftspraktiken. Zwischen dem 16. und dem 18. Jahrhundert konsolidiert sich „[d]ie Ordnung des Barock, die sich im Notationstyp der Tabelle stabilisiert“ (Vismann 2000: 207). Register, Tabellen und Statistiken kommen auf, sie machen der politischen Herrschaft ihren eigenen Herrschaftsbereich transparent (Vismann 2000: 233). Verglichen mit feudalistischen Verhältnissen schwillt der administrative Beobachtungsapparat geradezu explosionsartig an (Giddens 1981: 12), in gewisser Weise stellt er dennoch ein Übergangsphänomen dar: „The effects of absolutism in strengthening the bureaucratic rule of a territorially bordered state should not be exaggerated (...) it is only with the emergence of the nation-state that a centralized administrative apparatus of state power becomes ‚ubiquitous.‘“ (Giddens 1987: 97) Insbesondere die direkte Überwachung und Formung *des Alltags* ist kaum möglich (Giddens 1981: 165; 170; 222). Während im Feudalismus die Zügellosigkeit der militärischen Gewalt die Abwesenheit von administrativer Macht über die Alltagspraktiken aufwiegen soll (Giddens 1987: 58), kommt es ab dem 16. Jahrhundert zur immer massiveren Ausweitung der Überwachung (Giddens 1981: 174).

Dem sich hier abzeichnenden Muster zufolge sind moderne Herrschaftstechniken also zumindest nach innen von abnehmender (physischer) Gewaltausübung bei zunehmender Durchdringung des Alltags mit Überwachungspraktiken sowie darauf basierender Verhaltenssteuerung gekennzeichnet. Theoretische Bestätigung erhält die Annahme dieses historischen Trends durch Lindemanns (2014: 246 ff.) Rückbindung von Gewalt (als physische Krafteinwirkung) an enttäuschte normative Erwartungen: Gewaltakte stellten Normen auch bei Erwartungsenttäuschung und gegenüber Dritten als gültig dar. Wenn es

stimmt, dass in der Moderne die Enttäuschung normativer Erwartungen verstärkt mithilfe von Verhaltenssteuerung vermieden werden kann, dann erweist sich der gleichzeitige Rückgang von sich als legitim verstehender physischer Gewalt (etwa seitens feudalistischer Herrschaft) nur als folgerichtig. Würde sich dieser Trend mit der Digitalen Gesellschaft fortsetzen, wäre durch Targeting-Praktiken eine im Vergleich zu den administrativen Techniken des Nationalstaates und der Ökonomie des 20. Jahrhunderts gesteigerte Eingriffstiefe von datenbasierter Beobachtung und/oder Formung von Erfahrung zu erwarten. Eben diese Hypothese soll nun mithilfe der oben präsentierten Heuristik analytisch plausibilisiert werden.

### 5.1 Targeting in der Zeitdimension

Ich beginne aufgrund der tragenden Rolle dieser Praxis mit dem Targeting in der Zeitdimension. In dieser orientiert sich Sinnerfahrung anhand der Unterscheidung vorher/nachher, und in beide „Richtungen“ kann von einer Steigerung der Eingriffstiefe des Targeting in die Erfahrungsspielräume gesprochen werden.

Mit Blick auf das „Vorher“ hat etwa Lindemann (2015: 47) einen grundsätzlichen Unterschied zwischen dem Vergangenheitsbezug der leiblichen Erfahrung und dem der „digitalen Matrix“ herausgestellt: „Die Vergangenheit der Matrix ist (...) eine kontinuierlich sich vergrößernde Ansammlung von Datendetails, auf die das Individuum festgelegt werden kann – sowohl von anderen als auch von sich selbst.“ Steigerung durch Targeting meint hier also – sowohl mit Blick auf Einzelne wie auch generell – den Rückgriff auf immer weiter zurückreichende und detailliertere Datenarchive. Ganz auf dieser Linie hat boyd (2014: 11) Datenpersistenz als Strukturmerkmal der von ihr untersuchten „networked publics“ ausgemacht. Als Beispiel hierfür kann die 20-jährige Sprecherin der *Grüne Jugend*, Sarah-Lee Heinrich, gelten, die für reichlich fragwürdige Tweets zur Rechenschaft gezogen wurde, welche sie allerdings im Alter von 13 abgesetzt hatte (Der Spiegel 2021).

Wie Lindemann oben andeutet, wird die Persistenz der Daten auch und nicht zuletzt für Targetingzwecke genutzt, richtet sich dann jedoch in bislang ungekannter Weise in die Zukunft. Zuboff (2018) zufolge zielen die Unternehmen des „Überwachungskapitalismus“ auf die Produktion von bzw. den Handel mit „Vorhersageprodukten“ ab, weshalb die innere Dynamik dieser Wirtschaftsform strukturell und folgerichtig dahin gegangen sei, dass die Unternehmen das Eintreffen ihrer Vorhersagen auch gewährleisten, um somit die Güte ihrer Produkte abzusichern: „ein Marktprojekt, dessen Ziel darin besteht, Vorhersagen zu produzieren,

die umso wertvoller werden, je näher sie der Gewissheit kommen.“ (Zuboff 2018: 411–412) In diesem Sinne komme es zu einem Umkippen von *prediction*, der Nutzung von Erfahrung als Datenquelle, in *prescription*, die Formung von Erfahrungsspielräumen.

Die angeführten Analysen verdeutlichen, dass die Orientierung des Targeting an der Vergangenheit – selbst noch an der unmittelbarsten aller Vergangenheiten, der als „Echtzeit“ bezeichneten datenmäßigen Quasi-Gegenwart – zu einer stärkeren Gewichtung des Aktualen führt. Zwar zielte auch noch die auf Marktforschung basierende Massen-Werbung auf die Beeinflussung zukünftigen Verhaltens mithilfe vergangenheitsbezogener Daten ab, jedoch orientierten sich diese Praktiken in Umfang und Detail kaum an vergleichbaren Datenbeständen, und verbanden sich zudem auch nicht mit vergleichbaren Vorhersageerwartungen (die hier im Sinne des Thomas-Theorems als „real in ihren Konsequenzen“ angesehen werden können). Die Steigerung der Eingriffstiefe in der Zeitdimension kann daher sowohl mit Blick auf die Vergangenheit als auch auf die Zukunft konstatiert werden, wobei beide „Steigerungsrichtungen“ letztlich der Herabsetzung von Erfahrungskontingenzen dienen.

## 5.2 Targeting in der Raumdimension

Wie erwähnt, hat Gesa Lindemann (2015) die raumzeitlichen, und damit auch räumlichen, Voraussetzungen digitaler Datafizierung hervorgehoben. Mechanische Uhrwerke einerseits und ein neuartiges Verständnis von Raum als dreidimensionale Kontinuität andererseits hätten es ermöglicht, beide Dimensionen als messbare und aufeinander bezogene Größen zu denken. Die resultierende „digitale Raumzeit“ ermögliche die präzise Lokalisierung von „Datenspuren“, die zu individuellen Signaturen zusammengeführt werden könnten. Mit Blick auf das Targeting in der Raumdimension lässt sich zunächst feststellen, dass das Vorhandensein von Schlagwerken und dreidimensionalen Raumvorstellungen kaum zur Konstitution der fraglichen Praxis ausreicht. Neben anderen Dingen ist es insbesondere das mobile Smartphone, das eine Erschließung des Raumes zu Targeting-Zwecken ermöglicht (womit das betrachtete Phänomen wiederum den Einbezug der Raumdimension in die Heuristik rechtfertigt).

In dieser Hinsicht beschreibt etwa Zuboff (2018: 352–363) anschaulich die Strategie, die hinter der Popularisierung des Handy Games *Pokémon Go* steckte. Die grundlegende Idee des Spiels, das vom Google-Ableger Niantic entwickelt wurde, bestand bekanntlich darin, virtuelle Kreaturen im physischen Raum zu verorten, die Spielende

dann mit ihren Smartphones „einzufangen“ aufgefordert wurden. Dass über das Spiel massenhaft Daten über Raum und Bewegung im Raum anfielen, liegt gewissermaßen in der Natur der Sache, zumal es bei geöffneter Kamera gespielt wird. Neben dem Datensammelaspekt (Überwachung als Beobachtung) kommt hier nun auch der Umstand zum Tragen, dass Spielende durch entsprechende Platzierung der Sammel-Items direkt z. B. in gastronomische Betriebe gelockt werden konnten, um so den dortigen Verzehr zu befördern. Zu wissen, wer sich wann wo und bei welcher Gelegenheit aufhält, gilt Zuboff dabei insofern als nützliche Targeting-Information, als mit ihrer Hilfe der Übergang von der Vorhersage zur Steuerung von Verhalten – der überwachungs-basierten Formung von Erfahrungsspielräumen – direkt erforschbar wurde. Googles Sub-Unternehmen Niantic habe in diesem Kontext wie eine Sonde fungiert, die „das nächste Grenzgebiet ausforschen sollte: die Verhaltensmodifikationsmittel. (...) All die Ströme an Überschuss aus all den Räumen, von all den Dingen, all den Körpern, all dem Lachen und all den Tränen zielen letztlich auf diesen Triumph garantierter Ergebnisse und die Sturzflut an Erträgen, zu denen sie führen.“ (Zuboff 2018: 363) Nüchterner lässt sich hier insofern eine Steigerung der Eingriffstiefe in der Raumdimension konstatieren, als die hergebrachte, ökonomisch oder staatlich motivierte Formung von Erfahrungsspielräumen (z. B. ortsspezifische Werbeplakate) weder die Lokalisierung individueller Akteure noch deren räumliche Lenkung in vergleichbarem Maße erlaubt hatte (es sei denn im Sanktionsfall, wie bei der elektronischen Fußfessel). Das Targeting generiert hier also geradezu das Aktuelle und beschneidet so Erfahrungskontingenzen.

## 5.3 Targeting in der Sachdimension

Targeting-Praktiken in der Sachdimension betreffen in systemtheoretischer Diktion das Unterlaufen von Systemgrenzen, oder sozialtheoretisch allgemeiner: von sozialer Differenzierung. Den besten diesbezüglichen Nachweis erbringt Nassehi unfreiwillige Erkenntnis einer Entdifferenzierungsdynamik digitaler Datafizierung. Wie er ausführt, gilt es der Systemtheorie als „zivilisatorische Errungenschaft, dass wir andere Menschen im Alltag eben nicht als ganze Menschen betrachten müssen, sondern gewissermaßen kybernetisch auf wenige Rollen innerhalb von Informationsströmen reduzieren“ (Nassehi 2019: 92). Zur Begründung zieht er Luhmanns (1989: 158) Verortung von Individuen in der Umwelt des Gesellschaftssystems heran. Indes, wenn es denn je gestimmt hat, dass „Menschen (...) in einem modernen Alltag stets im Hinblick auf bestimmte Informationsverarbeitungsregeln in ganz unterschiedlichen

Systemen berücksichtigt [werden] – als Zahler, Konsument oder Arbeitnehmer im Wirtschaftssystem, als Wähler (...) im politischen System, als Konfliktpartei im Rechtssystem“ (Nassehi 2019: 93–94) usw., dann weisen aktuell sowohl die „Informationsverarbeitungsregeln“ als auch die Hinsichten, die bei der Betrachtung von Einzelpersonen Berücksichtigung finden, Entdifferenzierungstendenzen auf. Während bislang galt, dass Ansprüche etwa auf staatliche Leistungen darauf basieren, dass „ich diesen Anspruch auf eine bestimmte Informationslage habe, nicht weil ich als Person in toto beurteilt werde“, weist die Dynamik auch in dieser Hinsicht in die entgegengesetzte Richtung: „Aus Daten über bisheriges Konsumverhalten, aber auch über die Netzwerke und Kontakte von Personen, über Verbindungsdaten, über Informationen über den Lebenswandel, inklusive womöglich das Gesundheitsverhalten, wird ein Profil einer Person erstellt, das dazu dient, ihre Kreditwürdigkeit einzuschätzen. Der große Unterschied zu früheren Daten besteht darin, dass hier nun Daten ausgewertet werden, die nicht für den genannten Zweck erhoben wurden.“ (Nassehi 2019: 312–313) Wie aber wäre der Verstoß gegen das datenschützerische Prinzip der Zweckbindung an dieser Stelle anders zu verstehen als im Sinne eines über Systemgrenzen hinwegschreitenden Targetings (zugespitzt: Gesundheitsverhalten entscheidet über Kreditwürdigkeit)? In den Blick geraten Personen eben nicht nur unter Berücksichtigung teilsystemspezifischer Rollenmerkmale (Zahler, Wähler, Konfliktpartei), sondern tendenziell gerade doch *in toto*. Diese Entwicklung, die zumindest asymptotisch auf die Schwelle des Gesamtpersonenbildes zuläuft, ist idealtypisch im chinesischen *Social Credit System* vorangetrieben (Mau 2017: 9 ff.), unterscheidet sich aber von der vom Überwachungskapitalismus eingeschlagenen Richtung eher graduell als generell (Zuboff 2018: 508–510).

In der Folge dieser Entwicklung werden operative Kurzschlüsse zwischen bislang getrennten Bereichen in zunehmendem Maße praktikabel und wahrscheinlich. Die Neuerung, die *Big Data* erbringt, besteht u. a. darin, „dass die Grenzen zwischen politischen/staatlichen und ökonomischen Akteuren zu verschwimmen beginnen, was auch daran liegt, dass moderne Marketingstrategien in diversifizierten Konsummärkten darauf angewiesen sind, ähnlich auf Bevölkerungen zuzugreifen wie weiland Sozialplanung.“ (Nassehi 2019: 316) Die angedeutete Verwischung zwischen systemischen Operationsweisen wird in der informierten Digitalisierungsdiskussion seit längerem schon als tendenzieller Rückbau von gesellschaftlicher und/oder sozialer Differenzierung beschrieben (Marwick & boyd 2010; Nissenbaum 2010; Rost 2013; Lindemann 2015).

Wie erkennbar wird, besteht die Steigerung der Eingriffstiefe in der Sachdimension folglich im systematischen

Einbezug kontextfremder Informationen in kontextuelle Entscheidungen (Kreditverweigerung wg. Gesundheitsverhalten). Dass Erfahrungskontingenz gemindert wird, wenn ökonomische Teilhabe (z. B. Flugtickets erwerben) von politischen Äußerungen abhängig gemacht wird (vgl. für China Flottau 2014), dürfte dabei auf der Hand liegen.

## 5.4 Targeting in der Sozialdimension

Sinnerfahrung in der Sozialdimension wird von der Unterscheidung *Ego/Alter* orientiert, wobei die in Beziehung gesetzten Relata nicht unbedingt als Individuen figurieren müssen. Gegen den Trend aktueller Sozialtheorien können wir für die Zwecke des vorliegenden Beitrags holzschnittartig zwischen individueller Mikro-Ebene, kollektiver Meso-Ebene und gesellschaftlicher Makro-Ebene differenzieren. Die Plausibilität dieses Vorgehens wird sich an der Bestimmung des Targeting auf den unterschiedlichen Ebenen erweisen; ich beginne mit der letztgenannten.

*Die gesellschaftliche Ebene* gilt in Targeting-Analysen oftmals als Vorläufer zeitgenössischer Praktiken der Beobachtung und Steuerung von Verhalten. So spricht etwa Gillespie (2017: 89) in seiner Auseinandersetzung mit dem Phänomen des algorithmischen „Trending“ von „einer jahrhundertelangen Erfahrung der Medienbranche (...), das zu identifizieren (und oft auch zu quantifizieren), was beliebt ist“, und führt aus: „Wir begegnen Kultur seit langer Zeit vermittelt (...) über hergebrachte Metriken darüber, was populär ist, was populär sein wird und was es sein sollte.“ (Gillespie 2017: 89) Waren hinsichtlich der Geschmacksermittlung einstmalige Marktforschungsbemühungen angezeigt, so finden Datenerhebung und Angebotsanpassung heute gewissermaßen „auf einen Streich“ statt, in soziologischen Umgebungen in Echtzeit. Gesellschaftliche Makrotrends spielen für das Targeting nach wie vor eine Rolle, sie zielen darauf, „to exploit vulnerabilities almost all of us share, as television advertisements and static billboards often attempt to do“ (Susser et al. 2019: 41) – nur wird mittlerweile eben auf „Interaktionsmaximierung“ mithilfe tiefergehender Lernpsychologie abgezielt (Hagendorff 2019).

*Die kollektive Ebene* rückt derweil der Diskurs um „Group Privacy“ in den Blick. Mit diesem Label werden sowohl klassische Gruppen adressiert – bis hin zu solchen, „deren Mitglieder sich wissentlich und willentlich als Teil einer Gruppe verstehen“ (Helm & Eichenhofer 2019: 148) – als auch bloß statistische Gruppen im Sinne von „Aggregaten.“ Beschränken wir den Blick auf letztere, dann können wir davon ausgehen, dass die theoretischen, normativen und praktischen Problemstellungen, die mit Aufkommen der *Big Data Analytics* auf den Plan treten, mit den bishe-

rigen Instrumenten nur unzureichend bearbeitet werden können, und zwar weil „analytic technologies are directed at the group level“ (Taylor et al. 2017a: 2). Um Erfahrungskontingenzen herabzusetzen, ist es im Zweifelsfall unerheblich, das anvisierte Target als Individuum zu erkennen – die Kenntnis von dessen *Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Gruppen* reicht aus. So präsentieren etwa Matz et al. (2017: 1) die Ergebnisse zweier Studien, in deren Rahmen sie mittels Facebook Like-Daten die Effektivität von Werbebotschaften statistisch signifikant erhöhten: „Our findings suggest that the application of psychological targeting makes it possible to influence the behavior of large groups of people by tailoring persuasive appeals to the psychological needs of the target audiences.“ Click-Raten und Abverkäufe stiegen bei Einsatz maßgeschneiderter Werbebotschaften signifikant an, weshalb die Autor:innen eine kausale Wirksamkeit des Kollektiv-Targeting konstatieren (Matz et al. 2017: 4). Mit Simmel gesprochen, nutzt das Targeting hier die Kenntnis sozialer Kreise (z. B. Zugehörigkeit zum Kreis der Stargate-Fans) zur Minderung von Erfahrungskontingenzen.

Die *individuelle Ebene* wird indes üblicherweise unter dem Stichwort „Personalisierung“ adressiert. Stellvertretend seien hier noch einmal Susser et al. (2019: 41) angeführt, die gerade im Einbezug dieser die „significant difference between online manipulation and the old-fashioned manipulative practices of some pre-digital advertising“ sehen, denn „online manipulation targets individuals, exploiting vulnerabilities specific to them.“ Auf dieser Ebene ist es mittlerweile möglich, Zielgruppen der Größe  $n=1$  anzuvisieren (Gonzalez-Cabañas et al. 2021) und somit sprichwörtlich singular operierendes Targeting zu praktizieren, das auf innere Zustände abzielt (z. B. Mood Tracking, vgl. Pritz 2016).

Entscheidender Befund ist auch an dieser Stelle nicht die kausale Wirksamkeit des Targeting im Sinne der praktizierenden Instanz, sondern die Minderung von Erfahrungskontingenzen durch Orientierung am Aktualen. Denn sofern diese Orientierung dazu führt, die Akteure in ihren individuellen Biographien oder Kollektivzugehörigkeiten einzuschnüren, werden Erfahrungsspielräume auf (im historischen Vergleich) gesteigerter Weise eingeeengt – das 20. Jahrhundert kannte schlechterdings kein Echtzeit-Targeting im Maßstab  $n=1$ , ob zu Werbe- oder zu anderen Zwecken.

## 5 Schluss

Als Ziel dieses Beitrags wurde eingangs das Vorhaben formuliert, angesichts der Diskussionen um die Rolle von Facebooks Targeting-Mechanismen im Rahmen der Erstürmung des US-amerikanischen Kapitols eine analytisch verankerte

Problemdiagnose vorzulegen, um so zur Versachlichung der Debatte beizutragen. Die unter Rückgriff auf den pragmatistischen Erfahrungsbegriff und die systemtheoretische Konzeption von Sinndimensionen vorgenommene Targeting-Analyse hat eine Reihe von Einsichten zutage gefördert, die nun noch einmal abschließend und verdichtend zusammengefasst und am Gegenstand diskutiert werden sollen. Grundthese ist hierbei, dass die zeitgenössischen Targeting-Praktiken (wie in Kap. 5 analysiert) zu (a.) einer Steigerung der Eingriffstiefe in die Erfahrungsspielräume des Sozialen führen, es dadurch (b.) zu einer Kontingenzeinschränkenden Verengung dieser Erfahrungsspielräume kommt, indem (c.) das Möglichkeitsspektrum von Erfahrungen und -typen durch die Orientierung des Targeting am Aktualen begrenzt wird. Sofern alle Komponenten der Grundthese erläuterungsbedürftig sind, werde ich fällige Begründungen in der Diskussion mitliefern.

Die These (a.) einer Steigerung der Eingriffstiefe lässt sich zunächst in dreifacher Weise qualifizieren. Erstens hat die Rekonstruktion gezeigt, dass die von Giddens (1987: 46 ff.) bestimmten beiden Überwachungstypen der Informationsgenerierung und Verhaltensformung durch das Targeting im historischen Vergleich eine Ausweitung erfahren: Informationsgewinnung und Erfahrungsraumgestaltung finden in bislang unberührt gebliebenen, *neuen Dimensionen* statt (z. B. durch Smartphone-Targeting lassen sich Personen zu best. Zeitpunkten räumlich lokalisieren, ggf. auch leiten). Zweitens wird eine *höhere Anzahl von Dimensionen* erkennbar, in denen ein und dieselbe Organisation Informationsgenerierung und Verhaltensformung vornehmen kann (z. B. weiß Facebook tendenziell, wer wann was und bei welcher Gelegenheit tut, etwa an einer Pro-Trump-Demonstration teilnimmt). Die nationalstaatliche Administration des 20. Jahrhunderts kannte demgegenüber wohl den Wohnort von Personen, wusste aber i.A. nicht, wo diese sich gerade aufhalten und auch der Kombination mit anderen Daten waren (und sind) enge Grenzen gesetzt. Der letzte Punkt verweist darauf, dass mit dem *Deep Targeting* drittens auch verstärkt *Daten aus verschiedenen Dimensionen miteinander kombinierbar* werden: Individual-Targeting kann mit Informationen über gesellschaftliche Gesamttrends kombiniert werden, Kenntnis des Gefühlszustands einer Person zum Zeitpunkt X am Ort Y ermöglicht es dann, diese nicht nur als Funktionsrollenträger:in, sondern tendenziell in toto zu adressieren. Auch in puncto Kombinierbarkeit lässt sich also von einer Steigerung sprechen.

Die in der Analyse erkennbar werdende generelle Steigerung der Eingriffsmöglichkeiten in die Erfahrungsspielräume sozialer Akteure könnte also auch im spezifischen Rahmen der Capitol-Erstürmung zum Tragen gekommen sein. Diese Hypothese scheint nicht zuletzt plausibel, weil

sich für die digitalen Kommunikationen, die im Zuge der Kapitol-Erstürmung auftraten (soweit diese öffentlich nachvollziehbar wurden) durchaus (b.) eine Kontingenz-einschränkende Verengung von Erfahrungsspielräumen durch (c.) Orientierung des Targeting am Aktualen diagnostizieren lässt: In der Zeitdimension wurden Informationen über Akteure aus der Vergangenheit (Waffennarr, *right-wing-learnings*) generiert, und so eingesetzt, dass sie eine Vertiefung dieser Erfahrung in der Zukunft wahrscheinlich machen (hier: Kapitol-Erstürmung mit rechtem Mob). In der Raumdimension wurden Informationen darüber generiert, wer sich wann wo aufhielt, um zum richtigen Zeitpunkt die Militärausrüstung bewerben zu können (wenn das Target an der Pro-Trump-Rallye teilnimmt oder gerade das Kapitol erstürmt). In der Sachdimension wick die kontextspezifische Adressierung der Targets einer Ansprache der Gesamtperson: die politische Kommunikation mit anderen Akteuren („Echokammer“), die Informationsströme („Filter-Bubble“) sowie die ökonomisch orientierte Werbekommunikation – sie alle bliesen gewissermaßen undifferenziert ins selbe existentielle Horn der personalisierten Gesamtperson. In der Sozialdimension wird die Vertiefungswirkung des *Deep Targeting* indes noch einmal besonders deutlich. So greift das Targeting auf in Datenspuren digital artikulierten Trajektorien von Individuen zu, und rechnet diese in die Zukunft hoch, ermittelt und reproduziert auf der Kollektivebene Gruppenzugehörigkeiten und – so die bspw. von der Facebook-Whistleblowerin Frances Haugen vor dem EU-Parlament vertretene These – trägt so zur gesellschaftlichen Polarisierung bei. In der Summe führt all dies zu einer Übergewichtung des aktual Gegebenen, d. h. zu einer Vertiefung bestehender Ordnungsmuster. Mit der Minderung von Erfahrungskontingenz wird dann potenziell auch die Wahrscheinlichkeit kontingenter Entwicklungspfade herabgesetzt. D. h. nicht, dass gesellschaftliche Entwicklung stillgestellt würde – wohl aber, dass sie ihre Offenheit verliert.

Der „Kontrollüberschuss“ der Digitalen Gesellschaft scheint also gerade nicht in die Entstehung „eine[r] ökologische[n] Ordnung der Nachbarschaft“ zu münden, „der keine übergreifende Hierarchisierung ihre Regeln und ihr Maß gibt“, wie noch Baecker (2007: 171; kursiv i.O.) vermutete. Zwar führen die vielfältigen „Kontrollmöglichkeiten im Sinne des Vergleichs von Information mit Gedächtnis“ (Luhmann 1997: 411), die sich im *Deep Targeting* artikulieren, tatsächlich nicht „zu einer errechneten Kultur“ (Luhmann 1997: 412). Zu befürchten steht aber, dass die durch Orientierung am Aktualen Kontingenz-mindernd wirkende Steigerung der Eingriffstiefe in die Erfahrungsspielräume des Sozialen qua zeitgenössischem Targeting einer *Kultur der Berechnung* Vorschub leistet, in der die

Zukunft in den Datenspeichern der Vergangenheit gefangen genommen wird. Das ist es, was eine jenseits der (deshalb nicht weniger relevanten) sozialphilosophischen Problematisierung von Entscheidungsfreiheit ansetzende, soziologische Targeting-Analyse an Erkenntnisgewinn bereithält: Die These, dass das *Deep Targeting* Gesellschaft mit einer am Aktualen orientierten *Vertiefung* bestehender Ordnungsmuster bedroht – die paradoxerweise eben diese Ordnung gerade dadurch aufzulösen droht.

Wie aber können Digitale Gesellschaften nun mit dieser Vertiefung umgehen? Wenn es stimmt, dass Rationalität ein angemessenes Selektionskriterium für den Kritiküberschuss der Moderne liefert (Luhmann 1997: 411), dann kann die normative Antwort auf den Kontrollüberschuss der Digitalen Gesellschaft nur lauten: *Zukunftsoffenheit*. Anstatt irgendeine Form der Vergangenheit wieder „great again“ zu machen, sind Digitale Gesellschaften also mit der Lernaufgabe konfrontiert, Zukünfte mit und gegen Daten offen zu halten. Dabei wird es ohne eine Kultur der Legitimierung von Kontrolle kaum gehen: Datenanalysenpraktiken, die Hypothesenräume eröffnen, statt quasi-faktisch Aktualität zu reproduzieren, Rechte nicht nur auf Vergessen-, sondern auch auf Nicht-Vorhergesagt-Werden, Institutionen, die individuelle Entwicklungspfade offenhalten, statt mit Blick auf die Datenspeicher der Vergangenheit zu schließen – dies könnten einige für die Praxis auszubuchstabierende Komponenten einer solchen Kultur sein, die Legitimität zum einhegenden Selektionskriterium des Kontrollüberschusses macht.

## Literatur

- Baecker, D., 2007: Die nächste Gesellschaft. Berlin: Suhrkamp.
- Bogusz, T., 2018: Experimentalismus und Soziologie. Von der Krisen- zur Erfahrungswissenschaft. Frankfurt am Main: Campus.
- boyd, d., 2014: It's Complicated. The Social Lives of Networked Teens. New Haven, London: Yale.
- BVerfG, 1983: Urteil des Ersten Senats des Bundesverfassungsgerichts vom 15. Dezember 1983. Bundesanzeiger 35241a.
- Der Spiegel, 2021: Grüne-Jugend-Sprecherin bedauert Tweet im Teenageralter. Der Spiegel. <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/sarah-lee-heinrich-gruene-jugend-sprecherin-bedauert-tweets-im-teenager-alter-a-6ba0da36-8b25-462a-8ee0-6f02800cd8f0>. Letzter Zugriff: 12.07.2023.
- Dewey, J., 2007: Erfahrung und Natur. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Duhigg, C., 2012: How Companies Learn Your Secrets. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2012/02/19/magazine/shopping-habits.html>. Letzter Zugriff: 12.07.2023.
- Floridi, L., 2017: Group Privacy: A Defence and an Interpretation. S. 83–100 in: L. Taylor, L. Floridi & B. van der Sloot (Hrsg.), Group Privacy. New Challenges of Data Technologies. Switzerland: Springer.

- Flottau, J., Kuntz, M. & H. Martin-Jung, 2014: Tricksen und täuschen mit System. Preisdifferenzierung im Internet. *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/digital/preisdifferenzierung-im-internet-tricksen-und-taueschen-mit-system-1.2097965>. Letzter Zugriff: 12.07.2023.
- Foucault, M., 1994: *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Giddens, A., 1981: *A Contemporary Critique of Historical Materialism*. Stanford: Stanford University Press.
- Giddens, A., 1987: *The Nation-State and Violence. Volume Two of a Contemporary Critique of Historical Materialism*. Berkeley: University of California Press.
- Giddens, A., 1995: *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. Frankfurt am Main: Campus.
- Gillespie, T., 2017: #trendingistrending. S. 75–106 in: R. Seyfert & J. Roberge (Hrsg.), *Algorithmenkulturen. Über die rechnerische Konstruktion der Wirklichkeit*. Bielefeld: Transcript.
- Gonzalez-Cabañas, J., Cuevas, Á., Cuevas, R., López-Fernández, J. & D. Garcia, 2021: Unique on Facebook: Formulation and Evidence of (Nano)targeting Individual Users with non-PII Data. *Proceedings of the 21<sup>st</sup> ACM Internet Measurement Conference*, November 2021: 464–479.
- Hagedorff, T., 2019: Jenseits der puren Datenökonomie – Social Media-Plattformen besser designen. S. 327–342 in: C. Ochs, M. Friedewald, T. Hess & J. Lamla (Hrsg.), *Die Zukunft der Datenökonomie. Zwischen Geschäftsmodell, Kollektivgut und Verbraucherschutz*. Wiesbaden: Springer VS.
- Haggerty, K., 2006: *Tear Down the Walls: On Demolishing the Panopticon*. S. 23–45 in: D. Lyon (Hrsg.), *Theorizing Surveillance. The Panopticon and Beyond*. Abingdon, New York: Routledge.
- Helm, P. & J. Eichenhofer, 2019: Reflexionen zu einem social turn in den privacy studies. S. 139–165 in: C. Aldenhoff, L. Raabe & M. Hennig (Hrsg.), *Digitalität und Privatheit. Kulturelle, politisch-rechtliche und soziale Perspektiven*. Bielefeld: Transcript.
- Houben, D. & B. Priet (Hrsg.), 2018: *Datengesellschaft. Einsichten in die Datafizierung des Sozialen*. Berlin: De Gruyter.
- Huizinga, J., 2023: *Homo Ludens. Versuch einer Bestimmung des Spielelements der Kultur*. Paderborn: Brill Fink.
- Hwang, T., 2020: *Subprime Attention Crisis. Advertising and the Time Bomb at the Heart of the Internet*. New York: Macmillan.
- James, W., 1987a: Does „Consciousness“ Exist? S. 1141–1158 in: J. Ruskin (Hrsg.), *William James: Writings 1902 – 1910*. New York: Literary Classics of the United States.
- James, W., 1987b: *A World of Pure Experience*. S. 1159–1182 in: J. Ruskin (Hrsg.), *William James: Writings. 1902 – 1910*. New York: Literary Classics of the United States.
- Kitchin, R., 2014: *The Data Revolution: Big Data, Open Data, Data Infrastructures and their Consequences*. Los Angeles, London, New Delhi: Sage.
- Lamla, J., 2019: Selbstbestimmung und Verbraucherschutz in der Datenökonomie. *Aus Politik und Zeitgeschichte* 69 (24–26): 49–54.
- Lamla, J. & C. Ochs, 2019: Selbstbestimmungspraktiken in der Datenökonomie: Gesellschaftlicher Widerspruch oder ‚privates‘ Paradox? S. 25–39 in: B. Blätzel-Mink & P. Kenning (Hrsg.), *Paradoxien des Verbraucherverhaltens*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Latour, B., Jensen, P., Venturini, T., Grauwin, S. & D. Boullier, 2012: ‘The Whole is Always Smaller Than its Parts’ – a Digital Test of Gabriel Tarde’s Monads. *The British Journal of Sociology* 63: 590–615.
- Lindemann, G., 2014: *Weltzugänge. Die mehrdimensionale Ordnung des Sozialen*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Lindemann, G., 2015: Die Verschränkung von Leib und Nexistenz. S. 41–66 in: F. Süßenguth (Hrsg.), *Die Gesellschaft der Daten. Über die digitale Transformation der sozialen Ordnung*. Bielefeld: Transcript.
- Löw, M., 2001: *Raumsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N., 1984: *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N., 1989: *Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Band. 3*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N., 1996: *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, N., 1997: *Die Gesellschaft der Gesellschaft, Band. 2*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mac, R. & C. Silverman, 2021: Facebook Has Been Showing Military Gear Ads Next to Insurrection Posts. *BuzzFeed News*. <https://www.buzzfeednews.com/article/ryanmac/facebook-profits-military-gear-ads-capitol-riot>. Letzter Zugriff 12.07.2023.
- Marwick, A.E. & d. boyd, 2011: I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society* 13: 114–133.
- Matz, S.C., Kosinski, M., Nave, G. & D.J. Stillwell, 2017: Psychological Targeting as an Effective Approach to Digital Mass Persuasion. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 114: 12714–12719.
- Mau, S., 2017: *Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen*. Berlin: Suhrkamp.
- Mühlhoff, R., 2021: Predictive Privacy: Towards an Applied Ethics of Data Analytics. *Ethics and Information Technology* 23: 675–690.
- Nassehi, A., 2019: *Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft*. München: C.H. Beck.
- Nissenbaum, H., 2010: *Privacy in Context. Technology, Policy, and the Integrity of Social Life*. Stanford: Stanford University Press.
- Ochs, C., 2019: Teilhabebeschränkungen und Erfahrungsspielräume: eine negative Akteur-Netzwerk-Theorie der Privatheit. S. 13–31 in: H. Behrendt, W. Loh & T. Matzner (Hrsg.), *Privatsphäre 4.0. Eine Neuverortung des Privaten im Zeitalter der Digitalisierung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Ochs, C., 2021: *Privacies in Practice*. S. 277–294 in: U. Bergermann, M. Dommann, E. Schüttpelz, & J. Stolow (Hrsg.), *Connect & Divide: The Practice Turn in Media Studies*. Zürich: Diaphanes.
- Ochs, C., 2022a: Datenbasierte Sichtbarkeit: Gesellschaftsstrukturelle Bedingungen zeitgenössischer Technikgestaltung. S. 37–59 in: M. Friedewald, M. Hansen, & M. Kreutzer (Hrsg.), *Selbstbestimmung, Privatheit und Datenschutz: Gestaltungsoptionen für einen europäischen Weg*. Wiesbaden: Springer.
- Ochs, C., 2022b: *Soziologie der Privatheit. Informationelle Teilhabebeschränkung vom Reputation Management bis zum Recht auf Unberechenbarkeit*. Weilerswist: Velbrück.
- Pariser, E., 2012: *Filter Bubble: Wie wir im Internet entmündigt werden*. München: Carl Hanser Verlag.
- Pohle, J., 2016: PERSONAL DATA NOT FOUND: Personenbezogene Entscheidungen als überfällige Neuausrichtung im Datenschutz. *Datenschutz Nachrichten* 39: 14–19.
- Pritz, S.M., 2016: *Mood Tracking: Zur digitalen Selbstvermessung der Gefühle*. S. 127–150 in: S. Selke (Hrsg.), *Lifelogging: Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel*. Springer VS.
- Rost, M., 2013: Zur Soziologie des Datenschutzes. *DuD – Datenschutz und Datensicherheit* 37: 85–91.
- Rössler, B., 2001: *Der Wert des Privaten*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Roßnagel, A., 2019: Quantifizierung der Persönlichkeit – aus grundrechtlicher und datenschutzrechtlicher Sicht. S. 33–53 in: B. Baule, D. Hohnsträter, S. Krankenhagen & J. Lamla (Hrsg.), Transformationen des Konsums. Vom industriellen Massenkonsum zum individualisierten Digitalkonsum. Baden-Baden: Nomos.
- Saake, I. & A. Nassehi, 2007: Einleitung: Warum Systeme? Methodische Überlegungen zu einer sachlich, sozial und zeitlich verfassten Wirklichkeit. *Soziale Welt* 58: 233–253.
- Schimank, U., 2000: Theorien gesellschaftlicher Differenzierung. Opladen: Leske + Budrich.
- Schroer, M., 2006: Räume, Orte, Grenzen: Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raums. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Sørensen, E., 2013: Human Presence: Towards a Posthumanist Approach to Experience. *Subjectivity* 6: 112–129.
- Stichweh, R., 2000: Raum, Region und Stadt in der Systemtheorie. S. 184–206 in: R. Stichweh (Hrsg.), *Die Weltgesellschaft: Soziologische Analysen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Susser, D., Roessler, B. & H. Nissenbaum, 2019: Online Manipulation: Hidden Influences in a Digital World. *Georgetown Law Technology Review* 4: 1–45.
- Taylor, L., Floridi, L. & B. van der Sloot, 2017a: Introduction: A New Perspective on Privacy. S. 1–12 in: L. Taylor, L. Floridi & B. van der Sloot (Hrsg.), *Group Privacy. New Challenges of Data Technologies*. Switzerland: Springer.
- Vismann, C., 2000: *Akten. Medientechnik und Recht*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Westin, A.F., 1967: *Privacy and Freedom*. New York: Athenum.
- Yeung, K., 2016: 'Hypernudge': Big Data as a Mode of Regulation by Design'. *Information, Communication & Society* 20: 118–136.
- Zuboff, S., 2018: *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt am Main: Campus.

## Autor

### Carsten Ochs

Universität Kassel  
 Fachgebiet Soziologische Theorie/Wissenschaftliches Zentrum für Informationstechnik-Gestaltung (ITeG)  
 Pfannkuchstr. 1  
 34121 Kassel  
 E-Mail: carsten.ochs@uni-kassel.de

PD Dr. Carsten Ochs, geb. 1976. Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachgebiet Soziologische Theorie der Universität Kassel, derzeit im Forschungsprojekt „Demokratieentwicklung, KI & Privatheit“ (BMBF). Promotion 2011 in Gießen mit einer Multi-Sited Ethnography in Lahore/Pakistan, Ottawa/Kanada und Singapur zu den soziotechnischen und -kulturellen Globalisierungseffekten eines transnationalen Digitalisierungsprojektes. Nach Zwischenstationen in Darmstadt Habilitation 2022 mit einer sozial- und gesellschaftstheoretisch, sozialhistorisch sowie zeitdiagnostisch entwickelten Soziologie der Privatheit. Forschungsschwerpunkte: Sozial- und kulturwissenschaftliche Theorie; Genealogie und Empirie der Gegenwartsgesellschaft; Konstitution der Digitalen Gesellschaft. ORCID: 0000-0001-8145-0748. Wichtigste Publikationen: Soziologie der Privatheit. Vom Reputation Management bis zum Recht auf Unberechenbarkeit. Weilerswist: Velbrück 2022; Trading Social Visibility for Economic Amenability: Data-Based Value Translation on a 'Health- and Fitness-Platform'. *Science, Technology & Human Values* 46, 2021: 480–506 (mit B. Büttner & J. Lamla); The Digital Public and its Problems: Komplexität, Verfahren und Trägerschaft als rekursive Konstitutionsprobleme einer digitalen Problemöffentlichkeit. S. 57–74 in: I. Spiecker, M. Westland & R. Campos (Hrsg.), *Demokratie und Öffentlichkeit im 21. Jahrhundert – zur Macht des Digitalen*. Baden-Baden: Nomos 2022.