

Click-Work

Motivkonstellationen „unmotivierten“ Internetnutzungsverhaltens

Jörn Lamla & Katharina Witterhold

(Abstract für einen Vortrag bei der Tagung „Prosumer Revisited: Zur Aktualität der Prosumer-Debatte“ am 26./27. März 2009 in Frankfurt am Main)

Die Wokpfanne und auch das Chefmessersset für 10.700 Punkte sind aus der Sicht von Jens T. „*alles noch Pillepalle*“. Er verfügt dank seiner beständigen Internetarbeit bereits über ein Budget von 47.487 Punkten. Was man dafür haben kann? Mal sehen, aber was man hat, das hat man. Und Jens ist Experte in der Anhäufung von Punkten und im Sammeln von Webmiles. Er erklärt: „*Hier sind dann halt: Sammeln A bis Z, kann ma jeden Tag Punkte machen. Ma geht hier klick for Miles, dann klickt man hier auch auf diese vier Banner und hier unten eigentlich auch noch, aber ich mach nich überall mit.*“ Besonders beeindruckend ist die Geschwindigkeit, mit der Jens während des Interviews und zeitgleich zu einer Preisrecherche die sich immer wieder neu öffnenden Werbebanner anklickt und nach einem wohl kalkulierten Zeitraum wieder schließt. Auch diese zeitliche Steuerung ist von Bedeutung, „*damit hier die Prozentzahl hochgeht*“. Da keine der aktuellen Prämien sein Begehren weckt, kann man schon fragen, was Jens mit seinem Guthaben eigentlich anfangen will. Sicherlich gibt es die Möglichkeit, Punkte und Meilen in echtes Geld umzuwandeln, aber auch Jens gesteht zu, diesen Vorgang noch nicht völlig durchschaut zu haben: „*die kann man irgendwann ma irgendwie auch in Geld umwandeln, aber ´s recht komplex*“. Außerdem meint er, „*das bringt nichts, das Geld is sowas von gering, das bringt eigentlich nichts*“.

Diese Impressionen sind einem Fall aus unserem Sample von gut 20 Interviews entnommen, die im Rahmen des am Zentrum für Medien und Interaktivität (ZMI) der Universität Gießen angesiedelten DFG-Projekts zu „Konsumpraktiken in der virtuellen Alltagsökonomie“ 2006 und 2007 geführt wurden (Lamla 2007) und die für den Vortrag unter dem Gesichtspunkt beleuchtet werden sollen, welche Motivkonstellationen einem Internetnutzungsverhalten zugrunde liegen, das als weitgehend „unmotiviert“ (Giddens) gelten muss, jedenfalls nicht ohne weiteres auf ökonomische Interessen oder reflexiv verfügbare Gründe zurückgeführt werden kann. Gerade für neue Formen des „Prosuming“ im Zeitalter des Web 2.0 (Lamla

2008a) ist die Aufhellung der komplexen Motivkonstellationen (verstanden als Sets von u.a. soziokulturellen, generationalen, biographischen und situativen Dispositionsfaktoren) von großer Bedeutung. Während das freiwillige Zurückstellen der Tablettts bei McDonalds noch mit dem normativen Druck allgemein geltender Konventionen erklärt werden kann, liegen der Bildung von Internetnutzungsroutinen im Fall der „Click-Work“ Faktoren zugrunde, die noch kaum erforscht sind. Anknüpfend an Vorarbeiten zu Problemzonen der Handlungsträgerschaft in der virtuellen Alltagsökonomie (Lamla 2008b) soll herausgearbeitet werden, inwiefern bzw. unter welchen Bedingungen entsprechende Praktiken des internetvermittelten Konsums durch eine Konstellation motiviert sind, in der die Geschichte der Interaktion mit technischen Artefakten wie Computer und Internet kompensatorisch die Stelle des Austausches und der Erfahrung mit signifikanten Anderen in der Lebensgeschichte einer Person einnehmen. Insbesondere in Auseinandersetzung mit dem Konzept der „Post-Sozialität“ von Karin Knorr-Cetina soll die Relevanz dieser Frage für die Prosumer-Debatte verdeutlicht werden.

Relevante Vorarbeiten:

Lamla, Jörn (2007): Konsumpraktiken in der virtuellen Alltagsökonomie. Forschungsdesign und exemplarische Fallskizze. In: Buber, R./Holzmüller, H. (Hrsg.): Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen. Wiesbaden: Gabler, S. 779-803.

Lamla, Jörn (2008a): Markt-Vergemeinschaftung im Internet. Das Fallbeispiel einer Shopping- und Meinungsplattform. In: Hitzler, R./ Honer, A./ Pfadenhauer, M. (Hrsg.): Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnographische Erkundungen. Wiesbaden: VS, S. 170-185.

Lamla, Jörn (2008b): Surfen – Kaufen – Anerkennung suchen: Problemzonen der Handlungsträgerschaft in der virtuellen Alltagsökonomie. In: Rehberg, K.-S. (Hrsg.): Die Natur der Gesellschaft. Verhandlungen des 33. Kongresses der DGS in Kassel 2006. CD-ROM. Frankfurt a.M./ New York: Campus, S. 3103-3113.

Kontakt:

Dr. Jörn Lamla
Vertretung der Professur für Allgemeine Soziologie
Institut für Soziologie
Justus-Liebig Universität Gießen
Karl-Glückner-Str. 21E
D-35394 Gießen
Tel.: 0641/99-23220
Email: joern.lamla@sowi.uni-giessen.de