

Mediale Bewertungspraktiken

Theoretischer und methodologischer Zuschnitt

Phänomene des Wertens und Bewertens sind in nahezu allen Bereichen des Sozialen in alltäglichen oder hochspezialisierten Formen präsent. Seien es Gebrauchsgegenstände oder Dienstleistungen – kaum etwas kann sich dem (be-)wertenden Blick entziehen. Wertende Urteile können zwar potenzielle Kaufentscheidungen flankieren, sie lassen sich aber vor allem auch in weniger (oder gar nicht) ökonomisch geprägten Kontexten – bspw. im Fall von Filmkritiken oder Buchbesprechungen – wiederfinden. Schließlich nehmen Bewertungspraktiken in bestimmten Feldern – wie z. B. bei der Vergabe von Schulnoten, in Unternehmensratings oder Universitätsrankings – eine zentrale Stellung ein.

Mit dem Fokus auf Bewertungspraktiken verbinden soziologische Analysen ein Interesse an Formen der Deutung und Legitimierung der Wertigkeit von Objekten, Personen oder Handlungen, die sich in alltäglichen Handlungen (Alltagspraktiken) von Akteuren vollziehen. Jedoch das, was als wertvoll (oder eben: nicht wertvoll) betrachtet und wie etwas auf- oder eben abgewertet wird, das gestaltet sich entlang einer Vielfalt von Wertbezügen und Argumentationsstrategien. Wir haben es mit Prozessen der sozialen Konstruktion des Wertvollen in Bewertungspraktiken zu tun. Dafür ist die Annahme leitend, dass grundlegende Phänomene der intersubjektiv – und meist kommunikativ – hervorgebrachten Kategorisierung und Klassifikation von Wirklichkeit implizit Konsequenzen für Handlungsabläufe und -koordinationen, und d.h. im Kern auch normative Komponente, aufweisen.

Mediale Bewertungspraktiken – und vor allem online Bewertungen – wurden in den letzten Jahren in Form von kurzen Kommentaren, Reviews oder auch Sternensystemen zum festen Bestandteil der alltäglichen Kommunikationspraxis. Das soziologische Interesse an dieser Art von Bewertungspraktiken nimmt dabei nicht allein die Verbreitung des Phänomens in den Blick. Jenseits der Unüberschaubarkeit der Bewertungsobjekte und der unterschiedlichen Formen, in denen sie durch die Akteure beurteilt werden, verweisen mediale Bewertungen auf grundsätzliche Fragen bspw. zur Profilierung von Wissenstypologien (Amateur- vs. Expertenwissen) sowie zu den Modi der Zuschreibung und Legitimierung von Wertigkeit.

In methodologischer Hinsicht versteht sich das Projekt als eine wissenssoziologische Analyse von medialen Bewertungspraktiken. Der methodische Zuschnitt des Projektes ist ein qualitativer. Dabei werden im Rahmen des Projektes Kenntnisse in die qualitative sozialwissenschaftliche Forschungspraxis sowie ins Auswertungsverfahren der Objektiven Hermeneutik vertieft. Als Untersuchungsmaterial dienen (primär schriftliche) Online-Beiträge in Blogs, Social Networks oder Foren, die sequenzanalytisch interpretiert werden. Für die Erstellung des Forschungsberichts sind folgende Fragen leitend:

- Welche besondere Struktur weisen die Bewertungen auf und wie werden Wertigkeitszuschreibungen legitimiert?
- Welche Funktion kommt in den medialen Bewertungspraktiken Artefakten wie Bildern, Indexes oder Statistiken zu?
- Wie werden im Laufe von kommunikativen Prozessen heterogene Bewertungskriterien erzeugt, reproduziert oder verallgemeinert bzw. wie werden Vergleiche zwischen unterschiedlichen Verständnissen des Wertvollen hergestellt?
- Welche besondere Dynamik kommt medial geführten Auseinandersetzungen mit Blick auf Definitionen von Wertigkeit zu?
- Auf welche Kompetenzen wird im Fall von medialen Bewertungspraktiken hingewiesen und wie werden diese Kompetenzen von Akteuren mobilisiert?

Voraussetzungen für einen Scheinerwerb sind die regelmäßige Teilnahme, die Übernahme eines Referates, die aktive Mitwirkung an den Interpretationssitzungen, die Verschriftlichung der