

5 SCHUFA-Datenschutzkolloquium
Wer bin ich im Datennetz und wenn ja, wie viele?
29. September 2010, Berlin

Thesenpapier von Andreas Schelske
für 12 trendorientierte Thesen

zum Thema:

**Die Multitasking-Identität der Netizens -
Entwerfen sich Bürger, Wähler, Konsumenten,
oder Datennutzer im Jahr 2015 anders?**

0. Basisthese für alle folgenden 12 Thesen:

Basisthese: In der sich entwickelnden, informationellen Netzwerkgesellschaft orientieren sich die Vergesellschaftungsinteressen der Bürger an einer leistungsorientierten Optimierung ihrer psychischen und sozialen Systeme, um über drei Kapitalien zu verfügen. Diese drei Kapitalien betreffen das ökonomische, soziale und kulturelle Kapital einer Person.

1. Optimierung der ökonomischen Kapitals einer Person bis 2015

1.1. Bewirtschaftung der Bildung einer ökonomischen Identität

These 1.1.: Das Identitätsmanagement eines Individuums entwickelt sich in computerunterstützten Medien zu einem Service gewinnorientierter Unternehmen.

1.2. Bewirtschaftung des individuellen Standorts

These 1.2.: Der räumliche Standort eines Individuums unterliegt zukünftig sowohl individuellen Konsumwünschen als auch Konsumangeboten, die mittels mobilen Smart Phones und entsprechenden Applikationen von gewinnorientierten Unternehmen bewirtschaftet werden.

1.3. Bewirtschaftung der individuellen Zeit

These 1.3.: Die Bewirtschaftung der Temporalität eines Individuums entwickelt sich zunehmend mit dem Ausbau eines Netzes, welches zeitsensibel auf geocodierte Standorte reagiert.

1.4 Bewirtschaftung des Verhaltens einer Person

These 1.4.: Die Veräußerlichung der „bürgerlichen“ Privatheit unterliegt in den nächsten 10 Jahren einem individuellen Nutzenkalkül, welches von sozialen, kulturellen und ökonomischen Optimierungsinteressen geprägt ist.

2. Optimierung des sozialen Kapitals einer Person bis 2015

2.1. Gesellschaftliche Integration durch die Bildung einer sozialen Identität

These 2.1.: Soziale Medien, wie z.B. Facebook etc., organisieren computerunterstützte Teilidentitäten, die interaktiv auf Anfragen der gesellschaftlichen Integrationsinteressen reagieren.

2.2. Ich-Sender konkurrieren in der Netzwerkgesellschaft mit Massenmedien

These 2.2.: Individuen treten zunehmend als Medienakteure auf und bieten ihr Sozial- und Privatleben aber auch ihre psychische Befindlichkeit und innere Auseinandersetzung als Content an.

2.3. Maßgeschneidertes Commitment versus gesellschaftlichen Konsens

These 2.3.: Die Macht der computerunterstützten Medien liegt darin, dass sie am maßgeschneiderten Commitment orientiert werden und nicht am gesellschaftlichen Konsens.

2.4. Vertrauen durch Open Data und Open Government

These 2.4.: Open Data fungiert zunehmend als Ressource eines Vertrauens, dass das Risiko einer missbräuchlichen Macht- und Herrschaftsfunktion des Staates und anderer Institutionen zu verhindern sucht.

3. Optimierung des kulturellen Kapitals einer Person bis 2015

3.1. Persönliche Datenströme werden von Anbietern modifiziert

These 3.1.: Das kulturelle Kapital einer Person organisieren Algorithmen, d.h. Handlungsvorschriften, die private Informationsströme im Live-Web modifizieren, kanalisieren und sortieren.

3.2. Multioptionalität der Identität

These 3.2.: Identität präsentiert sich als ein Repertoire an Möglichkeiten, die je nach Raum, Zeit und geforderter Identität in einem kontextsensitivem Verhalten münden.

3.3. Kulturelles Kapital besteht in der Leistungskraft der M2M-Kommunikation

These 3.3.: Smart Phones antworten im Multitasking auf die Anforderungen der Location Based Services. Die M2M Interaktion zwischen Maschinen integriert Personen in das semantische Netz des Web 3.0 als Kulturform.

3.4. Das Ich im Mittelpunkt des semantischen Raums - Versuch der Wende der Kopernikanischen Wende.

3.4.: Information und Marken müssen nicht vom Individuum gesucht werden, sondern jetzt findet die Information sowie die passende Marke das richtige Individuum.