

## Fachbereich 9 - Medienstudiengänge

Department 9 - Media Courses

### Kommentar zur Lehrveranstaltung im WiSe 2025/2026

Description of seminars

#### Veranstalter\*in:

Lecturer: Dr. Miira Hill

**Titel (dt.):** Soziale Ordnungen und Selbstbilder im digitalen Wandel

**Titel (engl.):** Transformations in Social Order and Self-Perception in digital change

#### Beschreibung:

Das Seminar beschäftigt sich mit der Rolle von Bewertungspraktiken in der heutigen Gesellschaft. Basierend auf Forschungsergebnissen der Medien- und Kommunikationswissenschaften, Soziologie und der Science and Technology Studies wird untersucht, wie Bewertungen eng mit sozialen, kulturellen und ökonomischen Zusammenhängen verknüpft sind und dabei soziale Ordnung, Machtstrukturen sowie Identitätsprozesse beeinflussen. Besonders im digitalen Raum verändern Plattformen traditionelle Bewertungsformen durch technische Intermediäre und Rankings, was Auswirkungen auf soziale Differenzierung und gesellschaftliche Kommunikation hat. Vor diesem Hintergrund wird beleuchtet, wie datenbasierte Mechanismen und Selbstquantifizierung über digitale Medien Identitätsbilder formen und flexible Selbstverhältnisse fördern, was gesellschaftliche Folgen mit sich bringt.

#### Literatur:

##### *Literature:*

- Beer, D. (2016) Metric Power. London: Palgrave Macmillan.
- Lamont, M. (2012). Toward a comparative sociology of valuation and evaluation. *Annual Review of Sociology*, 38(1), 201–221.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164-1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>
- Bosančić, S., Brodersen, F., Pfahl, L., Schürmann, L., Spies, T., & Traue, B. (2022). Subjektivierungsforschung als Gesellschaftsanalyse. Eine Einführung. In S. Bosančić, F. Brodersen, L. Pfahl, L. Schürmann, T. Spies, & B. Traue (Hrsg.), Following the Subject. Subjektivierung und Gesellschaft/Studies in Subjectivation. Springer VS, Wiesbaden [https://doi.org/10.1007/978-3-658-31497-2\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-31497-2_1)
- Fertik, M. & Thompson, D. C. (2015). The Reputation Economy. How to Optimize Your Digital Footprint in a World Where Your Reputation Is Your Most Valuable Asset. London: Piakus.
- Gerlitz, C. & Helmond, A. (2013) The Like Economy: Social Buttons and the Dataintensive Web. *New Media & Society*, 15(8), 1348-1365.
- Gillespie, T. (2018) Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media. New Haven, CT: Yale University.
- Keller, R. (2018). Positionierungsmacht. In S. Nicolae, et al. (Hrsg.), (Be)Werten. Beiträge zur sozialen Konstruktion von Wertigkeit. Wiesbaden: Springer VS.
- Lim, E. (2021). Personal Identity Economics: Facebook and the Distortion of Identity Politics. *Social Media + Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/20563051211017492>
- Wiedemann, L. (2022). Digitale und analoge Körper. *Handbuch Körpersozialologie 2: Forschungsfelder und methodische Zugänge*, 75-90.