

Maschewski, Felix & Anna-Verena Nosthoff: *Die (Un-)Sichtbarkeitsregime sozialer Medien. Anmerkungen zum plattformökonomischen Infrastrukturwandel der Öffentlichkeit.* In: Reclaim your Archive! Online Artikelserie auf reclaim.hypotheses.org, herausgegeben von Art Doc Archive, Berlin, März 2023.

Abstract

Der Beitrag untersucht den plattformökonomischen Infrastrukturwandel der Öffentlichkeit und damit die affektökonomischen Strukturmerkmale sozialer Medien. In diesem Rahmen analysieren die Autor:innen in medientechnischer Perspektive die Programmatik von News-feed-Algorithmen wie auch des User-Engagements von Facebook und Co. und damit einhergehend eine „Infrastruktur der Affizierung“, die es proprietären Plattformen einerseits ermöglicht, in einer Kultur der Visualität große Datenmengen der Nutzer:innen abzuschöpfen, um andererseits für diese selbst weitestgehend opak zu bleiben. In diesem (Un-)Sichtbarkeitsverhältnis manifestiert sich schließlich eine epistemische bzw. „infrastrukturelle Macht“, der die Autor:innen sowohl eine Reihe von Plattform-Alternativen entgegen als auch den Appell, mehr demokratische Experimente mit ihnen zu wagen.

Autor:innen

Felix Maschewski ist Medienwissenschaftler, Ko-Direktor des Critical Data Lab (HU Berlin) und lehrt aktuell an der Universität Basel. Anna-Verena Nosthoff ist Philosophin und Sozialtheoretikerin, Ko-Direktorin des Critical Data Lab (HU Berlin) und aktuell Visiting Researcher im Politics Department an der Princeton University. Gemeinsam verfassten sie das Buch *Die Gesellschaft der Wearables* (Nicolai 2019).

art doc
archive

Art Doc Archive entwickelt einen Prototyp der zentralen Archivierung der verteilten Selbstdokumentation der Berliner Kunstschaffenden auf Webseiten und Sozialen Medien. Die von Bianca Ludewig redaktionell betreute Artikelserie *Reclaim your Archive!* begleitet das Projekt. Alle Texte sind auf dem Blog zu finden: reclaim.hypotheses.org

Art Doc Archive wurde gefördert von:



DIE (UN-)SICHTBARKEITSREGIME SOZIALER MEDIEN. ANMERKUNGEN ZUM PLATTFORMÖKONOMISCHEN INFRASTRUKTURWANDEL DER ÖFFENTLICHKEIT

Felix Maschewski und Anna-Verena Nosthoff

Einleitung: Move fast and break things

Bekanntermaßen zeichnet sich das, was man Plattformökonomie nennt, dadurch aus, dass sie sich von den Schwerkräften herkömmlicher Ökonomien löst. Alles soll leicht, schlank, schwebend, Service und Software sein. Denn bei Plattformen geht es nicht um das Ding an sich, sondern um seine Vermittlung; nicht um fixes Kapital oder industrielle Produktion, sondern um digitale Kommunikation und die Zirkulation der Information. Das Erzeugnis der Arbeit ist dabei zunehmend immateriell, kognitiv, und so stehen Datenströme und Konnektivität, d.h. die Vernetzung von allem und jedem im Mittelpunkt. Nichts soll unverbunden, alles soll in Bewegung, mobil und flexibel, reibungslos werden. Kaum verwunderlich ist es so, dass ebenso wie andernorts auch in Plattformkonzernen wie Alphabet (aka. Google), Meta (aka. Facebook), Amazon und Co. gerade unter den Mitarbeitern ein reges Kommen und Gehen herrscht; sich Big Tech in der variablen Kostensteuerung übt, d.h. Angestellte freisetzt.

Die Plattformökonomie erscheint wie das disruptive Update des Kapitalismus, als eine marktlogische Spielform, die nicht nur Gleichgewichte verschiebt oder, frei nach Mark Zuckerbergs Motto „move fast and break things“, so manche Regel bricht, sondern auch soziale und kulturelle Verkehrssysteme umformatiert. Gerade weil dies so ist, weil immer mehr smarte Systeme in die sozialen eindringen, lohnt sich ein genauerer Blick auf diese Marktform; ein Blick, der vor allem die Herstellung und affektökonomischen Mechanismen sozialer Medien – die infrastrukturellen Machtrelationen heutiger Öffentlichkeit(en) zu erfassen sucht.

Neutrale Technik, neutrale Algorithmen?

Eine wichtige Referenz für die gegenwärtige Beschaffenheit sozialer Medien bildet der 1996 in den Vereinigten Staaten verabschiedete Telecommunications Act und der darunter gefasste Communications Decency Act, mit dem Paragraphen 230: „No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider.“ (Telecommunications Act 1996: 89) Auf dieser Grundlage werden Plattformen wie Facebook oder Instagram rechtlich als neutrale Intermediäre [\[1\]](#), als Provider – nicht als Publisher – verstanden, sodass sie keine Haftung für die durch sie vermittelten Inhalte übernehmen müssen. Diese Definition, die, grob gesprochen, soziale Medien und ihre Algorithmen mit Telefonkabeln oder TV-Geräten gleichsetzen, markiert eine Art Glaubensbekenntnis der Plattformkonzerne und wurde bzw. wird immer wieder mantraartig proklamiert, wenn es um ihre Verantwortung für Gesellschaft und Öffentlichkeit geht.

Besonders signifikant machte dies etwa der ehemalige Google-CEO Erik Schmidt, der im gemeinsam mit Jared Cohen verfassten Buch *Die Vernetzung der Welt* 2013 erklärte, dass das Silicon Valley ganz grundsätzlich auf dem Standpunkt stünde, „dass die Technologie neutral sei, die Menschen jedoch nicht. Dieses Motto“, so formulieren die Technologen, „wird immer wieder im Getöse

untergehen. Unser gemeinsamer Fortschritt als Bürger des Digitalzeitalters wird jedoch davon abhängen, dass wir uns immer wieder daran erinnern.“ (Schmidt & Cohen: 100)

Natürlich waren solche Appelle stets mit einer geschäftstüchtigen Unverantwortlichkeit imprägniert, mit dem damals verbreiteten Narrativ, dass soziale Plattformen – man denke etwa an die 2011 als „Facebook-Revolutionen“ beschriebenen Proteste im Kontext des sogenannten Arabischen Frühlings (vgl. Baron 2012) – als Ermöglichungsbedingung freier Meinungsäußerung und Demokratie erscheinen ließ. Doch eine ganze Reihe von Skandalen – die Verfolgung der Rohingya in Myanmar im Jahr 2017 (Amnesty International 2022)[\[ii\]](#), der Fall Cambridge Analytica (vgl. Nosthoff & Maschewski 2017)[\[iii\]](#), der Sturm auf das Kapitol in den Vereinigten Staaten (2021) oder die Veröffentlichung der sogenannten „Facebook Files“ bilden vorläufige Höhepunkte[\[iv\]](#) – machte sukzessive deutlich, dass in der annoncierten technologischen Neutralität sozialer Medien mehr Wunsch denn Realität steckte; dass, mit dem Technik-Philosophen Günther Anders formuliert, „kein Mittel [...] nur Mittel [ist]“ (Anders 2018[1956]: 117), Algorithmen nie nur Algorithmen.

Die Öffentlichkeit(en) der Newsfeeds

Die Algorithmen sozialer Plattformen bestimmen heute Strukturmechanismen gesellschaftlicher Interaktion und sind dabei keineswegs einfach nur, so ihre weit verbreitete Definition, mathematisch-formalisierte Handlungsanweisungen, die in endlich vielen Schritten ein Problem lösen bzw. Kommunikation ermöglichen. Denn was schon Herbert Marcuse ganz generell für Technik anmerkte, gilt auch für sie: „Technik ist jeweils ein geschichtlich-gesellschaftliches Projekt; in ihr ist projiziert, was eine Gesellschaft und die sie beherrschenden Interessen mit den Menschen und mit den Dingen zu machen gedenken.“ (Marcuse 1965: 179)

Auch Algorithmen sozialer Plattformen müssen als solche „gehärtete“ Maximen bzw. Sozialverhältnisse (Bammé 2008: 23; vgl. Latour 1990)[\[v\]](#) gelten. Denn als Grundlage digitalkapitalistischer Ökonomien dienen sie trotz all dem wohlklingenden und immer wieder proklamierten „Community Building“ einem ganz spezifischen Zweck – sie sind auf Profit programmiert, damit nie neutral. So sortieren Newsfeed-Algorithmen Informationen, kuratieren persönliche und weltwirksame Nachrichten, um uns vor allem immer wieder mit Werbungen und verführerischen Produkten zu konfrontieren. In den Strömen der Neuigkeiten sollen sie Aufmerksamkeiten binden, Reaktionen – Likes, Shares, Kommentare oder weitere Posts – provozieren und präformieren damit so profil- wie klickbasiert, was die User:innen, wann, wie und von wem zu sehen bekommen.

Damit schaffen sie spezifische, individualisierte Sichtachsen und nicht selten – auch jenseits der gern zitierten, aber nicht zutreffenden Filterblasen-Theorie (vgl. Stark, Magin & Jürgens 2021; Törnberg 2022; Nechushtai, Zamith & Lewis 2023) – Partikularöffentlichkeiten, in denen Relevanzen durch aufmerksamkeits- bzw. engagementökonomische Performanzen orchestriert werden; in denen der amüsante ‚cat content‘, politische Demagogie, das neueste Video von @frenchguycooking oder die Nachrichten von Naturkatastrophen im gleichen Stream auftauchen, perforiert nur durch das auf die User:innen angepasste Marketing. Dabei ist zu betonen, dass für den algorithmisch personalisierten ‚relevant content‘ kaum der Inhalt selbst, die Information als Information bzw. ihre Qualität zählt. Wichtig sind, da folgen die Newsfeeds der mathematischen Kommunikationstheorie von Claude Shannon[\[vi\]](#), allein die Metriken der User:innen, die Daten und Zahlen der kommunikativen Feedbacks, die Signale des *engagements*. (vgl. Maschewski & Nosthoff 2021a: 331; Shannon & Weaver 1949) Meinungen können in der Folge ‚gleichgültig‘ neben Fakten stehen, sind im Design nicht zwingend unterscheidbar, und so erscheinen soziale Plattformen als, mit Joseph Vogl analysiert, „Transformatoren einer öffentlichen Sphäre, die sich durch eine systematische Kapitalisierung freier Meinungsäußerung auszeichnet und dabei die Herstellung und den Vertrieb von Informationen aller Art strikt von belastbaren Rückbezügen auf Kategorien wie Haftung, Verantwortung oder Rechtfertigung separiert.“ (Vogl 2021: 141)

Algorithmen der Affizierung und die Privatisierung der öffentlichen Sphäre

Was lange die Aufgabe von professionellen Redaktionen bzw. massenmedialen Gatekeepern war, wird nun von Algorithmen durchgeführt, die Inhalte so persönlich wie mathematisch-formalisiert ordnen – und sich dabei systematisch von Emotionen leiten lassen. Denn Newsfeed-Algorithmen privilegieren in affektlogischer Programmatik (wie etwa bei Facebook) audio-visuelle, unterhaltensame Inhalte, weil die User:innen auf affizierende Fotos, Videos oder Memes häufiger reagieren, das Gesehene schneller zirkulieren lassen. (vgl. Li & Xie 2020)

Dass sich die Netzwerk-Akteur:innen bzw. ‚content creators‘ nach diesen Mechanismen richten, ihre Posts so stilisiert, formatiert und aufbereitet werden, dass sie zu einer weiteren Verbreitung, zur Anschlusskommunikation anregen, ist nur (feedback-)logisch und macht schließlich deutlich, dass die algorithmische Infrastruktur ganz spezifische Kommunikationsweisen und Standards – von den affizierenden Teasern des Clickbatings bis hin zu einer prävalenten Kultur der Visualität – ausprägt, die über Erfolg oder Misserfolg der Kommunikationsleistungen entscheiden.[\[vii\]](#)

Dass soziale Medien wie Twitter, Facebook oder Instagram nun auch exklusive, kostenpflichtige Services („Twitter Blue“ etc.) und Abo-Modelle für Nutzer:innen anbieten, um die Platzierungen in den Newsfeeds zu verbessern bzw. die Reichweiten zu erhöhen, ist ein weiteres Merkmal dieser Entwicklung; einer Entwicklung, die schließlich erkennbar macht, dass die Verfasstheit der öffentlichen Sphäre nicht nur von algorithmischen Filterungsmechanismen beeinflusst, sondern auch von den Entscheidungen – und sogar den Emotionen – Einzelner (vom ehemaligen „Twitterer in Chief“ Donald Trump bis hin zum „Chief Twit“ Elon Musk) bestimmt werden kann.

Besonders augenscheinlich ist dies im De- bzw. Replatforming des 45. Präsidenten der Vereinigten Staaten geworden, dessen Social-Media-Präsens nach dem Kapitolsturm am 6. Januar 2021 zunächst von diversen Plattformen suspendiert und nun sukzessive und nicht selten in Eigenregie – besonders medienwirksam etwa durch Elon Musk bei Twitter – reaktiviert wurde. In dieser Dynamik begründet sich eine ganz eigene, neue Form der Souveränität von Plattform-CEOs, die die (Community-)Standards der Öffentlichkeit setzen und dabei auch jenseits der Mechanismen herkömmlicher Inhaltsmoderation über (Ex-)Kommunikationen – im Dezember 2022 wurden zwischenzeitlich etwa einige Konten von Musk-kritischen Journalist:innen bei Twitter gesperrt (vgl. Hoppenstedt 2022) – entscheiden können.

Hatte der vormalige Twitter-CEO Jack Dorsey noch mit der eigenen, diskursprägenden Rolle gehadert, als es um die Mitverantwortung sozialer Medien für die Ausschreitung am Kapitol ging (Maschewski & Nosthoff 2021b), veränderte sich die Tonalität unter seinem Nachfolger zuletzt zunehmend. So werden, wie im Falle Musks, der gern als selbstproklamierter „free speech absolutist“ (Milmo 2022) auftritt und die Oberflächen des eigenen Microbloggingdienstes mit allerlei Memes, Beleidigungen[\[viii\]](#) und gar Verschwörungstheorien bespielt (Bekiempis 2022),[\[ix\]](#) die programmatischen Infrastrukturen mehr und mehr den eigenen, Muskschen Ideen und Überzeugungen angepasst, nicht selten jenseits demokratischer Legitimation ganz direkt auf die Themen – u.a. dem Krieg in der Ukraine (vgl. Laack 2022) – öffentlicher Debatten Einfluss genommen.

Hatte schon Jürgen Habermas, als er in den 1960er Jahren eine grundlegende Veränderung in der öffentlichen Sphäre, ihre Kommerzialisierung und Privatisierung durch Geschäftsinteressen – von der Geschäftspresse bis zum TV – diagnostiziert (vgl. Habermas 1990[1962])[\[x\]](#), setzen die Plattformen von heute diesen Prozess auf einer vorgelagerten, programmatischen Ebene fort und intensivieren ihn (vgl. Maschewski & Nosthoff 2021a). Denn sie machen, mit Habermas gesprochen, den Diskursraum nicht nur zu einem „Medium der Werbung“ (Habermas 1990[1962]: 284), sondern forcieren auch „eine Art Refeudalisierung“ (Habermas 1977: 68), eine Personalisierung bzw. Privatisierung der öffentlichen Sphäre und ihrer Diskurse, denen nun ein global ausgerichtetes Publikum ‚folgen‘ kann. Genau durch eine solche Verdichtung individueller Souveränitäten

werden die Plattformen immer häufiger zum Politikum, da weder ihre diskursiven Kräfte noch ihre ökonomischen Kalküle unpolitisch sind.

Die 'Lichtverhältnisse' proprietärer Plattformen

Mit dieser Perspektivierung lassen sich soziale Medien als mathematisch-fundierte „Infrastrukturen der Affizierung“ (Machewski & Nosthoff 2021: 321) beschreiben, die einerseits als „Kulturmaschinen“ (Rechwitz 2017: 233) zu Umschlagsplätzen des gesellschaftlichen Austauschs werden, zu einem sekundlich anwachsenden Archiv kultureller (Selbst-)Verständigung, inklusive ganz eigener Ästhetiken, Kompositionen oder künstlerischer Interpretationen (Memes etc.). Andererseits orchestrieren sie nicht selten diskursklimatische Rückstöße, wenn man die politischen Debatten auf den Plattformen und ihre populistischen Impulse in den Blick nimmt; eine Politik kalkulierter Emotionalisierung und Entgrenzung, die zuweilen – von grassierenden Fake News bis zur Hassrede – algorithmisch eskaliert.[\[xi\]](#)

Doch der plattformökonomische Infrastrukturwandel konturiert nicht nur neue Modi und Formen der Herstellung von Öffentlichkeit(en), sondern basiert auch ganz grundsätzlich auf diffusen Sichtverhältnissen. So ist die Privatisierung der öffentlichen Sphäre – siehe auch den Telecommunications Act von 1996 – rechtlich fundiert, da die Quellcodes der Plattformen proprietär und als Geschäftsgeheimnisse geschützt werden, dadurch für die Öffentlichkeit zumeist eine Black Box bleiben.[\[xii\]](#)

Während die User:innen die Plattformen also als „allgemeine Infrastrukturen der Fabrikation von Singularitäten“ (Rechwitz 2017: 229) bespielen können und ihre persönlichen Fotos oder Videos selbstbestimmt transparent machen, bleiben die Algorithmen und, noch entscheidender, die hintergründigen Datensammlungen und -analysen der Plattformen selbst weitestgehend im Dunkeln. Dies nicht ohne lukrative Aussichten: Denn auf der Rückseite der nutzergenerierten Archive des Alltags werden in „überwachungskapitalistischer“ (Zuboff 2018) Manier Daten extrahiert und Userprofile (individuelle Merkmale, Verhaltensmuster etc.) kontinuierlich so verfeinert, dass Marketingfirmen Zielgruppen selektieren, also differenziert mit Anzeigen ansprechen (Targeting) können. Je mehr Fotos und Videos gepostet werden, je mehr kommentiert, geliked oder geteilt wird, desto definierter, aufschlussreicher bzw. profitabler der individuelle Datensatz. Dass dabei von den Plattformen wie Facebook auch die sogenannten „dark patterns“ eingesetzt werden, Designs und Prozesse, die Nutzer:innen verleiten, mehr persönliche Daten zu ‚teilen‘, ist zwar logisch nachvollziehbar, aber nicht immer offensichtlich. (vgl. Mildner & Savino 2021)

Die Kultur der Visualität geht vor diesem Hintergrund mit einer Industrie der Opazität, der Undurchsichtigkeit einher; mit geschlossenen Datenbanken und einer konstitutiven „Informationskontrolle“ (Staab 2019: 177), die nicht nur das Geschäftsmodell, der sonst so schwerelos scheinenden Plattformökonomie strukturell erdet, sondern auch die gängigen Narrative („equal access“, „openness“ etc.) einer digitalen Wissensgesellschaft mit der Verfassung einer „Black Box Society“ (Pasquale 2015) konterkariert. Die Rechtswissenschaftler:innen Angelina Fisher und Thomas Streinz weisen deswegen auf die asymmetrisch verteilten ‚Lichtverhältnisse‘ bzw. die „Datenungleichheit“ digitaler Plattformen hin: „How Facebook builds user profiles or what algorithm Amazon uses to determine customers' purchasing power is not known. The datasets on which algorithms are trained and the code of internal data management software are rarely revealed. [...] This opacity is partly purposeful (e.g., where the technology is proprietary or when concealing infrastructure provides a market advantage), partly a function of expertise and special knowledge required to understand certain components and layers of data infrastructures, and partly a function of the sheer megalomaniac size of data infrastructures that escape internal and external scrutinization due to their complexity.“ (Fisher & Streinz 2021: 861) So konstituieren proprietäre Plattformen neue (Un-)Sichtbarkeitsregime, da sie selbst zu epistemisch-wirksamen Gatekeepern werden, die nicht nur über die algorithmischen Infrastrukturen der Kommunikation

und die (Community-)Standards sozialer Interaktion, sondern auch ganz direkt-technokratisch bestimmen können, welche Daten offen zugänglich sind und welche nicht; welche Öffentlichkeit(en) wir miteinander teilen und welche nicht.

Infrastrukturelle Macht und ihre Alternativen

Die Entwicklung sozialer Plattformen ist dabei keineswegs abgeschlossen, neue Services und Apps treten immer wieder auf (zuletzt im Fokus waren TikTok oder BeReal) und buhlen um die Aufmerksamkeit bzw. Daten der Nutzer:innen. Doch zugleich lässt sich erkennen, dass es auch zu einer Oligopolisierung von Öffentlichkeit(en) – bei Meta etwa durch die Dienste Facebook, Instagram und Whatsapp – gekommen ist, dass einzelne Firmen schon nominell zu Meta-Plattformen geworden sind und dabei in immer neue Geschäftsbereiche expandieren bzw. „parastaatliche Unternehmensstrukturen“ (Vogl 2021: 104) manifestieren. [\[xiii\]](#) So beschreiben die Plattformen von Big Tech mit ihren Services keine einfachen Unternehmen mehr, die auf Märkten agieren; sie bilden selbst, wie der Soziologe Philipp Staab beschreibt, „proprietäre Märkte“ (Staab 2019: 169), auf denen andere Unternehmen und Akteure agieren. In diesem Konnex formieren sie neben ihrer epistemischen und finanziellen Dominanz vor allem auch eine „infrastrukturelle Macht“ (Maschewski & Nosthoff 2021a: 336), [\[xiv\]](#) die sie immer weiter auszubauen suchen, um dann – auch im Diskurs zum sogenannten Metaverse wird dies deutlich – zu sozio-technischen Umwelten zu werden; Plattformen, auf denen die Nutzer:innen fast sämtliche Bedürfnisse befriedigen, Ereignisse erleben, fast jede soziale Kommunikation und Interaktion ‚vermitteln‘ sollen.

Die Zielfunktion, der sich hier abzeichnenden Dynamik, beschrieb Will Davies 2018 durchaus treffend: „The real goal is to provide the infrastructure through which humans encounter the world. [...] According to this vision, when the mind wants to know something, it will go to Google; when it wants to communicate with someone, it will turn to Facebook [...] and when we simply want something, Amazon will make it arrive. And so on.“ (Davies 2018: 186) Das „And so on“ hat sich in der (post-)pandemischen Zwischenzeit weiter ausformuliert, ist zu einer Chiffre der Expansion geworden, d.h. in fast sämtlichen Bereichen des Alltags – sei es in der schulischen Bildung, im Gesundheitswesen oder der landwirtschaftlichen Produktion [\[xv\]](#) – dringen die Konzerne von Big Tech, ihre KI-Systeme, Cloud-Strukturen und Datenanalysen immer nachhaltiger vor und ein, formatieren sie plattformökonomisch um. So wachsen die Oligopole von Big Tech unablässig, prägen fast organisch immer neue Geschäftsbereiche aus und etablieren mit ihren Anwendungen und Diensten bzw. den *infrastructures as a service* nicht nur die Programmatik des Datenextraktivismus in der Praxis gesellschaftlicher Austauschbeziehungen. Sie erscheinen sukzessive selbst zu so essentiellen wie umfassenden gesellschaftlichen Infrastrukturen zu werden; Infrastrukturen, die die Grenzen von System und Umwelt letztlich mehr und mehr verwischen lassen. Oder, in den viel zitierten Worten Mark Weisers: „The most profound technologies are those that disappear. They weave themselves into the fabric of everyday life until they are indistinguishable from it.“ (Weiser 1999: 3)

In der annoncierten Oligopolisierung unserer (digitalen) Umwelten liegt ein durchaus interessanter Impuls; die trotzig Aufforderung nämlich, sich um Gegenprogramme, um Gegen-Plattformen – um Netzwerkalternativen – zu bemühen. Damit meinen wir nicht die defizitären, weil gleichsam „überwachungskapitalistisch“ getunten, neueren Plattformen wie TikTok etc. Vielmehr sind eine ganze Reihe von Optionen zu nennen – seien es die Konzepte „öffentlicher Plattformen“ (Piétron 2021), des „Plattformkooperativismus“ (Scholz 2016) oder Ideen wie die „kommONistische Kooperativität“ (vgl. Miyazaki 2021: 42ff.) oder „non-markets“ (vgl. Morozov 2019: 57ff.), den föderierten (vgl. Muldoon 2022: 132ff.) oder „organisierten Netzwerken“ (vgl. Lovink 2022: 117) –, die ihrerseits als Antworten auf den plattformökonomischen Strukturwandel gelesen werden müssen. Durch die fast saisonalen Skandale und Krisen sozialer Medien erfahren diese Konzepte immer wieder Konjunkturen – wie zuletzt etwa die open-source-basierte Fediverse-Alternative

Mastodon im Zuge Musks Übernahme von Twitter –, und doch verharren die realisierten Umsetzungen aktuell zumeist im Status mehr oder weniger belebter Enklaven.

Dies muss aber nicht zwingend entmutigend sein. Denn wir brauchen als Alternativen zu den Monokulturen aus dem Silicon Valley eine Vielzahl von Projekten, die uns zeigen, dass es auch dezentraler, selbstorganisierter, kooperativer, demokratisch-verfasster, offener gehen kann; Nischen, in denen alternative Strukturen, Protokolle und ‚andere‘ Algorithmen erprobt werden, neue Infrastrukturen ‚wachsen‘ können. So können wir uns nicht allein auf rechtliche wie nachträgliche Regulierungen (Digital Services Act, Digital Markets Act etc.) der Big Techs verlassen, sondern müssen Versuchen uns in der Gründung, Initiierung und (Re-)Aktivierung alternativer Netzwerke zu üben. „[W]as“, wie der Netzkritiker und Internetaktivist Geert Lovink erklärt, „wirklich zählt, ist, dass wir lokale Anfänge machen. Im digitalen Zeitalter kann Öffentlichkeit nur wachsen, wenn sie als lebendige Einheit beginnt.“ (Lovink 2022: 222) In solchen lokalen, netzwerklosgischen Konzentrationen von Interessen, von geteilten Imaginationen oder persönlichen Beziehungen besteht auch das besondere Entwicklungspotential, denn „der politische Charme von Netzwerken [liegt] in ihrer Fähigkeit, neue Anfänge zu erschaffen, eine wundersame Energie, die tatsächlich an das erinnert, was Hannah Arendt beschreibt, wenn sie erklärt, was freigesetzt wird, wenn wir von Neuem beginnen.“ (Lovink 2022: 60)

Neben dem Neubeginn geht es aber ebenso um Praxen der Umnutzung, der Umwidmung oder Aneignung von (Feedback-)Infrastrukturen für kulturelle (Re-)Produktionen wie soziale Kooperationen.^[xvi] Dabei können etwa nicht-kommerzielle Modelle des Wissensaustauschs, der Wissensvermittlung und Wissensarchivierung^[xvii] im Fokus stehen und mit ihnen die vitale Erinnerung an Austauschbeziehungen, die uns jenseits der oberflächlichen bis ‚wolkigen‘ Plattform-Metaphorik verdeutlichen, dass sich Wissens- und soziale Infrastrukturen – wie etwa in Bibliotheken oder öffentlichen Universitäten – durchaus zusammendenken lassen. So beschreibt die Medienwissenschaftlerin Shannon Mattern exemplarisch für die Institution der Bibliothek einen Perspektiv- bzw. Rollenwechsel, den sie als offene Frage formuliert: „Can we build digital and material infrastructures that allow a library to serve simultaneously as an epistemological scaffolding, access provider, infrastructure manager, privacy trainer, material culture conservator, data trust, zone of digital security, champion of open-access materials and sustainable public-interest technologies, and space of social connection and inclusion?“ (Mattern 2021: 78.) Das Augenmerk liegt hier sowohl auf dem Ernstnehmen von Kompetenzen und herkömmlichen Aufgaben als auch auf ihrer Weiterentwicklung; auf der Idee letztlich, vorhandene Institutionen und Strukturen, ihr Personal und ihre Qualitäten so zu nutzen, dass sie der (digitalen) Gemeinschaft dienen. Also: bei all der berechtigten Kritik an der gegenwärtigen Plattformökonomie, an ihren affektökonomischen Strukturen und löchrigen Erzählungen dürfen wir uns den Horizont von diesen nicht zynisch vernebeln lassen, müssen einen tentativen Möglichkeitssinn massieren – müssen mehr demokratische Experimente, mehr Proben mit Exempeln wagen.

Der plattformökonomische Infrastrukturwandel der Öffentlichkeit ist ein laufender, noch nicht abgeschlossener Prozess, und so geht es darum die überkommenen Strukturen von Big Tech und Co. zu verlassen. In diesem Sinne lässt sich passend mit Geert Lovink schließen, der im pragmatisch-progressiven Widerwillen die ersten Arbeitsschritte vorgibt: „Die Unzufriedenheit mit Social-Media-Plattformen muss gehegt und gepflegt werden. Hier gehen die Arbeit an der Verweigerung und die Arbeit an Alternativen Hand in Hand und unterstützen sich gegenseitig.“ (Lovink 2022: 220)

Der Text basiert in Teilen auf dem Aufsatz der Autor:innen (2021a): „Der plattformökonomische Infrastrukturwandel der Öffentlichkeit: Facebook und Cambridge Analytica revisited“. In: Martin Seeliger; Sebastian Sevigani (Hrsg.). Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? Leviathan – Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaft, Sb 37. Baden-Baden: Nomos: S. 320-341.

Endnoten

[i] Zur technikphilosophischen Einordnung und Kritik des Neutralitätsparadigmas digitaler Technologien: Vgl. Maschewski & Nosthoff 2019.

[ii] 2017 wurde die ethnische Minderheit der muslimischen Rohingya vom Militär in Myanmar systematisch verfolgt. Die Algorithmen Facebooks sollen dabei die sozial-mediale Verbreitung von Rohingya-feindlichen Inhalten, von Hate Speech etc. massiv unterstützt haben.

[iii] Das Datenanalyseunternehmen Cambridge Analytica (CA) hatte sich im Jahr 2014 über die von dem Verhaltenspsychologen Alexandr Kogan entwickelte Quiz-App „thisisyourdigitallife“ Zugang zu den Daten von knapp 87 Millionen Facebook-User:innen verschafft. Die Daten wurden von CA zur Erstellung von Persönlichkeitsprofilen genutzt und in der Folge widerrechtlich im Präsidentschaftswahlkampf Donald Trumps als auch für Brexit-Kampagnen im Jahr 2016 verwendet. Dies machte der Whistleblower Christopher Wylie im März 2018 bekannt. Er löste damit einen internationalen (Daten-)Skandal aus, der vor allem die Bedeutung der Desinformation (Fake News etc.), die Schattenpraxen des Datenhandels und die Verantwortung Facebooks in politischen Wahlen in den Fokus der Weltöffentlichkeit rückte. (Vgl auch: Maschewski & Nosthoff 2021a)

[iv] Die sogenannten „Facebook Files“ wurden durch die Whistleblowerin und ehemalige Produktmanagerin bei Facebook, Frances Haugen, bekannt. Die Dokumente – von internen Memos bis zu zurückgehaltenen, hausinternen Erhebungen über die schädliche Wirkung Instagrams für die mentale Gesundheit von Jugendlichen – an das Wallstreet Journal weitergab. Den Veröffentlichungen folgte eine Anhörung im Untersuchungsausschuss des US-Senats. Vgl. Wall Street Journal (2021): The Facebook Files. A Wallstreet Journal Investigation. <https://www.wsj.com/articles/the-facebook-files-11631713039> [letzter Zugriff 23.2.2023].

[v] Einer der Grundgedanken der Science and Technology Studies (STS) ist es, dass sich in der Technik gesellschaftliche Verhältnisse und Vorstellungen verdichten bzw. materialisieren. Dabei sind etwa für Bruno Latour „technische Artefakte [...] in maßgeblicher Weise an der Konstruktion haltbarer Beziehungsgeflechte, Netzwerke beteiligt. Soziale Verhältnisse werden durch Technik gehärtet.“ (Bammé 2008: 23)

[vi] Für Claude Shannon liegt der Wert einer Nachricht weniger in ihrem Inhalt oder ihrer Semantik, sondern vor allem in ihrem formalen Informationsgehalt begründet. Also darin, dass es zu einer Entscheidung bzw. Information gekommen ist, die als Signal mathematisch erfasst werden kann: „The two messages between which one must choose“, schreibt dazu etwa Warren Weaver, „can be anything one likes. One might be the text of the King James Version of the Bible, and the other might be ‚Yes‘.“ (Shannon und Weaver 1949: 9)

[vii] Auch analoge Praktiken werden mehr und mehr an digitalmedialen orientiert, werden schließlich, wie Andreas Reckwitz erklärt, „durch diese mitstrukturiert – von der Auswahl der Konsumgüter auf den Webpages bis hin zu den digitalen Fotos, welche die Events und die Urlaubsreisen dokumentieren und sogleich in die sozialen Medien eingespeist werden.“ (Reckwitz 2017: 233ff.)

[viii] Eine exemplarische Entgleisung leistete sich Elon Musk im Sommer 2018 auf Twitter: Er beleidigte den britischen Taucher Vern Unsworth, der bei der Rettung einer Gruppe Jugendlicher in der überfluteten Tham-Luang-Höhle (Thailand) half, als „pedo“ bzw. Pädophilen. Unsworth hatte zuvor Musks Vorschlag, ein U-Boot zu den Eingeschlossenen zu schicken, um diese zu befreien, als „PR-Stunt“ kritisiert (vgl. Levin 2018).

[ix] Am 28. Oktober 2022 kam es zu einem gewalttätigen Angriff auf Paul Pelosi, dem Ehemann der demokratischen Politikerin und ehemaligen Sprecherin des Repräsentantenhauses der Vereinigten Staaten, Nancy Pelosi, der in den sozialen Medien eine Vielzahl zirkulierender Verschwörungstheorien zur Folge hatte. Auch Elon Musk, der zu diesem Zeitpunkt über mehr als 100 Millionen Follower bei Twitter verfügte, beteiligte sich an der Verbreitung kruder Inhalte: „Musk responded by tweeting that ‚there is a tiny possibility there might be more to this story than meets the eye,‘ and shared a link to a post that presented an unfounded conspiracy theory on the hammer attack, the Times [New York Times, d. Autor:innen] reported. This conspiracy post was in the Santa Monica Observer, which the Times described as being ‚notorious for publishing false news‘.“ (Bekiempis 2022)

[x] Jürgen Habermas aktualisierte 60 Jahre nach seiner Habilitationsschrift seine Thesen und diagnostizierte einen „erneuten Strukturwandel der Öffentlichkeit“, beschrieb ihn als „Zäsur in der menschheitsgeschichtlichen Entwicklung der Medien“. (Vgl. Habermas 2021: 487)

[xi] Besonders Anzeigen, die negative Affekte wie Wut oder Furcht auslösen, aber auch Fake News verbreiten sich in sozialen Medien häufig schneller (vgl. Rathje, Van Bavel & Van der Linden 2021; Vosoughi, Roy & Aral 2018).

[xii] Dies hat sogar Elon Musk kritisiert und wollte auch deshalb den Twitter-Algorithmus offenlegen (vgl. Jackson, Sarah 2023): „Elon Musk says Twitter will open source its algorithm next week after supporting the idea for months“. In: Business Insider: <https://www.businessinsider.com/elon-musk-twitter-will-open-source-its-algorithm-next-week-2023-2> [letzter Zugriff: 23.02.2023].

[xiii] Diese Tendenz lässt sich in unterschiedlichen Sektoren beschreiben. Neben dem Sektor Bildung sind die Bemühungen Big Techs (Amazon, Alphabet, Meta etc.) besonders im Gesundheitssektor evident. Eine Entwicklung, die gerade während der Pandemie zunehmend an Dynamik gewonnen hat (exemplarisch für den Gesundheitssektor: vgl. Maschewski & Nosthoff 2022a).

[xiv] Meta Platforms verlegt neben transatlantischen Unterseekabeln, die die USA mit Afrika verbinden auch solche nach Indonesien. (Vgl. Pepper & Narayan 2022)

[xv] Im Landwirtschaftssektor werden neben einzelnen Start-ups und Apps von Konzernen wie Alphabet und Amazon, besonders über die hauseigenen Cloud-Services, digitale Infrastrukturen zur Verfügung gestellt, die es landwirtschaftlichen Betrieben ermöglichen sollen, effizienter zu wirtschaften (vgl. exemplarisch: Maschewski & Nosthoff 2022b).

[xvi] Kommunale Mobilitätsplattformen wie die App Jelbi (Berliner Verkehrsbetriebe) sind hier ein Beispiel. Sie erweitern das Angebot des ÖPNV, indem sie digitale Zugänge zu ihren aber auch anderen Verkehrsmitteln (E-Roller etc.) bereitstellen.

[xvii] Im Falle Twitters, das über die Academic Access API Wissenschaftler:innen ermöglicht, auf Tweets zurückzugreifen, hat die Deutsche Nationalbibliothek reagiert und versucht in einer konzertierten Aktion seit Februar 2023 einen großen Teil der knapp vier Milliarden deutschsprachigen Tweets zu archivieren. Deutsche Nationalbibliothek (2023): „Deutschsprachiges Twitter archivieren – machen Sie mit!“. https://www.dnb.de/DE/Professionell/Sammeln/Sammlung_Websites/twitterArchiv.html [letzter Zugriff: 23.02.2023].

Bibliographie

Amnesty International (2022): „The Social Atrocity. Meta and the Right to Remedy for the Rohingya“: <https://www.amnesty.de/sites/default/files/2022-09/Amnesty-Bericht-Myanmar-Rohingya-Meta-Facebook-Hassbotschaften-September-2022.pdf> [letzter Zugriff 23.02.2023.]

Anders, Günther (2018[1956]): Die Antiquiertheit des Menschen I. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. 4. durchgesehene Auflage. München: C.H. Beck.

Bammé, Arno (2008): Wissenschaft im Wandel. Bruno Latour als Symptom. Marburg: Metropolis Verlag.

Baron, Luis Fernando (2012): „More than a Facebook Revolution: Social Movements and Social Media in the Egyptian Arab Spring“. In: International Review of Information Ethics (IRIE), 18: S. 84-92.

Bekiempis, Victoria (2022): „Musk posts baseless conspiracy theory about Paul Pelosi attack on Twitter“. In: The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2022/oct/30/elon-musk-twitter-baseless-conspiracy-theory-paul-pelosi-attack> [letzter Zugriff: 23.02.2023].

Davies, William (2018): Nervous States. How Feeling took over the World. London: Jonathan Cape.

Deutsche Nationalbibliothek (2023): „Deutschsprachiges Twitter archivieren – machen Sie mit!“. https://www.dnb.de/DE/Professionell/Sammeln/Sammlung_Websites/twitterArchiv.html [letzter Zugriff: 23.02.2023].

Fisher, Angelina & Thomas Streinz (2022): „Confronting Data inequality“. In: Columbia Journal of Transnational Law, 60(3): S. 829-956.

Habermas, Jürgen (1977[1973]): „Öffentlichkeit (ein Lexikonartikel) 1964“, in: Hrsg. v. dems., *Kultur und Kritik*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 61–69.

Habermas, Jürgen (1990[1962]): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (2021): „Überlegungen und Hypothesen zu einem erneuten Strukturwandel der Öffentlichkeit“. In: Martin Seeliger, Sebastian Seignani (Hrsg.). *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit?, Leviathan – Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaft*, Sb 37, Baden-Baden: Nomos, S. 470-500.

Hoppenstedt, Max (2022): „Ich habe Elon Musk auf Twitter angeschrieben und wurde unmittelbar danach gesperrt“. In: Spiegel Online: <https://www.spiegel.de/netzwelt/twitter-sperrt-erneut-bekannt-journalistin-nach-tweet-an-elon-musk-a-e1cb6b70-77b5-4fe7-be70-f372a4393a07> [letzter Zugriff: 23.02.2023].

Jackson, Sarah (2023): „Elon Musk says Twitter will open source its algorithm next week after supporting the idea for months“. In: Business Insider: <https://www.businessinsider.com/elon-musk-twitter-will-open-source-its-algorithm-next-week-2023-2> [letzter Zugriff: 23.02.2023].

Laack, Stephan (2022): „Kein Ukrainer wird deinen Tesla-Scheiß kaufen“. In: Ard Tagesschau: <https://www.tagesschau.de/ausland/europa/musk-ukraine-101.html> [letzter Zugriff: 2.03.2023].

Latour, Bruno (1990): „Technology is society made durable“. In: *The Sociological Review*, 38(1S): S. 103–131.

Levin, Sam (2018): „Elon Musk calls British diver in Thai cave rescue ‘pedo’ in baseless attack“. In: *The Guardian*: <https://www.theguardian.com/technology/2018/jul/15/elon-musk-british-diver-thai-cave-rescue-pedo-twitter> [letzter Zugriff: 2.03.2023]

Li, Yiyi & Ying Xie (2020): „Is a Picture Worth a Thousand Words? An Empirical Study of Image Content and Social Media Engagement“. In: *Journal of Marketing Research*, Vol. 57(1): S. 1-19.

Lovink, Geert (2022): *In der Plattformfalle. Plädoyer zur Rückeroberung des Internets*. Bielefeld: transcript.

Lovink, Geert & Ned Rossiter (2018): „Organization after Social Media“. In: *Minor Compositions*. <https://www.minorcompositions.info/?p=857> [letzter Zugriff: 23.02.2023].

Marcuse, Herbert (1965): „Industrialisierung und Kapitalismus“. In: Otto Stammer (Hrsg.). *Max Weber und die Soziologie heute: Verhandlungen des 15. Deutschen Soziologentages in Heidelberg 1964*. Tübingen: Mohr Siebeck, S. 161-180.

Maschewski, Felix & Anna-Verena Nosthoff (2019): „Netzwerkaffekte. Über Facebook als kybernetische Regulierungsmaschine und das Verschwinden des Subjekts“, In: Rainer Mühlhoff, Anja Breljak, Jan Slaby (Hrsg.). *Affekt Macht Netz. Auf dem Weg zu einer Sozialtheorie der Digitalen Gesellschaft*. Bielefeld: transcript, S. 55-80.

Maschewski, Felix & Anna-Verena Nosthoff (2021): „Der plattformökonomische Infrastrukturwandel der Öffentlichkeit: Facebook und Cambridge Analytica revisited“. In: Martin Seeliger; Sebastian Seignani (Hrsg.). *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? Leviathan – Berliner Zeitschrift für Sozialwissenschaft*, Sb 37. Baden-Baden: Nomos: S. 320-341.

- Maschewski, Felix & Anna-Verena Nosthoff (2021b): „Die Macht der Metamedien“. In: Philosophie Magazin. Impuls: <https://www.philomag.de/artikel/die-macht-der-metamedien> [letzter Zugriff: 3.03.2023].
- Maschewski, Felix & Anna-Verena Nosthoff (2022a): „Überwachungskapitalistische Biopolitik: Big Tech und die Regierung der Körper“. In: *Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 32: S. 429-455.
- Maschewski, Felix & Anna-Verena Nosthoff (2022b): „Big Tech and the Smartification of Agriculture: A Critical Perspective“. In: *IT for Change (eds.), The State of Big Tech*: <https://projects.itforchange.net/state-of-big-tech/big-tech-and-the-smartification-of-agriculture-a-critical-perspective/> [letzter Zugriff: 23.02.2023].
- Mattern, Shannon (2021): *A City Is Not a Computer. Other Urban Intelligences*. Princeton (NJ): Princeton University Press.
- Mildner, Thomas & Gian-Luca Savino (2021): „Ethical User Interfaces: Exploring the Effects of Dark Patterns on Facebook“. In: *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Extended Abstracts (CHI '21 Extended Abstracts)*, May 8–13, 2021, Yokohama, Japan. <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/3411763.3451659> [letzter Zugriff: 23.02.2023].
- Milmo, Dan (2022): „How ‘free speech absolutist’ Elon Musk would transform Twitter“. In: The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2022/apr/14/how-free-speech-absolutist-elon-musk-would-transform-twitter> [letzter Zugriff: 23.02.2023].
- Miyazaki, Shintaro (2022): *Digitalität tanzen. Über Commoning & Computing*. Bielefeld: transcript.
- Morozov, Evgeny (2019): „Digital Socialism? The Calculation Debate in the Age of Big Data“. In: *New Left Review*, 116/117: S. 33-66.
- Muldoon, James (2022): *Platform Socialism. How to Reclaim our Digital Future from Big Tech*. London: Pluto Press.
- Nechushtai, Efrat; Zamith, Rodrigo & Seth C. Lewis (2023): „More of the Same? Homogenization in News Recommendations When Users Search on Google, YouTube, Facebook, and Twitter“. In: *Mass Communication and Society*: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15205436.2023.2173609> [letzter Zugriff 2.03.2023].
- Nosthoff, Anna-Verena & Felix Maschewski (2017): „‘Democracy as Data’ – Über Cambridge Analytica und die ‚moralische Phantasie‘“. In: *Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken*. Blog: <https://www.merkur-zeitschrift.de/2017/02/06/democracy-as-data-ueber-cambridge-analytica-und-die-moralische-phantasie/> [letzter Zugriff 23.02.2023].
- Pasquale, Frank (2015). *The Black-Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Pepper, Robert & Bravishma Narayan (2022): „Meta’s subsea cable investments expected to contribute over half a trillion dollars to Asia-Pacific and European economies by 2025“: <https://tech.facebook.com/engineering/2022/2/economic-impact-subsea-cables/> [letzter Zugriff: 23.02.2023].
- Piétron, Dominik (2021): „Plattform-Kommunalismus. Für eine technopolitische Infrastrukturoffensive von unten.“ In: Rosa Luxemburg Stiftung (Hrsg.). *Standpunkte 4*. https://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/sonst_publicationen/Standpunkte_4-2021.pdf [letzter Zugriff: 23.02.2023].
- Rathje, Steve; Van Bavel, Jay J. & Sander van der Linden (2021): „Out-group animosity drives engagement on social media“. In: *PNAS*, 118(26): S. 1-9.
- Reckwitz, Andreas (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*, Berlin: Suhrkamp.

Schmidt, Eric; Cohen, Jared (2013): Die Vernetzung der Welt. Ein Blick in unsere Zukunft. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Scholz, Trebor (2016): „Platform Cooperativism. Challenging the Corporate Sharing Economy“. In: Rosa-Luxemburg-Stiftung (Hrsg.). New York Office: https://eticasfoundation.org/wp-content/uploads/2019/03/Scholz_Platform-Cooperativism.pdf [letzter Zugriff: 23.02.2023].

Shannon, Claude & Warren Weaver (1949): The Mathematical Theory of Communication. North Yorkshire: Combined Academic Publishers.

Staab, Philipp (2019): Digitaler Kapitalismus. Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit. Berlin: Suhrkamp.

Stark, Birgit; Magin, Melanie & Pascal Jürgens (2021): „Maßlos überschätzt. Ein Überblick über theoretische Annahmen und empirische Befunde zu Filterblasen und Echokammern“. In: Mark Eisenegger et al. (Hrsg.). Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Wiesbaden: Springer, S. 303-321.

Törnberg, Petter (2022): „How digital media drive affective polarization through partisan sorting“. In: *PNAS*, 119(42): S. 1-11.

Vogl, Joseph (2021): Kapital und Ressentiment. Eine kurze Theorie der Gegenwart. München: C.H. Beck.

Vosoughi, Soroush; Roy, Deb & Sinan Aral (2018). „The spread of true and false news online“. In: *Science* 359, 6380: S. 1146–1151.

Wall Street Journal (2021): The Facebook Files. A Wallstreet Journal Investigation. <https://www.wsj.com/articles/the-facebook-files-11631713039> [letzter Zugriff 23.2.2023].

Weiser, Mark (1999): „The Computer for the 21st Century“. In: *ACM SIGMOBILE Mobile Computing and Communications Review*, 3(3): S. 3-11.

Zuboff, Shoshana (2018): Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus. Frankfurt am Main/New York: Campus.