

Medien – Netze – Plattformen

„Die Zeitschrift gehört als Kategorie in eine liberale Epoche, in eine Zeit, die an Diskussion und Gespräch glaubt, also in ein romantisches Zeitalter.“ (Carl Schmitt, 1925)

Technologie entwickelt sich schnell, die akademische Einteilung der Disziplinen ist aber konservativ und tief im 19. Jahrhundert verwurzelt. Während viele sich fragen, was es mit der Medientheorie auf sich hat, wie sie sich zu den Cultural Studies verhält und wie die Zukunft der Geisteswissenschaften im digitalen Zeitalter aussehen wird, entwickelt sich die Gesellschaft längst in eine andere Richtung. Die monopolistischen Plattformen sind keine Medien und nicht einmal Netze. Derzeit erleben wir einen *quantitative turn*, wobei die Sozialwissenschaften unter dem Stichwort Big Data wiederbelebt werden und die kritischen Stimmen (sprich die Theorie) marginalisiert werden. Gleichzeitig verringern sich die technischen Kompetenzen der StudentInnen rasch, weil sich niemand verantwortlich fühlt für das notwendige Erlernen von Programmiersprachen. Alle verwenden Facebook, während niemand in der Lage zu sein scheint, sich damit kritisch und jenseits von Gut und Böse auseinanderzusetzen. Was tun?

Die erste Phase des Internets kommt zum Ende – sie ist in ihren Eigenarten bekannt und muss nicht mehr vorgestellt werden. Alle benutzen das Internet, jeder weiß, was auf dem Spiel steht. Es geht nicht länger darum, die Essenz zu erfassen (was es mit dem Internet auf sich hat), sondern es geht um eine Folgenabschätzung (was das Internet jetzt und auf lange Sicht bewirkt). Gleichzeitig verschiebt sich die Diskussion von der Sichtbarkeit der Benutzeroberfläche in Richtung einer unsichtbaren Datensammlung für Überwachung und Kommerzzwecke. Jetzt dreht sich alles um die Synthese des Interneteinsatzes in Einzelgebieten: um die Verbindung aller Datenströme. Unklar bleibt, ob nach dem digitalen Dezisionismus eine Art Aufklärung folgen wird. Der Begriff „digitale Aufklärung“ bleibt daher Neuland und die traditionellen Philosophen und Medientheoretiker schweigen. Für sie bleibt, wie bei Moses, das Internet versprochenes Land. Stattdessen sind Europas Hipster gefragt: bei der Begriffsprägung und der Umsetzung in Software, in Projekten, in tatsächlichen Vernetzungszusammenhängen. Gehen die Begriffe „digital“ und „Aufklärung“ überhaupt zusammen?

Es geht um das Neudenken des Zusammenhangs zwischen Medien, Netzwerken und Plattformen. Wie verhalten sich diese drei Begriffe zueinander? Man kann sagen, dass es sich bei diesen drei Konzepten um Assemblagen handelt, wenn man Deleuze folgen will; vielleicht gibt es dazu auch eine historische Chronologie: Nach dem goldenen Medienzeitalter der 1980er-Jahren ging es in den 1990er-Jahren um Netze; heutzutage – als gewisse historische Notwendigkeit durch die Größe des Internets bedingt – steht der Begriff Plattform im Mittelpunkt.

Das von mir 2004 gegründete Institut für Netzkultur (www.networkcultures.org) in Amsterdam realisiert viele Projekte im Netz, gemeinsam mit anderen anderswo. Eines der Projekte, das mir persönlich besonders gefällt, ist *Society of the Query*. Es geht dabei um die Politik und Ästhetik von Suchmaschinen. Suchmaschinen sind für mich symptomatisch für das, was heutzutage passiert: Sie sind im Verschwinden begriffen. Die Suchmaschinen selbst werden immer wichtiger, immer mehr benutzt, aber wir bemerken es immer weniger. Die Art und Weise, wie Suchmaschinen funktionieren – vor allem die nach wie vor geheimen Algorithmen – steht in grundlegendem Konflikt mit der heute aktuellen Frage nach den sozialen Medien. Sie sind das genaue Gegenteil der visuellen Plattformen wie Instagram, Snapchat und YouTube. Die Vorherrschaft von Google steht mittlerweile nicht mehr zur Debatte. Umso mehr hat es mich gefreut, dass Angela Merkel auf den Münchner Medientagen 2016 diese Suchmaschinenfrage, die Politik des Suchens, angedeutet und mehr Transparenz im Hinblick auf die verwendeten Algorithmen gefordert hat. Wir sind immer noch dabei, herauszufinden, wer hinter den Kulissen in Berlin dieses Verhalten Merkels angesteuert hat. Das ist ein Beispiel dafür, warum *Society of the Query* sehr nah an unserer Lebensrealität ist. Dasselbe gilt für unsere Wikipedia-Forschung. Wikipedia steckt mitten in einer Krise; das größte Non-Profit-Projekt im Netz stagniert und läuft Gefahr, zu verschwinden. Immer weniger Leute – vor allem immer weniger junge – tragen zu Wikipedia bei. Die Frage, welche Internetkultur vorherrscht, steht hier im Vordergrund: Die mittlerweile fünfzehn Jahre alten Strukturen der Internet Governance haben sich nicht geändert und *the white male geek* hat immer noch das Sagen über das Projekt – trotz Feminismus-Kritik, trotz postkolonialer Versuche. Viele Forscher haben dazu Kommentare abgegeben und versucht, dieses wichtige Projekt zu steuern und in irgendeiner Form dazu beizutragen. Ich sehe meinen, unseren Beitrag (unter den Nenner *critical point of view*) nach wie vor als besonders konstruktiv an; ich bin kein Wikipedia-Gegner und möchte ganz im Gegenteil, dass dieses wichtige Non-Profit-Projekt weitergeht und ausgebaut wird.

In den letzten Jahren hatte unser Institut immer weniger Gelder zur Verfügung, deswegen haben wir Versuche angestellt, was wir mit wenig Ausgaben – notfalls auch ganz ohne Geld – realisieren können: nämlich Veröffentlichungsreihen. Es geht hier vor allem um das Format des EPUB. Wir haben das PublishingLab gestartet, in dem wir wichtige Forschungsprojekte, auch mit Industriepartnern, umsetzen. Seit 2015 existiert eine Reihe mit längeren Texten, ähnlich wie man das im Netz von Seiten wie medium.com kennt. Dies sind sogenannte *longforms* oder *longreads* mit einer Länge von etwa 4.000 bis 7.000 Wörtern. Sie sind vor allem bei Jugendlichen sehr beliebt, weil sie nicht so sehr in einem akademischen Kontext eingebettet zu sein scheinen und sich als einzelne, eigenständige Aufsätze lesen lassen. Einige Male im Jahr veröffentlichen wir auch Texte mit etwa 20.000 Wörtern. Daneben gibt es auch Anthologien (*readers*) und kleine Taschenbücher. Kürzlich haben wir unsere erste eigene Crowdfunding-Kampagne gestartet. Bisher hatten wir das nur für andere betrieben und das Thema er-

forscht und Crowdfunding-Forschung integriert, jetzt machen wir auch selbst Erfahrungen damit. Eine immer größere Anzahl unserer Projekte realisieren wir mit externen Partnern, darunter ist auch eines, das direkt mit Netzkritik zu tun hat. Was bedeutet Netzkritik heutzutage, wie kann man von innen heraus etwas kritisieren – nicht als Außenseiter, sondern als Mitbeteiligter? Es geht da beispielsweise um die Zukunft der Kunstkritik im digitalen Zeitalter – um eine Auseinandersetzung mit der Tatsache, dass in Zeitungen, Fachzeitschriften, in Radio und Fernsehen die Besprechungen immer weniger werden, dafür aber die Möglichkeiten im Netz stark zugenommen haben. Bei dieser Umstellung möchten wir die nächste Generation von Kunstkritikern unterstützen. Ein weiteres Thema, an dem wir uns nicht nur forschend, sondern auch aktiv beteiligen, ist die Debatte rund um Bitcoin und Blockchain. Amsterdam ist genauso wie beispielsweise London und Frankfurt am Main ein Finanzknoten; da ist es wichtig, dass wir nah dran sind an der Funktionsweise einer solchen Stadt.

In den Zeiten nach Edward Snowden gibt es in den Niederlanden Versuche, sich konstruktiv an der Kryptografie-Debatte zu beteiligen und Beiträge zu Ästhetik und Design zu liefern; man könnte beinahe sagen, dass in Amsterdam momentan viel in Richtung Kryptodesign entwickelt und geforscht wird. Wir sind der Überzeugung, dass dabei vor allem das Interface besonders wichtig ist. Es gibt sehr viele sichere Projekte, die aber kein Interface haben; diese Projekte gehen unter, weil man die Software nicht oder nur schwer benutzen kann.

All die eben beschriebenen Beispiele verdeutlichen meine Methode als Forscher – falls man sagen kann, dass ich als Anhänger von Paul Feyerabend überhaupt eine Methode habe. Kernpunkt der Arbeit am Institute for Network Cultures ist es, die Themen zu identifizieren, die in den nächsten fünfzehn Jahren eine Rolle spielen werden. Wir versuchen, die Kritik also nicht an dem anzusetzen, was passiert ist, sondern an dem, was künftig ansteht. Wenn die europäische Kritik eine Rolle spielen soll, muss sie zukunftsgerecht sein, sie muss in die Zukunft schauen und nicht nur das Bestehende reflektieren. Eine Analyse der bestehenden Massenkultur reicht nicht aus – unsere Aufgabe ist es, kritische Konzepte zu entwickeln.

Kommen wir zurück zur Frage nach den Mediennetzplattformen. Ausgangspunkt ist für mich die Medientheorie. Auf einer ganz persönlichen Ebene waren es – als ich in den 1980er-Jahren den Entschluss gefasst hatte, Medientheoretiker zu werden, ohne eine Vorstellung davon zu haben, was das genau bedeutet – Klaus Theweleit und Friedrich Kittler, die mit ihren Schriften den größten Einfluss auf mich hatten. Sie stehen für mich vor allem für eine Medientheorie, die sich einerseits der darin wirkenden psychoanalytischen Strukturen bewusst ist und andererseits ihre Wurzeln im Zweiten Weltkrieg anerkennt. Die Kybernetik entstammt diesem Krieg; daran sollten wir durchaus denken, wenn wir heute einen Computer oder ein Smartphone sehen. Ich bin kein Historiker, aber wir haben schon in den 1980er-Jahren – also noch bevor die Netzgeschichte begonnen hat – versucht, dieses historische Bewusstsein in Konzepte einzubetten.

Es lässt sich leicht eine Chronik des Weges von Mediennetzen zu Plattformen – und insgesamt des Internets – erstellen: Auf die bis 1997 dauernde Anfangsphase, in der wir als Aktivisten und Künstler noch geglaubt haben, eine Rolle zu spielen, folgte die Hochzeit von E-Commerce und Dotcom. Spätestens 2001 kam mit 9/11 der große Bruch – die Bezeichnung Web 2.0 kam auf, Blogs und User Generated Content wurden populär, Google begann seine Erfolgsstory. Die vierte Phase, an deren Ende wir uns momentan befinden, begann nach 2008. Interessant ist, dass neuerdings Verwirrung über den Netzbegriff besteht: In Italien beispielsweise wird die Bezeichnung Social Networking Sites verwendet, nicht aber Social Media, wie anderswo. Mark Zuckerberg selbst weist darauf hin, dass Facebook keine Medienfirma, sondern ein Technologieunternehmen ist. Spannend ist also die Frage, ob sich der Netzbegriff in der Zukunft wiederbeleben lässt oder ob er völlig verschwinden wird. Vernetzung – die nicht mehr nötig und teilweise auch gefährlich ist – ist nicht mehr angesagt. 2016 ist das Buch *The Stack* von Benjamin Bratton erschienen, in dem er – in fast hegelscher Synthese – eine Megastruktur entwirft. Der *Stack* hat laut Bratton verschiedene Schichten: Earth, Cloud, City, Address, Interface und User. Interessant ist Brattons Buch vor allem vor einem Design- und Ästhetikhintergrund, eigentlich ist es aber eine geisteswissenschaftliche Arbeit und, so könnte man sagen, eine Art Nachfolger von Lev Manovichs *The Language of New Media* von 2001. Interessanterweise lehrt Bratton am selben Institut der University of California in San Diego wie damals Manovich, als *The Language of New Media* herauskam. Manovich versuchte darin, eine Gesamtheorie zu entwickeln, in der auch der Begriff Plattform eine wichtige Rolle spielt. Sowohl Netze als auch der Medienbegriff kommen nicht mehr vor; Sichtweisen der Kommunikationswissenschaften werden überwunden. Das heißt nicht, dass wir nicht mehr kommunizieren oder dass es keine Medien mehr gibt – der Begriff der Plattform impliziert, dass alles Teil einer großen Infrastruktur ist. Wir haben es tatsächlich mit einer infrastrukturellen Wende zu tun. Die digitale Infrastruktur geht dabei in ganz neue Richtungen – Alltag, Gesundheitswesen, Agrarwissenschaften und so weiter – und gewinnt zunehmend politische, beinahe sogar marxistische Aspekte. Ein Beispiel: Es findet eine Verschiebung vom Kommunizieren via Facebook hin zu alltagsbezogenen Plattformen wie Uber oder Airbnb statt. Die Verwendung des Infrastruktur- und Plattformbegriffs hat durchaus – das nur als kurzer Hinweis, da wir uns hier ja auf Aspekte der sozialen Medien konzentrieren wollen – auch marktwirtschaftliche Implikationen, bei denen es beispielsweise um die Frage geht, in wessen Eigentum sich die Plattformen befinden.

2011 – in einem weltpolitisch wichtigen Jahr mit dem Arabischen Frühling, der Bewegung der Plätze und Occupy – haben wir die Initiative *Unlike Us* gestartet, bei der es um die ganz einfache Frage geht, ob es alternative soziale Medienarchitekturen – Alternativen vor allem zu Facebook – gibt. Vorrangig geht es dabei um die Forderung nach mehr Komplexität. Die einzige Komplexität, die die Social-Media-Unternehmen bislang akzeptieren, ist die mit Big Data und den damit einhergehenden technischen

Herausforderungen verbundene. Vor allem in Europa gibt es zahlreiche Ideen, wie sich die sozialen Medien umgestalten oder anders organisieren lassen. Nehmen wir beispielsweise die Debatte über die Dislike-Buttons auf Facebook (die erste Kampagne dazu gab es schon 2006!): Indem sich Facebook dem verweigert, nimmt das Unternehmen bewusst hin, dass Kritik unterdrückt wird. Unzufriedenheit muss sich also auf eine andere Weise ausdrücken. Vielleicht spielt dieser Aspekt auch in der Diskussion um die Rolle der sozialen Medien innerhalb des Präsidentschaftswahlkampfes von Donald Trump mit.

Als Phänomen sehr interessant finde ich Plug-ins, die es schon seit langer Zeit gibt – ein Beispiel ist der unglaubliche Erfolg des Adblockers, der wie alle anderen Plug-ins ganz klein angefangen hat und dann zu großem Einfluss gekommen ist. Man darf nicht vergessen, dass auch der Adblocker eine Form der Kritik und des Widerstandes ist. Widerstand gegen Facebook kommt natürlich auch aus Wien: Die nun schon lang andauernde Kampagne von Max Schrems kann man in ihrer Bedeutung kaum überschätzen. Auch die Abwanderung der Kids von Facebook in Richtung WhatsApp und Instagram hat teilweise mit der Entstehung einer neuen sozialen Medienstruktur zu tun. Es ist bekannt, dass WhatsApp und Instagram als unabhängige Firmen angefangen haben, jetzt aber zum Zuckerberg-Imperium gehören und ihre Unabhängigkeit aufgeben mussten. Dass diese Unternehmen, die eigentlich Alternativen zu Facebook sind, nun Teil davon geworden sind, ist eigentlich eine tragische Geschichte. Deutlich wird dabei auch, dass die Logik von Start-ups aus dem Silicon Valley für diesen Bereich nicht funktioniert – alternative soziale Medien werden nicht von Start-ups geschaffen. Ich bin stark beeinflusst von Michael Seemann (2015), dessen Texte wir auf Englisch herausgebracht haben: Er arbeitet mit dem zentralen Begriff des Kontrollverlustes, auch als psychologische Kategorie. Nach den Enthüllungen von Edward Snowden haben sehr viele Menschen gesehen, dass sie keine Kontrolle über ihre eigenen Geräte, ihren Computer, ihre Netzumgebung haben. Vor allem in Ländern wie Deutschland, in denen die Privacy-Debatte wichtig ist, hat diese Einsicht großen Einfluss gehabt, auch als Ausgangspunkt einer Neueinschätzung von sozialen Medien. Das Buch *Reverse Engineering Social Media* von Robert W. Gehl ist ein weiterer Versuch, die Frage der sozialen Medien aus infrastruktureller Sichtweise zugänglich zu machen. Zukunftsprägend ist meiner Ansicht nach die Prämisse, dass alternative soziale Medien nicht auf der Ebene von Apps, Software oder Interfaces stecken bleiben dürfen, sondern auf allen Ebenen – von der Hardware bis hinauf zur Regulierung in der Anwendung – eingeführt werden müssen.

Slavoj Žižek verfolgt schon längere Zeit die These, dass an die Stelle der gesellschaftlichen Angst vor bösen Absichten das Management des widersprüchlichen Bewusstseins getreten ist. Sehen wir die sozialen Medien als Ideologie, dann entspricht das durchaus der Lage, in der wir uns befinden: Wir wissen, dass wir abgehört werden; wir wissen, wie Marketing und Werbung funktionieren – und dennoch benutzen wir die sozialen Medien. Ihr technisches Potenzial muss nicht mehr erforscht, ihre Ziele

nicht mehr dekonstruiert werden; diese Phase haben wir hinter uns. Das Internet hat seine hegemoniale Phase erreicht, und wenn es in den letzten Jahrzehnten vielleicht noch zu früh war, um die millionenfache Nutzung des Internets rund um die Uhr – 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche – mit den tiefen Strukturen des Unterbewusstseins zu verbinden, so sind wir inzwischen vollständig in die Zeit der sozialen Medien eingetaucht. Das heißt für die Mehrzahl der Benutzer, dass sie nicht mehr wissen und wahrnehmen, dass sie soziale Medien verwenden. Die Handbewegungen auf Smartphones und Tablets – zu diesem Thema gibt es interessante Studien – sind automatisch geworden. Vor allem wenn man Jugendliche beobachtet, fällt auf, wie unbewusst sie mit dieser Mediennutzung umgehen. Aufgabe muss es sein, Technik und Psyche in neuer Form zusammen zu denken. Ende der 1970er-Jahre entwickelte Louis Althusser seine Definition von der Ideologie als Interpellation des Subjekts. Wir können dies auf die sozialen Medien und auf den in ihnen stattfindenden Prozess der Nutzerwerdung übertragen. Das Subjekt ist der Nutzer – wir werden im Internet immer als Nutzer angesprochen. Vor dem Eintritt in die sozialen Medien muss das Profil ausgefüllt werden; nur damit bekommen wir Zugang zu ihnen. Profilierung und gezielte Werbung können ohne das Profil nicht funktionieren. Viele alternative soziale Medien setzen deshalb bei der Vernichtung des Profils an und – das gehört zusammen – bei der Befreiung von der Profilierung. Die Plattformen ihrerseits präsentieren sich als selbst-evident, sie sind einfach da. Laut Althusser leben wir innerhalb der Ideologie. Auf die Sphäre der sozialen Medien, in denen Subjekte als Nutzer adressiert werden, die ohne Profil nicht existieren, trifft diese Formel besonders zu. Die Ideologie entspricht der hochzentralisierten Top-down-Struktur der sozialen Medienarchitektur im Zeitalter des Plattformkapitalismus. Deswegen müssen wir uns vom Netzdiskurs, der inhaltlich nicht mehr zutreffend ist, verabschieden. Man kann durchaus für eine Rückkehr zu den Netzen plädieren; wenn wir aber die Dynamik des Internets studieren wollen, ergibt der Begriff Netz keinen Sinn mehr. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es viele Forscher als wesentlich ansehen, dass die Zentralisierung ein Ende nehmen muss. Das heißt, dass man die Cloud abbauen muss – und es gibt aktuell tatsächlich eine Krise im Cloud Computing. Natürlich wird nach wie vor in diesen Bereich investiert, aber sehr viele Benutzer – auch Unternehmen und Universitäten – bauen mittlerweile wieder ihre eigene Infrastruktur auf. Die den Netzen eigene Logik hat zur derzeit vorherrschenden Zentralisierung geführt. Wir müssen uns eingestehen, dass das – um es flapsig zu formulieren – Deleuze'sche Netzgetue zu Strukturen wie Facebook geführt hat. Forscher meiner Generation müssen sich die Frage gefallen lassen, warum nichts dagegen getan wurde, warum es keine Sabotage gegen diese ungeheure Zentralisierung gegeben hat. Mögliche Antworten könnten die Theorie der Federated Networks oder der Platform Cooperativism, wie ihn Trebor Scholz beschreibt, bieten. Auch die Ansprüche von Blockchains basieren auf der Rückkehr zu dezentralen Netzen, in einer zentralisierten Infrastruktur gibt es aber keine dezentralen Netze mehr. Ich arbeite momentan mit dem Begriff der organisierten Netze, in dem es auch um eine Kritik der

schwachen Verbindung, der *weak ties*, geht. Die Qualität der Beziehungen im Netz spielt eine wesentliche Rolle – genau diese strukturelle Arbeit wird wohl das sein, was uns in den kommenden Jahren beschäftigen wird.

Literatur

- Althusser**, Louis (1977): Ideologie und ideologische Staatsapparate. Aufsätze zur marxistischen Theorie. Hamburg-Berlin: VSA.
- Bratton**, H. Benjamin (2016): The Stack. On Software and Sovereignty. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Gehl**, Robert W. (2014): Reverse Engineering Social Media. Software, Culture, and Political Economy in New Media Capitalism. Philadelphia: Temple University Press.
- Manovich**, Lev (2001): The Language of New Media. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Scholz**, Trebor (2016): Platform Cooperativism. Challenging the Corporate Sharing Economy. New York: Rosa Luxemburg Stiftung.
- Seemann** Michael (2015): Digital Tailspin. Ten Rules for the Internet after Snowden. Network Notebooks 09. Amsterdam. Online: www.networkcultures.org/publications (28.3.2017)