

Feeds und spezielle Angebote für Unternehmen;¹⁵⁴ *YouTube* bietet seit einiger Zeit einen eigenen *Musikstreamingdienst* an usw.

Dennoch ist es wichtig zu typologisieren, um einen Überblick über die Plattform-ökosysteme zu erlangen, was insbesondere dann relevant ist, wenn Aspekte der Meinungsäußerungsfreiheit untersucht werden. Unterschiedliche Plattformen haben unterschiedliche Affordanzen bzgl. ihrer Expressionsmöglichkeiten und hinsichtlich ihres invektiven Potenzials. Gerade diese Unterschiede werden nun im nächsten Abschnitt vorgestellt.

3.3 Plattformaffordanzen und Invektivität

Für ein noch tieferes Verständnis davon, welches (invektive) Potenzial in digitalen Plattformen steckt, eignet sich das Konzept der Affordanzen (»Affordances«).¹⁵⁵ »Affordance is a term used to describe the potential uses or actions latent in materials and designs. [Herv.i.O.]«¹⁵⁶ Affordanzen beschreiben also die latenten Möglichkeitsbedingungen, die in einem Artefakt, einem Objekt, einem Design, einer (digitalen) Architektur bzw. Infrastruktur usw. stecken.¹⁵⁷ Schon die Ableitung des Wortes aus dem Verb »to afford something«, zu Deutsch »sich etwas leisten« bzw. »etwas bieten« weist auf den Angebotscharakter bzw. das Auffordernde des Begriffs hin.¹⁵⁸

Es ist sinnvoll, das Konzept in Bezug auf digitale Plattformen, insbesondere Soziale Medien, zu verwenden, denn »[t]o be sure, a specific form can be put to use in unexpected ways that expand our general sense of that form's affordances.«¹⁵⁹ Die Rede von Affor-

154 Vgl. Neusch, Juliane (16.11.2021). Wie funktioniert Facebook? Einfach und verständlich erklärt, *chip.de*, abgerufen am 13.01.2022, von: https://praxistipps.chip.de/wie-funktioniert-facebook-einfach-und-verstaendlich-erklart_41697.

155 Transparenzhinweis: Gemeinsam mit Katja Kanzler und Albrecht Dröse ist der Autor der vorliegenden Arbeit an einem Sammelbandbeitrag mit dem Titel »Affordanz und Invektivität« beteiligt, der Ende 2024 bei *Campus* erscheinen wird.

156 Levine, Caroline (2017). *Forms: Whole, Rhythm, Hierarchy, Network*, New Haven: Princeton University Press, S. 6.

157 Vgl. Zillien, Nicole (2019). *Affordanz*, in: Liggieri, Kevin & Müller, Oliver (Hg.). *Mensch-Maschine-Interaktion*, Stuttgart: J.B. Metzler, S. 226–228.

158 Vgl. PONS (oJ). *afford*, abgerufen am 19.01.2022, von: <https://de.pons.com/%C3%BCbersetzung/englisch-deutsch/afford>. Der Affordanzbegriff wird derzeit in diversen Disziplinen genutzt und geht auf Arbeiten James J. Gibsons aus den 1960er und 1970er Jahren zurück. Gibson beschäftigt sich mit der menschlichen Wahrnehmung der Umwelt und beschreibt diese als wechselseitige und aktive Beziehung. Er wandte sich damit gegen die Vorstellung einer statischen Umwelt. So werden nicht bloß die Eigenschaften von Dingen, sondern auch ihre Angebotsstrukturen bzw. Handlungsofferten durch die Subjekte wahrgenommen, also ihre Affordanzen. Die Anverwandlung der Welt geschieht also aktiv – so auch auf digitalen Plattformen, was eben auch eine invektive Nutzung einschließt. Vgl. Cirucci, Angela M. (2017). *Normative Interfaces: Affordances, Gender, and Race in Facebook*, in: *Social Media + Society* 3 (2), S. 1–10, hier: S. 2; Fox, Richard; Panagiotopoulos, Diamantis & Tsouparopoulou, Christina (2015). *Affordanz*, in: Meier, Thomas; Ott, Michael R. & Sauer Rebecca (Hg.). *Materielle Textkulturen: Konzepte – Materialien – Praktiken*, Berlin/Boston: DeGruyter, S. 63–70, hier: S. 63–65.

159 Levine (2017). *Forms*, S. 6.

danken ruft Möglichkeitsräume ins Bewusstsein, die durch digitale Plattformen eröffnet werden. Mit der Verwendung des Konzepts gelingt eine *Verbindung zwischen Technikdeterminismus und menschlicher Willenskraft* als treibenden Kräften gesellschaftlicher Konfiguration und Strukturierung.¹⁶⁰ »Die Idee der Affordanz ist eine Art abgeschwächter Technikdeterminismus, der davon ausgeht, dass Technologie zwar keine Struktur vorgibt, sie aber unter Umständen ermöglicht und/oder wahrscheinlich macht.«¹⁶¹ Affordanzen legen gewisse Nutzungsweisen aktiv nahe. Welchen Nutzen jedoch hat der Affordanzbegriff im Zusammenhang mit der Beschäftigung mit Invektivität, digitalen Plattformen und Herausforderungen für die Meinungsäußerungsfreiheit?

Ganz zu Beginn der Auseinandersetzung mit dem Affordanzbegriff ist auf eine Schlüsselaaffordanz des Internets und umso mehr der digitalen Plattformen und Sozialen Medien zu verweisen, nämlich die Möglichkeit, unkompliziert und kostengünstig Verbindungen auf einem globalen Level herzustellen.¹⁶² Dies impliziert die Möglichkeiten und die Aufforderung zu kommunizieren, was auch den Austausch von Invektiven sowie die Etablierung invektiver Konstellationen und Dynamiken einschließt.

Eine Studie Angela Ciruccis zu Affordanzen von *Social Network Sites* und deren Implikationen hinsichtlich der Wahrnehmung marginalisierter Gruppen gibt einen entscheidenden Hinweis zum Zusammenhang von Plattformen, Meinungsäußerungsfreiheit und Invektivität: So schließt sie: »Thus, I argue, to study affordances is to study the negotiation that happens between users *and* designers through the created interface [Herv.i.O.].«¹⁶³ Dieser Befund kann auch für die digitalen Plattformen verallgemeinert werden: »Was auf digitalen Plattformen passiert, ist [...] ein Produkt aus zwei Faktoren: den Algorithmen und Regeln der Plattform sowie dem Verhalten der Nutzerinnen und Nutzer.«¹⁶⁴ Die Beschäftigung mit Plattformaffordanzen kann also zu einem präziseren Verständnis der menschlichen und technischen Aspekte invektiven Geschehens auf digitalen Plattformen führen. Denn selbst wenn Plattformen nur Nutzungsmöglichkeiten in engen Grenzen vorsehen, gibt es immer wieder Menschen, die neue Nutzungsformen erdenken und durchführen. Solches schließt auch invektive Nutzungsformen ein.

Seit dem Aufkommen der Plattformen verändern sich die Nutzungsformen, die Nutzungsmöglichkeiten und die öffentliche Debatte über sie beständig. Die Diskussionen darüber erstrecken sich von Versprechungen der Plattformbetreiber:innen, die sich in sog. »Mission- oder Visionstatements« – wie »[d]ie Informationen dieser Welt zu orga-

160 Vgl. Seemann (2021). *Die Macht der Plattformen*, S. 16.

161 Ebd.

162 Vgl. Tufekci, Zeynep (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*, New Haven/London: Yale University Press, S. XXIV.

163 Cirucci (2017). *Normative Interfaces*, S. 2.

164 Schallbruch, Martin (2018). *Schwacher Staat im Netz: Wie die Digitalisierung den Staat in Frage stellt*, Wiesbaden: Springer, S. 98. Auch Gillespie verweist, ohne den Begriff zu nennen, auf die Affordanzen Sozialer Medien: »[...] recent work on the socio-technical dynamics of social media has made clear that platforms, in their technical design, economic imperatives, regulatory frameworks, and public character, have distinct consequences for what users are able to do, and in fact do.« Gillespie, Tarleton (2015). *Platforms Intervene*, in: *Social Media + Society* 1 (1), S. 1–2, hier: S. 1.

nisieren und sie allgemein zugänglich und nutzbar zu machen« (Google, 2023)¹⁶⁵ oder »[...] das Leben der Menschen zu bereichern und zu inspirieren, indem wir ein Zuhause für die Kreativität unserer Nutzer*innen sind und ihnen eine authentische, freudvolle und positive Erfahrung bieten« (TikTok, 2023)¹⁶⁶ – ausdrücken, über das Befreiungspotenzial der Plattformen¹⁶⁷ – wie z.B. im Zuge der Umwälzungen während des sog. *Arabischen Frühlings*¹⁶⁸ oder der Proteste in Hong Kong gegen die chinesische Regierung 2019¹⁶⁹ – bis hin zu dystopischen Überwachungsbefunden¹⁷⁰ – wie z.B. in der Diskussion um das Unternehmen *Cambridge Analytica* und seine Methoden deutlich wurde.¹⁷¹

In den letzten Jahren sind die digitalen Plattformen – trotz der für die Unternehmen positiven Entwicklungen wie enormer Steigerung von Nutzer:innenzahlen und Umsätzen – v.a. auch durch Negativschlagzeilen wegen Invektivgeschehens in der öffentlichen Debatte präsent gewesen. Z.B. dann, wenn es um die Rolle von Hasskommentaren vor und nach einem rechtsextremen Mordanschlag (etwa im Fall des Kasseler Regierungspräsidenten Walter Lübcke) ging,¹⁷² bei der Diskussion der allgemeinen Rolle von Hate-

165 Google (oJ). Unser Ansatz, abgerufen am 01.02.2023, von: <https://www.google.com/intl/de/search/howsearchworks/our-approach/#:~:text=Google%20hat%20es%20sich%20zum,Vielzahl%20von%20Quellen%20zu%20finden.>

166 TikTok (oJ). Unsere Mission, abgerufen am 01.02.2023, von: <https://www.tiktok.com/about.>

167 Einflussreich und anhand von konkreten Beispielen zeigt Larry Diamond 2010 das Befreiungspotenzial der Informations- und Kommunikationstechnologie auf, zu denen er auch Social-Media-Plattformen zählt. Vgl. Diamond, Larry (2010). *Liberation Technology*, in: *Journal of Democracy* 21 (3), S. 69–83, Begriffsbeschreibung S. 70–71.

168 Siehe z.B. Sonntag, Karlheinz (Hg.) (2013). *E-protest: Neue Soziale Bewegungen und Revolutionen*, Heidelberg: Winter; Pleuger, Kristin (2012). *Des Bürgers neue Stimme: Möglichkeiten der politischen Partizipation in social networks: ein Vergleich der Potentiale von Facebook*, Hyves & Co, Marburg: Tectum. Umfangreich und abwägend zur Verbindung progressiver Protestbewegungen und digitaler Technologie: Tufekci (2017). *Twitter and Tear Gas*, insbesondere zur Rolle von Plattformen und Algorithmen, S. 132–163.

169 Verschiedene Social Media Applikationen, insbesondere Telegram und Apples Airdrop, waren die Hauptinstrumente des sog. »Smart Mobs«, um den Protest zu koordinieren. Vgl. nur: Ting, Tinyuet (2020). *From ›be water: to ›be fire‹: nascent smart mob and networked protests in Hong Kong*, in: *Social Movement Studies* 19 (3), S. 362–368; Purbrick, Martin (2019). *A Report of the 2019 Hong Kong Protests*, in: *Asian Affairs* 50 (4), S. 465–487.

170 Siehe z.B. Tufekci, Zeynep interviewt von Arne Cypionka (13.11.2017). »Wir erschaffen eine Dystopie, nur damit Leute mehr Werbung anklicken«, *Netzpolitik.org*, abgerufen am 01.02.2023, von: <https://netzpolitik.org/2017/soziologin-wir-erschaffen-eine-dystopie-nur-damit-leute-mehr-werbung-anklicken/>.

171 Siehe nur: Prichard, Eric C. (2021). *Is the Use of Personality Based Psychometrics by Cambridge Analytical Psychological Science's »Nuclear Bomb« Moment?*, in: *Frontiers in Psychology* 12, abgerufen am 01.02.2023, von: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.581448>; Berghel, Hal (2018). *Malice domestic: the Cambridge analytica dystopia*, in: *Computer* 51, S. 84–89; Dachwitz, Ingo; Rudl, Tomas & Rebigier, Simon (21.03.2018). FAQ: Was wir über den Skandal um Facebook und Cambridge Analytica wissen, *Netzpolitik.org*, abgerufen am 01.02.2023, von: <https://netzpolitik.org/2018/cambridge-analytica-was-wir-ueber-das-groesste-datenleck-in-der-geschichte-von-facebook-wissen/>.

172 Siehe z.B.: Hildebrandt, Antje (17.06.2019). Fall Walter Lübcke: Ein Satz, ein Funke, ein Schuss, *Cicero*, abgerufen am 12.08.2019, von: <https://www.cicero.de/innenpolitik/walter-luebcke-kasse-l-fluechtlingskrise-rechte-hetze-erika-steinbach>; Wittenhorst, Tilmann (10.08.2019). Hasskommentare nach Lübcke-Mord: Mehr als 100 Verfahren in Hessen, *Heise Online*, abgerufen am

speech im Internet oder in den USA, im Zusammenhang von *Social-Media*-Inhalten sowie Nutzungsweisen und *Mass Shootings*.¹⁷³ Auch in Wahlkämpfen¹⁷⁴ sowie bei einzelnen spektakulären Fällen von Beleidigungen auf digitalen Plattformen (z.B. gegenüber den Parlamentarierinnen Sigrid Maurer und Renate Künast) kam es zu entsprechenden Schlagzeilen.¹⁷⁵

Die Beschäftigung mit Affordanzen digitaler Plattformen, insbesondere *Social Media*, kann auf vielfältige Vorarbeiten zurückgreifen: boyd hebt vier strukturelle Affordanzen sozialer Netzwerke hervor. Diese sind: »Persistence«, digitale Äußerungen werden automatisch gespeichert und sind dauerhaft abrufbar; »Replicability«, digitale Äußerungen können leicht kopiert und verbreitet werden; »Scalability«, die potenzielle Sichtbarkeit digitaler Äußerungen in Sozialen Medien ist hoch; und schließlich »Searchability«, digitale Inhalte können (meist) über online Suchmaschinen gefunden werden.¹⁷⁶ Jeffrey Treem und Paul Leonardi identifizieren ähnlich zu boyd »visibility, persistence, editability, and association [Herv. P.B.]«¹⁷⁷ als charakteristische Affordanzen Sozialer Medien für die Kommunikation in Organisationen. Eine Analyse dieser Affordanzen zeigt den Unterschied zwischen früherer computergestützter Kommunikation und den Möglichkeiten der Nutzung Sozialer Medien.¹⁷⁸

Sichtbarkeit (*Visibility*) ist die »[...] ability to make their behaviors, knowledge, preferences, and communication network connections that were once invisible (or at least very hard to see) visible to others [...]«¹⁷⁹ Im Gegensatz zu früherer computergestützter Kom-

12.08.2019, von: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Hasskommentare-nach-Luebecke-Mord-Mehr-als-100-Verfahren-in-Hessen-4493398.html>.

173 Siehe z.B. Deutsch, Ryan (07.08.2019). *Social Media Has Been a Tool for Good After Mass Shootings. We Can't Cede It to Hate*, *time.com*, abgerufen am 27.09.2019, von: <https://time.com/5646317/mass-shootings-social-media/>; Chaffary, Shirin; Molla, Rani & Stewart, Emily (04.08.2019). *Here's how Facebook, YouTube, Twitter, and 8chan handle white supremacist content*, *Vox.com*, abgerufen am 27.09.2019, von: <https://www.vox.com/recode/2019/8/4/20753951/el-paso-dayton-shooting-8chan-twitter-facebook>.

174 Vgl. *Hate Aid* (07.09.2021). Bericht: #1 Hass als Berufsrisiko: Digitale Gewalt im Wahlkampf, abgerufen am 09.09.2021, von: <https://hateaid.org/wp-content/uploads/2021/09/Hass-als-Berufsrisiko-Digitale-Gewalt-im-Wahlkampf.pdf>; *Stern.de* (23.07.2021). *Desinformation im Wahlkampf: Grüne und Baerbock besonders häufig Opfer von Hasskampagnen in sozialen Medien*, abgerufen am 09.09.2021, von: <https://www.stern.de/politik/baerbock-am-haeufigsten-opfer-von-hasskampagnen-in-sozialen-medien-30629550.html>.

175 Siehe z.B. Kazim, Hasnain (12.03.2019). *Gericht hebt Urteil gegen Ex-Politikerin Sigi Maurer auf*, *Spiegel Online*, abgerufen am 27.09.2019, von: <https://www.spiegel.de/panorama/justiz/wien-gericht-hebt-urteil-gegen-ex-politikerin-sigi-maurer-auf-a-1257404.html>; Siebert, Philipp (19.09.2019). *Urteil: Mit diesen derben Worten darf man Künast beschimpfen*, *Berliner Morgenpost*, abgerufen am 19.09.2019, von: <https://www.morgenpost.de/berlin/article227129109/Renate-Kuenast-bei-Facebook-uebel-beschimpft-Fuer-Berliner-Gericht-hinnehmbar.html>.

176 boyd (2011). *Social Network Sites as Networked Publics*, S. 46–48.

177 Treem, Jeffrey W. & Leonardi, Paul M. (2013). *Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, persistence, and association*, in: *Annals of the International Communication Association* 36, S. 143–189, hier: S. 150.

178 Treem und Leonardi beziehen sich in ihrer Studie auf die Kommunikation in Organisationen.

179 Treem & Leonardi (2013). *Social media use in organizations*, S. 150.

munikation reduziert sich der Aufwand, personenbezogene Informationen zu finden.¹⁸⁰ Schon eine einfache Netzrecherche offenbart viele Informationen über eine Person, ihre Vorlieben, ihren Beruf und ihre Beziehungen zu anderen Personen. Dadurch entstehen potenziell auch Angriffspunkte für Invektiven.

Langlebigkeit (*Persistence*) heißt, dass Kommunikation in Sozialen Medien protokolliert wird, nicht verschwindet bzw. nur schwer entfernbar ist und dadurch verfügbar bleibt. Zusammen mit der Durchsuchbarkeit (*Searchability*) Sozialer Medien wird eine permanente Möglichkeit geschaffen, Kommunikation nachzuvollziehen und wiederzufinden.¹⁸¹ So können von Betroffenen längst vergangene und vergessene Äußerungen zur Bewertung ihrer Person herangezogen werden und Äußerungen, die vielleicht mit zeitlichem Abstand nicht mehr so getätigt würden, erneut thematisiert werden.

Die Affordanz Editierbarkeit (*Editability*) Sozialer Medien umfasst zwei Aspekte. Zum einen können Kommunikationsakte vorbereitet und überdacht werden, bevor sie vonstattengehen, und zum anderen können sie in vielen Fällen auch im Nachhinein überarbeitet werden.¹⁸² Diese Affordanz beeinflusst die Berechenbarkeit von Kommunikation in Sozialen Medien, da es nie sicher ist, ob und wie eine Äußerung bearbeitet wurde. Es können Diskussionen im Nachhinein verändert werden. Zudem bietet die Editierbarkeit eine hohe Anfälligkeit für Manipulationen. Zugleich entgegenwirkend und ebenso Zweifel an der Wahrheit säend wirkt Replikationsaffordanz (*Replicability*) im Zusammenspiel mit der Editierbarkeit, denn Äußerungen können vor dem Editieren kopiert, weiterverbreitet und wiederum manipuliert werden. In diesem Fall existieren mehrere Versionen einer Äußerung, was eine Einordnung für Betrachter:innen erschwert.

Die Zeitlichkeit digitaler Kommunikation ist eine zentrale Herausforderung für die Abwägung von Kollisionsfällen von Meinungsäußerungen und Persönlichkeitsrechten sowie für die Bestimmung der invektiven Aufladung einer Dynamik oder Konstellation. Temporale Affordanzen korrespondieren eng mit Editierbarkeit und Replikationsmöglichkeiten. Karen Tenenboim-Weinblatt und Motti Neiger beschäftigen sich mit zeitlichen Affordanzen (*Temporal Affordances*) von Nachrichten in Bezug auf Journalismus. Zeitliche Affordanzen sind eher technische Affordanzen. Obgleich Tenenboim-Weinblatt und Neiger erklären, Journalist:innen und die materiellen Bedingungen ihrer Arbeit in Zeiten des Plattforminternets als Gegenstand ihrer Untersuchung zu haben und sie sich in ihrer Analyse explizit von Vorarbeiten zu *Social Media* wegbewegen, sind ihre Erkenntnisse sehr hilfreich, um die zeitlichen Affordanzen digitaler Plattformen zu begreifen. So definieren sie die »[...] temporal affordances in the news as the potential ways in which the time-related possibilities and constraints associated with the material conditions and technological aspects of news production and dissemination are manifested in the temporal characteristics of news narratives [Herv.i.O.]«¹⁸³ Sechs zeitliche Affordanzen werden dabei unterschieden, die genauso für Debatten in Kommentarspalten, und v.a. in *Social Media*

180 Vgl. Treem & Leonardi (2013). *Social media use in organizations*, S. 150.

181 Vgl. ebd., S. 155.

182 Vgl. ebd., S. 159.

183 Tenenboim-Weinblatt, Keren & Neiger, Motti (2018). *Temporal affordances in the news*, in: *Journalism* 19 (1), S. 37–55, hier: S. 39.

Feeds, gelten. Es geht um »immediacy, liveness, preparation time, transience, fixation in time, and extended retrievability [Herv.i.O.]«. ¹⁸⁴

»Immediacy« und »liveness« beschreiben die Möglichkeit, unmittelbar auf ein Ereignis zu reagieren und entweder kurz danach oder zeitgleich darüber zu berichten. ¹⁸⁵ Mit »preparation time« ist die Zeit gemeint, die zur Vorbereitung eines Inhalts bzw. Beitrages bleibt. Diese Affordanz der *Social Network Sites* wird von den Affordanzen des Netzes geprägt, denn hier kann urchzeitunabhängig gepostet werden. ¹⁸⁶ »Transience« beschreibt die Affordanz der Möglichkeit des ständigen Editierens, Bearbeitens oder Veränderns von einmal geposteten Inhalten, dagegen haben die alten Medien eine »fixation in time«, also so etwas wie einen Redaktionsschluss. ¹⁸⁷ Als letzte zeitliche Affordanz ist »extended retrievability« zu nennen, also der unkomplizierte Zugang zu enormen Mengen von Daten und Informationen, der es möglich macht, sich in kurzer Zeit vielseitig zu informieren. ¹⁸⁸ Hinsichtlich der Bewertung, Einordnung und Analyse von Äußerungen führen die beschriebenen zeitlichen Affordanzen zu Herausforderungen, da etwa vor Gericht die Dynamik und Abänderbarkeit solcher Äußerungskonstellationen beachtet werden muss, die sich in anderen medialen Zusammenhängen oder in Anwesenheitssituationen als oftmals weniger volatil darstellt.

Neben der Zeitlichkeit affordieren digitale Plattformen Möglichkeiten von Gemeinschaftsbildung. In Bezug auf die Affordanz des Zusammenschließens (*Association*) schreiben Treem und Leonardi: »Associations are established connections between individuals, between individuals and content, or between an actor and a presentation.« ¹⁸⁹ In Sozialen Medien gibt es zwei Typen von Zusammenschlüssen: Personenzusammenschlüsse (*Social Ties*) und Zusammenschlüsse von Personen und Informationen. ¹⁹⁰ Beide Arten von Zusammenschlüssen bieten Anknüpfungspunkte für invektive Dynamiken und Konstellationen. *Social Ties* sind zu jedem erdenklichen Zweck ¹⁹¹ und somit auch für Invektiven möglich und der Zusammenschluss von Personen und Daten kann die Sichtweise anderer auf eine Person beeinflussen, was invektive Urteile einschließt.

Die Realisierung von Assoziationsaffordanzen untersuchen Emad Khazraee und Alison Novak in einer Fallstudie hinsichtlich der Affordanzen Sozialer Medien für die Konstruktion kollektiver Identitäten am Beispiel iranischer Frauenrechtsaktivitäten auf *Facebook*. ¹⁹² Sie machen zwei Gruppen von Affordanzen für die Bildung kollektiver Identitäten aus: *Affordanzen für Diskurs* und *Affordanzen für Performanz*. Erstere tragen

184 Tenenboim-Weinblatt & Neiger (2018). *Temporal affordances in the news*, S. 40.

185 Vgl. ebd., S. 40–42.

186 Vgl. ebd., S. 42–43.

187 Vgl. ebd., S. 43–44.

188 Vgl. ebd.

189 Treem & Leonardi (2013). *Social media use in organizations*, S. 162.

190 Vgl. ebd.

191 Dazu passend der Slogan einer Facebook-Werbekampagne von 2019: »Für jeden gibt es eine Facebook Gruppe.« Vgl. *Meta* (14.10.2019). »Mehr gemeinsam«: Neue Kampagne stellt Facebook Gruppen in den Mittelpunkt, abgerufen am 02.02.2023, von: <https://about.fb.com/de/news/2019/10/mehr-gemeinsam-neue-kampagne-stellt-facebook-gruppen-in-den-mittelpunkt/>.

192 Vgl. Khazraee, Emad & Novak, Alison N. (2018). *Digitally Mediated Protest: Social Media Affordances for Collective Identity Construction*, in: *Social Media + Society* 4 (1), S. 1–14.

zum *Framing*-Prozess bestimmter Situationen und zur Bildung von Narrativen bei. Das *Framing* kann positiv oder negativ aufgeladen sein und führt zu Anschlusskommunikation und Anschlusshandlungen, was invektives Verhalten einschließen kann. Performanzaaffordanzen »[...] are enactments of protest through creating and sharing transgressive photobiographies publicly.«¹⁹³ Sie beziehen sich v.a. auf Handlungen und die Ästhetik digitaler Zusammenschlüsse. Festzuhalten ist, dass digitale Plattformen Affordanzen sowohl hinsichtlich individueller als auch bzgl. kollektiver Identitätsbildungsprozesse haben.

Schon die bisher beschriebenen Affordanzen Sozialer Medien zeigen, was anders ist, wenn auf digitalen Plattformen kommuniziert wird und was bei der Einordnung und Abwägung von digitalen Äußerungen im Spannungsverhältnis von Meinungsäußerungsfreiheit und Persönlichkeitsrechten beachtet werden muss. Darüber hinaus entstehen aus den jeweils realisierten Affordanzen wiederum Affordanzen zweiter Ordnung, z.B. *Doxing*¹⁹⁴ oder personeninteressenbezogene Werbung. Dieses Verständnis von Affordanzen lässt einen infiniten Regress ihrer Realisierungen zu.

Einen weiteren Zugang wählt Sabine Trepte. Sie verknüpft die Affordanzen digitaler Technik mit Affekten, Emotionen und Intuition, was äußerst sinnvoll für die Betrachtung von Invektivität als Affordanz digitaler Plattformen ist. In Bezug auf Soziale Medien wird zwischen *warmen* und *kalten* Affordanzen unterschieden.¹⁹⁵ *Warme Affordanzen* sind Affordanzen, welche menschlichen Erfahrungen mit Beziehungen entsprechen, etwa: netzwerken, teilen, in Kontakt bleiben oder interagieren.¹⁹⁶ »In this warmth, the peers we refer to are ›personal publics‹, the felt and subjective audience of friends.«¹⁹⁷ Als *kalte Affordanzen* ist die »legal architecture that is laid down in a website's terms and conditions of use«¹⁹⁸ zu verstehen – also alles, was dem schnellen Klick bei der Registrierung auf einer *Social-Media*-Plattform zuzuordnen. Kalte Affordanzen haben einen technisch-bürokratischen und somit *kalten* Ton, der nicht dem intuitiven Handeln entspricht, welches sonst kennzeichnend für die Nutzung Sozialer Medien ist.¹⁹⁹

Diese Unterscheidung ist hilfreich für die Bestimmung von *silencing effects*, die eher durch warme Affordanzen verursacht werden, und *chilling effects*, die eher auf kalte Affordanzen zurückzuführen sind. Auf ökonomische und technische bzw. *User-Interface-Affordanzen* Sozialer Netzwerke geht Trepte nicht ein, da sie eine individuelle Nutzer:innenperspektive einnimmt. Diese sind jedoch wichtiger Bestandteil von Affordanzen Sozialer Medien und können den Kalten Affordanzen zugerechnet werden, wie das nachfolgende Beispiel zeigt.

Die Einführung des *Facebook-Like-Buttons* 2009 und der bewusste Verzicht auf einen *Dislike-Button* sowie die Einführung der verschiedenen *Reaction-Emojis* auf *Facebook* haben

193 Khazraee & Novak (2018). *Digitally Mediated Protest*, S. 2.

194 Siehe ausführlich Kapitel 5.3.2.

195 Vgl. Trepte, Sabine (2015). *Social Media, Privacy, and Self-Disclosure: The Turbulence Caused by Social Media's Affordances*, in: *Social Media + Society* 1 (1), S. 1–2.

196 Vgl. ebd., S. 1.

197 Ebd.

198 Ebd.

199 Vgl. ebd., S. 1–2.

die Affordanzen der Plattform erheblich geprägt.²⁰⁰ Zuvorderst und von der Plattform intendiert, ging es um affirmative, auf den Inhalt Dritter bezogene Handlungen. Somit konnten Interaktionen auf Facebook erhöht und Resonanzverfahren von Nutzer:innen verstärkt werden. In der Realisierung der Affordanz bildeten sich jedoch invektive Nutzungsweisen – durch das Liken invektiver Inhalte – oder invektive Gefühlslagen – durch ausbleibende Likes – heraus. Darüber hinaus können die über die Nutzung des Like-Buttons gewonnenen Daten zur Erstellung von Persönlichkeitsprofilen von Nutzer:innen genutzt werden, welche wiederum für Manipulationen verwendet werden können.²⁰¹

Beispiele für warme Affordanzen sind ebenso zu finden. So bieten zahlreiche Plattformen die Möglichkeit einer umfassenden Identitätsbildung und Darstellung einer eigenen Identität. Dies macht es gerade für Minderheiten möglich und einfach, auf den Plattformen Gleichgesinnte zu finden oder sich der Suche nach der eigenen – bspw. sexuellen, politischen oder religiösen – Identität zu widmen. Viele Plattformen unterstützen diesen Prozess mit technischen Affordanzen, wie z.B. mit einer großen Auswahl von Gender-Identities bei der Registrierung. Was Nutzer:innen einen individuellen Vorteil bringt, birgt wiederum die Affordanz für die Plattformbetreiber:innen, zielgruppengenaue Informationen zu sammeln und Werbung zu schalten. Neben positiven Realisierungen warmer Affordanzen finden auch Zusammenschlüsse und Identitätsbildungsprozesse mit invektiver, gewalttätiger oder extremistischer Ausrichtung statt.²⁰²

Der Befund, dass Invektivität grundlegender Bestandteil des Sozialen ist, gilt auch für die digitalen Plattformen. Ihnen ist Invektivität als genuine Affordanz von Beginn an mit ins Programm eingeschrieben. Sie bieten vielfältige sich realisierende Affordanzen für Invektivgeschehen: So etwa die Multimedialität, die Verbreitungsgeschwindigkeit, die (potenzielle) Reichweite, die Vielzahl möglicher Opfer, die Vielzahl der rechtlichen Grauzonen oder die vielfältigen Interface-Optionen, genauso wie die affektive und intuitive Bedienung digitaler Plattformen. Dass diese Affordanzen in abwechslungsreicher Weise genutzt werden, ist offensichtlich. Weniger offensichtlich ist, dass invektives

200 Siehe z.B. Stüber, Jürgen (16.12.2009). Trotz Massenprotesten: Warum Facebook den »Dislike«-Button nicht mag, *Welt Online*, abgerufen am 27.09.2019, von: <https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article5549617/Warum-Facebook-den-Dislike-Button-nicht-mag.html>; siehe auch die »Facebook Reaction Studies« des Social Media-Analyseunternehmens Quintly von 2016 & 2018: Gottke, Julian (03.05.2016). Facebook Reactions Study: Reactions hardly used!, *quintly blog*, abgerufen am 27.09.2019, von: <https://www.quintly.com/blog/facebook-reactions-study>; Shah, Pritam (28.06.2018). Facebook's new Reactions are being used more – a lot more, *quintly blog*, abgerufen am 27.09.2019, von: <https://www.quintly.com/blog/new-facebook-reaction-study>. Siehe zu Emojis auch Kapitel 2.2.

201 Siehe ausführlich: Buchallik, Philipp; Dröse, Albrecht & Kanzler, Katja (2024 i.E.). »Affordanz und Invektivität«.

202 Siehe weiterführend die investigativen Recherchen Talia Lavin in v.a. rechtsextremen US-amerikanischen Online-Hassgruppen und Julia Ebners Recherchen u.a. in verschiedenen extremistischen Gruppen von Islamisten bis zu rechtsextremen. Vgl. Lavin, Talia (2020) *Culture Warlords: My Journey into the Dark Web of White Supremacy*, London: Monoray; Ebner, Julia (2019). *Radikalisierungsmaschinen: Wie Extremisten die neuen Technologien nutzen und uns manipulieren*, Berlin: Suhrkamp Nova.

Verhalten z.T. geduldet oder möglicherweise sogar intendiert wird,²⁰³ weil es verstärkt User:inneninteraktionen generiert und damit auch Daten, die wiederum ausgewertet und vermarktet werden können.

Das Konzept der Affordanzen hilft mithin dabei, die Beziehung zwischen sozialen und technologischen Dimensionen der digitalen Plattformen in Bezug auf ihre invektiven Potenziale zu verstehen. Diese sind interdependent, weshalb Verschiebungen auf der einen Seite zu Verschiebungen auf der anderen Seite führen, ganz gleich, ob es sich um invektive Innovationen oder Übertragungen etablierter invektiver Praktiken in die Räume digitaler Plattformen handelt. Affordanzen beschreiben mehr als die bloßen Möglichkeiten einer digitalen Plattform, sie beschreiben ebenso die latenten Angebote und Aufforderungen einer solchen. Sie legen Nutzungsweisen aktiv nahe, auch wenn nicht alle dieser Nutzungsweisen von den Betreiber:innen digitaler Plattformen intendiert werden. Der Begriff der Affordanz weist auf die verflüssigten Dynamiken digitaler Plattformen hin: auf die eigene Regelsetzung, die Verstärkungsfunktionen, die Verdichtungsprozesse, die Aggregationsfunktion und schließlich auf das Wechselspiel zwischen Nutzer:innen, Design und den Vorstellungen der Plattformbetreiber:innen.

3.4 Zwischenfazit: Die Macht der Plattformen

Für die Meinungsäußerungsfreiheit im Internet spielen die verschiedenen digitalen Plattformen eine zentrale Rolle. Dabei sind zuvorderst *Social-Media*-Plattformen als genuine Orte der Selbstdarstellung, Äußerung und Diskussion von Interesse. Jedoch auch viele andere Plattformen, die nicht auf den ersten Blick mit Äußerungen in Verbindung gebracht werden, sind Orte, an denen Meinungen, v.a. im Sinne von Werturteilen, geäußert und ausgetauscht werden.

Digitale Plattformen können Märkte, Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsmodelle, Datenextrakteure, Infrastrukturen, Prozesse, Aggregatoren, Intermediäre, Öffentlichkeit(en) und soziale sowie kommunikative Räume sein. Sie unterteilen sich dabei in zahlreiche Angebote, die sich zunehmend großen Plattformbetreibern zuordnen lassen. Diese agieren über Grenzen hinweg, sind ganz überwiegend von kommerziellen Interessen geleitet und in privatem Besitz. Plattformen dringen im Zuge der Plattformisierung immer weiter in alle Lebensbereiche vor. Innerhalb der Plattformökosysteme kommt es

203 Es sei an dieser Stelle an die Enthüllungen der Facebook-Whistleblowerin Frances Haugen erinnert, die 2021 die sog. »Facebook Papers« an die Öffentlichkeit brachte, welche einen Nachweis für zahlreiche durch die Plattform geduldete Invektiven und invektiven Konstellationen brachten. Vgl. *t3n.de* (27.10.2021). Facebook Papers: Neue Enthüllungen katastrophalen Ausmaßes, abgerufen am 19.01.2022, von: <https://t3n.de/news/facebook-papers-neue-katastrophen-1420785/>; Merril, Jeremy B. & Oremus, Will (26.10.2021). Five points for anger, one for a ›like‹: How Facebook's formula fostered rage and misinformation, *Anchorage Daily News*, abgerufen am 19.01.2022, von: <https://www.adn.com/nation-world/2021/10/26/five-points-for-anger-one-for-a-like-how-facebooks-formula-fostered-rage-and-misinformation/>; Lima, Cristiano (26.10.2021). A whistleblower's power: Key takeaways from the Facebook Papers, *The Washington Post*, abgerufen am 19.01.2022, von: <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/25/what-are-the-facebook-papers/>.