

# Der Feed

## Selbsttechnik aus Versehen

---

Annekathrin Kohout

In Platons Dialog *Protagoras* gibt es eine Szene, in der Hippokrates mitten in der Nacht an Sokrates' Tür klopft. Er ist aufgeregt, weil er erfahren hat, dass der berühmte Sophist Protagoras in der Stadt ist, dessen Schüler er unbedingt werden möchte. Er bittet deshalb Sokrates, mit ihm zu Protagoras zu gehen, um ein gutes Wort für ihn einzulegen.

Da beginnt Sokrates die von den Sophisten angebotenen Kenntnisse – vor allem aber ihre Wirkungen – zu kritisieren. So vergleicht er sie mit Verkäufern und weist Hippokrates etwa daraufhin, dass die umherziehenden Wanderlehrer mit ihren Kenntnissen doch genauso betrügen können wie die Großhändler und Krämer mit ihren Nahrungsmitteln. Wie Großhändler nur schwerlich wissen könnten, »was von den Waren, die sie führen, heilsam oder schädlich für den Körper ist«, aber dennoch alles anpreisen, verhalte es sich auch mit dem Verkauf von Kenntnissen durch die Sophisten:

Ebenso nun preisen auch diejenigen, welche mit ihren Kenntnissen von Stadt zu Stadt umherziehen, um diese einem jeden, welcher gerade nach ihnen Begehrt trägt, im großen zu verhandeln und im kleinen zu verhökern, ihm alles an, was sie feilbieten, und leicht möchten auch von diesen, mein Bester, manche nicht wissen, was von ihren Handelsartikeln heilsam oder schädlich für die Seele ist, und ebensowenig ihre Abnehmer, wenn nicht auch hier wieder einer von ihnen gerade ein Seelenarzt ist.<sup>1</sup>

Da man also keinesfalls immer vorher wissen könne, ob die Informationen und Kenntnisse, die man erhält, einem wohl- oder doch eher wehtun würden, sei besondere Vorsicht geboten, sagt Sokrates weiter: »Verstehst du dich also gerade darauf, was davon heilsam und schädlich ist, so kannst du ohne Gefahr

---

1 Platon: »Protagoras«, 313 d, e.

Kenntnisse vom Protagoras so gut wie von jedem anderen einkaufen: wenn aber nicht, dann siehe dich vor, mein Bester, daß du nicht dein Teuerstes auf das Spiel setzest und gefährdest!«<sup>2</sup> Die Gefahr von Kenntnissen sei sogar weitaus größer als die von Speisen oder Getränken:

Speise und Getränke nämlich, die man bei irgendwem erstanden hat, kann man in anderen Gefäßen wegtragen und, bevor man sie durch Essen und Trinken in den Leib aufnimmt, erst zu Hause hinstellen und dann einen Sachverständigen herbeiziehen und sich bei ihm darüber Rats erholen, was man davon essen und trinken soll und was nicht, und wieviel und wann, so daß bei diesem Kaufe die Gefahr nicht groß ist. Kenntnisse dagegen kann man nicht in einem anderen Gefäße heimtragen; sondern diese kann man, wenn man den Kaufpreis dafür erlegte, nur dadurch, daß man sie in die Seele selber aufnimmt, sich aneignen und so hernach mit ihnen von dannen gehen auf gut Glück, ob man sich dadurch Schaden oder Nutzen getan hat.<sup>3</sup>

Während man Nahrungsmittel nach dem Kauf sorgfältig prüfen kann, bevor man sie sich einverleibt – und selbst wenn nicht: diese auch wieder ausscheiden und damit loswerden kann –, nimmt man Kenntnisse und Informationen sofort in sich auf und kann sie nicht einfach wieder ausscheiden, loswerden, vergessen.<sup>4</sup> Sokrates rät Hippokrates an dieser Stelle demnach zur Sorge um sich.

Im dritten Band von *Sexualität und Wahrheit* (1989) hat Michel Foucault gezeigt, dass dieses Gebot in zahlreichen philosophischen Lehren zu finden ist, besonders bei Seneca, Marc Aurel und Epiktet, und er zeigt, dass dies nicht nur für Philosophen gilt, sondern »für alle [Menschen], für alle Zeit, für das ganze Leben.«<sup>5</sup> Apuleius zeigt sich in *De deo Socratis* ebenfalls erstaunt über die Nachlässigkeit seiner Zeitgenossen, was deren Selbstsorge betrifft: Jeder, der nach Scharfblick strebt, [muss] sich um die Augen kümmern, die zum Sehen dienen; wer behende laufen will, muß sich um die Füße kümmern, die zum Laufen dienen [...]. Das sehen alle Menschen ohne weiteres ein; also

---

2 Ebd.

3 Ebd.

4 Ebd.

5 Michel Foucault: *Die Sorge um sich. Sexualität und Wahrheit*. Bd. 3. Frankfurt a.M. 1989, S. 66.

frage ich mich zu Recht erstaunt, warum sie nicht auch ihre Seele mit Hilfe der Vernunft pflegen.«<sup>6</sup>

Wie aber betreibt man eine solche (intellektuelle) Seelenselbstsorge? Das klang bei Sokrates schon an: Allem voran durch eine gezielte Bewusstseinslenkung, durch permanente Entscheidungen, welche Kenntnisse und Informationen man sich zuführt – und welche lieber nicht, weil sie möglicherweise schädlich sind. Bestenfalls wird man selbst zum Seelenarzt, oder wenigstens kennt man jemanden, um diese Entscheidungen treffen zu können, bevor man auf Informationen stößt, die dann unmittelbar und unabwendbar wirken.

Angesichts der vielbeschworenen ›Informationsflut‹,<sup>7</sup> die in den Sozialen Medien vorherrsche, stellt sich die Frage nach der Beschaffenheit von Kenntnissen und ihrer Vermittlung mit besonderer Dringlichkeit. So scheint es in der aktuellen Medienlandschaft notwendiger zu sein denn je, sich in solch einer ›Seelenselbstsorge‹ auszubilden. Denn Informationen und Kenntnisse verschiedenster Art – in Form von Nachrichten, Meinungen, Theorien – sind uns nicht nur im Überfluss, sondern auch in großer Geschwindigkeit zugänglich. Doch das galt bereits für die Zeit vor den Sozialen Medien, sogar vor der Digitalisierung, wo es möglich war, Büchereien aufzusuchen, Menschen zu treffen und diese zu befragen. Anders ist es im Feed: Hier müssen Informationen nicht eigens aufgesucht werden, sondern sie kommen zu den Nutzer\*innen.

6 Apuleius: *De deo Socratis*. XXI, S. 167-168, zit.n. Foucault: *Die Sorge um sich*, S. 63.

7 Die sogenannte ›Informationsflut‹ ist eine der populärste Metaphern zur Beschreibung der Internetkultur. Sie reiht sich ein in weitere aquatische Metaphern wie ›Datenmeer‹, ›Datenstrom‹ oder ›Surfen‹, wobei ›Flut‹ eine Naturkatastrophe signalisiert. Wie jede Flut, so ist auch die ›Informationsflut‹ unvorhersehbar, unberechenbar und unberechenbar. Matthias Bickenbach und Harun Maye haben darauf hingewiesen, dass diese Metaphorik im Zusammenhang mit Wissensverarbeitung eine lange, kulturkritische Tradition hat: »Die Fülle des möglichen Wissens ist so groß, dass man darin untergehen kann. Diese Rede von der Informationsflut und ihrem Überfluss ist eine alte, hochaufgeladene Metaphorik der Kulturkritik. Der ›Überfluss‹ und die ›Sündflut‹, die zur Charakterisierung der sogenannten ›Lesesucht‹ gegen Ende des 18. Jahrhunderts häufig bemüht wurden, rekurren dabei auf eine Wassermetaphorik, die antiken und biblischen Ursprungs ist. Schon dort waren ›Quellen‹, ›Kanäle‹, ›Brunner‹, ›Ströme‹ und ›Fluten‹ gebräuchliche Metaphern für Informationsverarbeitung in schriftlicher und mündlicher Form.« Matthias Bickenbach/Harun Maye: *Metapher Internet. Literarische Bildung und Surfen*. Berlin 2011, S. 11.

Und diese Entwicklung ist alles andere als belanglos, musste man doch bis vor einem Jahrzehnt entsprechenden Aufwand betreiben, um an Informationen und Wissen zu gelangen. Zwar gibt es durchaus Vorläufer jener Dienstleistung, die der Newsfeed erbringt: Man denke nicht zuletzt an frühe Formen mobiler Philosophie – wie die Sophisten – oder mobiler Berichterstattung wie die reitenden Boten des Mittelalters, oder – um etwas näher an die Gegenwart zu rücken: das in der Vor-Internetzeit etablierte sogenannte Presse-Clipping, bei dem für Auftraggeber\*innen ausgewählte Zeitungsausschnitte zur Medienbeobachtung gesammelt, aufgearbeitet und zu einem Mediensample zusammengestellt wurden. Solche Formen der Informationsdienstleistung waren allerdings teuer und daher exklusiv, nur Prominenten oder sehr wohlhabenden Persönlichkeiten vorbehalten.

Durch Datensammlung und entsprechende Algorithmen konnte diese Exklusivität überwunden werden. Allerdings kommen im Newsfeed oder in der Timeline weitaus mehr Informationen als nur Medienberichte zusammen. Aber die Bewegungsrichtung ist dieselbe: Dass die Informationen zu den Nutzer\*innen kommen, macht es schwer, sich bereits vor der Konfrontation mit ihnen zu informieren und gegebenenfalls zu schützen.

## Über den Feed

Der Newsfeed, das Dashboard oder die Timeline, um noch ein paar synonyme, plattformspezifische Verwendungsweisen des Begriffs genannt zu haben, sind meistens die ersten Seiten, die im Social Web aufgesucht werden. Im Feed sammeln sich Kontakte und Interessen, Inhalte von Freund\*innen, Bekannten, Kolleg\*innen, Prominenten, Labels, Unternehmen. Außerdem Inhalte von Zeitungen, Zeitschriften, Blogs – auch von Gruppen (bei Facebook) – und natürlich Werbung.<sup>8</sup> Gleichzeitig sammeln sich sowohl aktuelle als auch archivierte Inhalte von Nutzer\*innen.

Eingeführt wurde der Newsfeed von Facebook im September 2006, die sogenannte ›Chronik‹ (der Feed auf der eigenen Profilseite) dann 2011. Bis dahin konnten die Inhalte von Freund\*innen, wie auch bei den damals vergleichbaren Sozialen Netzwerken aus Deutschland, zwar eingesehen werden, allerdings mussten Nutzer\*innen dafür direkt die Profilseiten der jeweiligen

---

8 Annekathrin Kohout: »Der Feed als Kulturtechnik«. In: *Pop. Kultur und Kritik* 12 (2018), S. 10–17.

Personen besuchen, auf die sie mithilfe der Suchfunktion kommen konnten. Eine Vernetzung über den Freundeskreis hinaus erfolgte seit 2004 über die (heute nicht mehr vorhandene) Pinnwand, Freundeslisten und Gruppen. Mit der Einführung des Newsfeeds wurden plötzlich auf einer eigenen Seite – zudem der Startseite von Facebook – alle Inhalte von Freund\*innen und gegebenenfalls (bei entsprechenden Sichtbarkeitseinstellungen) von abonnierten Fremden oder Nachrichtenseiten in Echtzeit und chronologisch angezeigt. Aus unternehmerischer Sicht sollten mit dem Newsfeed und der Funktion des ›Infinite Scroll‹, mit dem die Seite immer – unendlich – weiter geladen werden kann, die Nutzer\*innen länger auf der Seite gehalten und damit mehr Traffic generiert werden als auf den statischen und begrenzten Seiten. Außerdem sollten mit der Einführung des Newsfeeds mehr Funktionen in das Soziale Netzwerk integriert werden, damit Nutzer\*innen die Seite nicht verlassen müssen, um bestimmte Informationen zu erhalten.<sup>9</sup>

In dem von der Autorin Kathrin Passig und der Softwareentwicklerin Anne Schüßler 2014 als Gemeinschaftsprojekt initiierten *Techniktagebuch*, in dem Berichte und Erfahrung im alltäglichen Umgang mit Technik dokumentiert werden, notierte der Programmierer André Spiegel 2015:

Viele Zeitungen fangen jetzt an, ihre Artikel nicht mehr nur über die eigene Webseite auszuliefern, sondern direkt auf Facebook. Ich interessiere mich für diesen Mechanismus und wage darum zum ersten Mal, mir per ›Like‹ drei große Zeitungen in den Newsfeed zu holen: die *New York Times*, die *Washington Post* und *The Atlantic*. Ich mache mir Sorgen, ob der Newsfeed-Algorithmus das wohl verdauen kann. Schließlich waren bisher nur Privatpersonen in meinem Feed, und jetzt sind da plötzlich drei Medien-Schergewichte, die hunderte Artikel am Tag raushauen.<sup>10</sup>

Was André Spiegel von der Rezipient\*innenseite her beschrieben hat, wurde von Christoph H. Winter 2019 in einem Aufsatz über das »Radikale Feuilleton« als ein spezifischer Feed-Journalismus beschrieben; beziehungsweise wenn es um die publizistische Beschäftigung mit Kunst und Kultur geht, genauer noch als »Feed-Feuilleton«, das für immer mehr Menschen ein Ort ist, an

9 Ebd.

10 André Spiegel: »Supertanker im Newsfeed«. In: *Techniktagebuch*. <https://techniktagbuch.tumblr.com/post/133403588997/november-2015>, 2015 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

dem sie Neuigkeiten und Informationen aller Art beziehen,<sup>11</sup> und das für die Rezeption (und auch Produktion) z.B. journalistischer Inhalte immer mehr an Bedeutung gewinnt.<sup>12</sup>

Mit einem solchen Feed-Feuilleton gehen auch »Veränderungen von Schreibweisen, Formaten, Lesegehnheiten und den intertextuellen Bezügen der einzelnen Inhalte«<sup>13</sup> einher, die Winter näher in den Blick genommen und charakterisiert hat. Die neuen Schreibweisen zeichnen sich durch »Pointierungen, Informationsgehalt, Verkürzungen und Auslassungen« aus, durch die »Einführung crossmedialer Formate« und die vielfältigen Möglichkeiten der Anschlusskommunikation.<sup>14</sup> »Durch die permanenten Aktualisierungsprozesse [...] müssen Texte entweder ein hohes Erregungs-, Identifikations-, oder Informationspotential aufweisen« – um nicht binnen weniger Minuten aus den Feeds »herauszufallen«, in den möglicherweise interessanteren Beiträgen von Freund\*innen, Bekannten, Public Intellectuals etc. unterzugehen, wie Winter es beschreibt.<sup>15</sup>

Das schien auch ganz gut zu gelingen, so schreibt Spiegel weiter: »Nach ein paar Tagen bin ich beruhigt – und beeindruckt. Mein Feed enthält jetzt ständig Artikel aus diesen Zeitungen, aber beileibe nicht mehrere hundert. Es wird offenbar eine sehr kleine Auswahl getroffen, aber diese Auswahl wirkt sorgfältig und trifft fast immer genau mein Interesse. Gleichzeitig habe ich nicht das Gefühl, den Kontakt zu meinen übrigen Freunden zu verlieren, im Gegenteil: ihre Beiträge schieben sich souverän zwischen die journalistischen Supertanker, ich habe nicht den Eindruck, wichtiges zu verpassen.«<sup>16</sup>

---

11 »Zwischen den Jahren 2011 und 2013 sank die Zahl der Leser, die die New York Times über die Homepage der Zeitung besuchte, um die Hälfte. [...] Tatsächlich wurden es aber nicht weniger Leser. Nur kamen diese Leser eben nicht mehr über die Startseite, die die Redaktion zusammenstellte. Sondern die Leser kamen, weil die Empfehlungen in den sozialen Netzwerken folgten.« Stefan Schulz: »Nach dem Text: Facebook und die De-Institutionalisierung des Journalismus«. In: Christoph Kappes u.a. (Hg.): *Medienwandel kompakt 2014-2016. Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus*. Wiesbaden 2017, S. 151-161, hier S. 155.

12 Christoph H. Winter: »Radikales Feuilleton. Beobachtungen zum Feuilleton in den Sozialen Medien«. In: Oliver Ruf/Uta Schaffend (Hg.): *Kleine Medien. Kulturtheoretische Lektüren*. Würzburg 2019, S. 59-83, hier S. 60.

13 Ebd.

14 Ebd.

15 Ebd.

16 Spiegel: »Supertanker«.

Spiegel weiß also, dass Algorithmen die Voraussetzung dafür sind, die »riesigen unstrukturierten Datenmengen bewältigen zu können, dass man schlichtweg ein »maschinelles Vorsortieren« benötigt, um sich in »der (informationellen) Welt« zurechtzufinden.<sup>17</sup>

Doch die Beschaffenheit der Algorithmen ist für die Nutzer\*innen weitgehend intransparent und von verschiedenen Faktoren abhängig, die zu deren ständiger Veränderung beitragen. Nur zum Beispiel: Um die Position eines Beitrags auf Instagram zu bestimmen, reagiert der Algorithmus auf verschiedene Variablen, auch Signale genannt. Solche Signale ergeben sich u.a. aus den »Informationen über den Post: Welche Informationen kann Instagram aus dem einzelnen Post ablesen? Bildgröße, Videolänge, Postzeitpunkt, Likes, Kommentare etc.«, außerdem aus den »Informationen über den Post-Ersteller: Wie relevant ist dieser für mich? Wie oft interagiert man? Gibt es gemeinsame Follower? usw.«, sodann aus der eigenen »Aktivität: Wie viele Posts like ich? Wie oft öffne ich die App? Wie weit scrolle ich?« usw. Oder auch der eigenen »Interaktionsgeschichte: Wie oft interagiere ich mit den Inhalten anderer Nutzer\*innen?«<sup>18</sup>

Auch Facebook gibt einen ungefähren Einblick in die Kriterien, die für die Auswahl der Verlinkungen auf dem Feed verantwortlich sind. So werden etwa Beiträge von Freund\*innen gegenüber denen von Unternehmen priorisiert; Absender, aber auch Formate, mit denen man viel interagiert, werden häufiger angezeigt; Beiträge, die viele Klicks, Likes und Kommentare erhalten, tauchen bei mehr Menschen im Newsfeed auf. Trotz der bleibenden Intransparenz und der permanenten Veränderung der Algorithmen – das wird auch in den Beschreibungen Spiegels deutlich – wird den Nutzer\*innen durch die Assoziation des Feeds als einem Ort, an dem Relevantes von weniger Relevantem unterschieden wird, der Eindruck vermittelt, einen Überblick zu erhalten und gleichzeitig etwas Spezielles, Individuelles zu erfahren. Denn der Feed ist nicht nur durch strukturierende Algorithmen charakterisiert, die sich selbst und das, was auf dem Feed angezeigt wird, permanent verändern, sondern der Feed ist zudem personalisiert. D.h. von Algorithmen erstellte Ordnungen gelten nicht für alle gleichermaßen, sondern für jeden einzelnen Nutzer wird

17 Ebd.

18 Vgl. Philipp Roth: »Die Instagram Algorithmen im Detail: Die Faktoren für die organische Reichweite im Überblick«. In: *Allfacebook*. <https://allfacebook.de/instagram/algorithmus>, 2021 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

ein »eigens zugeschnittener Informationskosmos« hergestellt.<sup>19</sup> Der Feed hat dadurch den nicht unwesentlichen Effekt, dass man Soziale Medien als »Welten, die sich bezeugen lassen«<sup>20</sup> wahrnimmt, die »den zeitlichen und räumlichen Strukturen der physischen Existenz« ähneln.<sup>21</sup> Der Feed macht Soziale Netzwerksysteme erlebbar, indem man durch die von Algorithmen vorgenommene Personalisierung einen eigenen Standort besitzt, der sich von allen anderen unterscheidet. Was ich zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort wahrnehme, ist einzigartig.

Dennoch: Angesichts solcher Algorithmen werden zunächst die Determinationen deutlich, die zumindest infrage stellen, inwieweit man überhaupt fähig ist, eigenständig darüber zu entscheiden, welche Informationen und Kenntnisse man sich zuführt. Das hat vielfach zu der Kritik geführt, die auch bei Spiegel anklingt, wenn er schreibt:

Um mich herum, auch in der Techniktagebuchredaktion, klagen zwar alle nach wie vor über den lästigen, dummen, bösen Algorithmus, der ihnen wichtige Dinge vorenthält, aber ich kann mir nicht helfen: Ich habe lauter interessante und spannende Beiträge in meinem Feed. Ist so. [...] Oder? Ich benutze es einfach seit Jahren ohne Vorurteile, vergebe hier und da ein Like – wobei diese Likes weder berechnend noch aus reiner Höflichkeit erfolgen –, ich beteilige mich an Diskussionen. Ein paar Freunde habe ich als besonders enge Freunde markiert (<close friends> die bekommen dann im Algorithmus höhere Priorität), andere als bloße Bekanntschaften (<acquaintances>, von denen sieht man fast nie mehr was).<sup>22</sup>

Spiegel betont hier seine intuitive Interaktion mit dem Feed, die »vorurteilsfrei« und damit nicht strategisch oder gar manipulativ sei. Und doch scheint sich ihm die Frage zu stellen, inwieweit man überhaupt fähig ist, eigenständig und bewusst zu entscheiden, welche Informationen und Kenntnisse man sich zuführt. Er mutmaßt sogar über einzelne Einflussfaktoren, z.B. die Markierung einiger Nutzer\*innen als »enge Freunde«, die entsprechend vom Algorithmus periodisiert werden.

Doch eine solche Bewusstseinslenkung erfolgt nie einfach nur intuitiv, es handelt sich dabei nicht nur um eine »allgemeine Einstellung«, die eine

19 Felix Stalder: *Kultur der Digitalität*. Berlin 2016, S. 189.

20 Paul Frosh: *Screenshots. Racheengel der Fotografie*. Berlin 2019, S. 41.

21 Ebd., S. 42.

22 Spiegel: »Supertanker«.



»diffuse Aufmerksamkeit« verlangt, wie Foucault es pointiert hat,<sup>23</sup> sondern es bedarf dafür Zeit und praktischer Übungen.

Was heißt all das nun für die Nutzer\*innen? Wie sieht ein »bewusster« Alltag mit einem Facebook-Newsfeed, einer Twitter-Timeline oder einem Instagram-Feed aus? Wichtige Techniken im Umgang mit dem Feed sind neben dem Anklicken und damit Folgen eines Links das Liken und Rebloggen. Durch Liken und Rebloggen werden Inhalte auf dem Feed priorisiert und gespeichert, sie können später entweder unter »Gefällt mir« (z.B. auf Twitter) oder auf der Chronik im eigenen Profil abgerufen werden. Es geht also auch bei den Umgangsweisen mit dem Feed immer schon darum, zu begrenzen, auszuwählen, zu sortieren und zu ordnen. Das kann entweder im Bewusstsein über solche Prozesse erfolgen oder aber auch unbewusst und vordergründig mit anderen Motiven verbunden sein. Während in der Anfangszeit die explizite Gestaltung des Feeds durch Interaktionen wie Liken, Teilen etc. noch keine oder nur eine untergeordnete Rolle spielte, lässt sich mittlerweile eine zunehmende Medienkenntnis beobachten. In den auf Sozialen Netzwerkseiten publizierten Inhalten ist die Einflussnahme von Algorithmen und Interaktion auf die Sichtbarkeit zunehmend Thema. Nutzer\*innen weisen ihre Follower\*innen explizit auf die Einflussnahme hin, indem sie z.B. in ihren Storys vermerken: »Gebt dieser Story gerne ein Herz, um sie im Algorithmus zu pushen.«<sup>24</sup> Oder sie betiteln Selfies von sich mit »Algorithmus« um zu suggerieren, dass sie diese Art von Inhalten nur deshalb veröffentlichen, um auch für weniger vermeintlich selbstbezogene Inhalte Aufmerksamkeit zu generieren.<sup>25</sup>

In beiden Fällen, ob gewollt oder ungewollt, findet allerdings eine Formgebung des Feeds statt, d.h. als angemeldete\*r Nutzer\*in ist man immer schon Mitproduzent\*in sowohl am individuellen Feed-Feuilleton auf dem personalisierten Feed als auch am kollektiven, da populäre Beiträge auch auf den Feeds der anderen priorisiert werden (für die man deshalb ebenfalls Verantwortung empfinden kann). Im Umgang mit dem Feed zeigt sich einmal mehr, dass passives Rezipieren in den Sozialen Medien nicht möglich ist, sondern dass sie

23 Foucault: *Die Sorge um sich*, S. 69.

24 Vgl. Maria Popov [maria.popov] (14.3.2022): »Gebt dieser Story gerne ein Herz, um sie im Algorithmus zu pushen.« [Instagram-Story]. <https://www.instagram.com/maria.popov/> [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

25 Vgl. Nike van Dinther [@nikejane] (8.3.2022): »Algorithmus«. [Instagram-Story]. <https://www.instagram.com/nikejane/> [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

sogar umgekehrt zu einer aktiven – und zunehmend aktivistischen – Praxis verleiten.

Was bei André Spiegel schon anklang und auch plausibel ist: Es gibt gute bzw. schlechte Newsfeeds – sortierte und weniger sortierte, ausgestattet mit passenden und weniger passenden, einfältigen oder vielfältigen Inhalten –, je nachdem welche Kriterien man an ›gut‹ und ›schlecht‹ anlegt. Einerseits kann mit jedem kopflosen Klick der Feed – oft auch negativ – beeinflusst werden, andererseits kann er mit gezielten Klicks gestaltet werden.

Zur Gestaltung des Feeds haben die Plattformen durchaus auch Funktionen eingebaut. Facebook beispielsweise hat zur Optimierung des Feeds sogar eine Hilfsplattform eingerichtet, dort heißt es: »Wir wissen, wir bekommen es nicht immer richtig hin, und letztlich entscheidest du, was dich interessiert und welche Beiträge du sehen möchtest, darum bieten wir dir spezielle Einstellungen, mit denen du dein Benutzererlebnis personalisieren kannst.«<sup>26</sup> Was Nutzer\*innen tun können: In den Facebook-Einstellungen lassen sich Freunde und Betreiber auswählen, die zuerst angezeigt werden sollen; Personen und Betreiber können auch »entfolgt« bzw. »entabonniert« werden. Dabei bleibt man jedoch befreundet, also vernetzt; direkt im Feed können unbeliebte Beiträge und Werbung einer bestimmten Art aber ausgeblendet werden.<sup>27</sup>

Auch die Umgangsweisen mit dem Feed und die Effekte des Konsums der dort erscheinenden Inhalte werden in den Sozialen Medien selbst thematisiert, insbesondere wenn damit eine Sorge um die psychische Gesundheit einhergeht. Dass diese z.B. durch sogenannte ›toxische‹ Inhalte bedroht sei, ist ein auch von Journalist\*innen vielfach aufgegriffenes Motiv. So ist bei Artikeln über Social Media in regelmäßigen Abständen vom »schleichenden Gift für die Psyche«, »toxischer Stimmung« oder von deren »hohe[m] Suchtpotential« die Rede.<sup>28</sup>

26 Vgl. o.V.: »News-Feed Einstellungen«. In: *Facebook*. <https://www.facebook.com>, o), [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

27 Vgl. Kohout: »Der Feed als Kulturtechnik«.

28 Vgl. Sabine Otremba: »Social Media – schleichendes Gift für die Psyche?«. In: *Instahelp*. <https://instahelp.me/de/magazin/selbstwert/social-media-schleichendes-gift-fuer-die-psyche/>, 2018 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022]; Christoph Koopmann: »Soziale Medien: Empfinden Sie die Stimmung als ›toxischer?‹«. In: *Süddeutsche Zeitung*. <https://www.sueddeutsche.de/leben/leserdiskussion-soziale-medien-empfinden-sie-die-stimmung-als-toxischer-1.5235216>, 2021 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022]; LibertiesEU: »Warum ist Social Media toxisch? Wie geht man richtig damit um?«. In: *Liber-*

Zuletzt war im Umgang mit negativen Informationen in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie und dem Krieg in Ukraine vom »Doomscrolling« die Rede, das die suggestive Wirkung von schlechten Neuigkeiten in Krisenzeiten beschreibt, nach denen man »ohne Ende« scrollt.<sup>29</sup> Mittlerweile wird auf den Sozialen Netzwerkseiten nahezu unmittelbar auf solche Phänomene reagiert, etwa wenn auf Twitter ein »Doomscrolling Reminder Bot«<sup>30</sup> installiert wird, der in regelmäßigen Abständen mit Tweets wie »hi. doomscrolling might feel good in the moment, but try to set time limits and avoid staying up late. there might be many more news updates, but you still deserve time to rest«<sup>31</sup> zum Innehalten einlädt.

Seit einiger Zeit ist in Postings, Blogtexten und verschiedenen Beiträgen in den Sozialen Medien zunehmend zu beobachten, wie sich Nutzer\*innen mit der Frage auseinandersetzen, wie man den Feed mal wieder »reinigen« oder »ausmisten« könne – schließlich muss hin und wieder auch wegen einer sozialen Verpflichtung oder zur bloßen Erinnerung der Folgen-Button geklickt werden, und dann gibt es gleich ungewollte Beiträge auf der Timeline. Es sammelt sich also im Laufe der Zeit bekanntlich viel Überflüssiges an.

Unter Blogbeiträgen wie »Räume Deinen News Feed auf!« oder »Social Media Hygiene: Reinigen Sie Ihre Timeline« werden im Internet allerlei Tipps gegeben, wie die Timeline sauber gehalten werden kann.<sup>32</sup> Das hört sich fast schon ideologisch an und man kann sich vorstellen, wie solche Techniken verwendet werden, um ein geschlossenes Weltbild geschlossen zu halten (in dem

---

ties. <https://www.liberties.eu/de/stories/warum-ist-social-media-toxisch-wie-geht-man-richtig-damit-um/43494>, 2021 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

29 Susanne Ackermann: »Schlechte Nachrichten ohne Ende«. In: *Psychologie heute*. <https://www.psychologie-heute.de/leben/artikel-detailansicht/41811-schlechte-nachrichten-ohne-ende.html>, 2022 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

30 Doomscrolling Reminder Bot [@doomscroll\_bot] [Twitter-Account]. [https://twitter.com/doomscroll\\_bot?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/doomscroll_bot?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor) [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

31 Doomscrolling Reminder Bot [@doomscroll\_bot] (21.3.2022): »hi. doomscrolling might feel good in the moment, but try to set time limits and avoid staying up late.« [Tweet]. [https://twitter.com/doomscroll\\_bot/status/1505899866202861568](https://twitter.com/doomscroll_bot/status/1505899866202861568) [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

32 Vgl. Thomas Hutter: »Facebook: Frühlingsputz im Facebook Profil«. In: *thomashutter.com*. <https://www.thomashutter.com/facebook-fruhlingsputz-im-facebook-profil/>, 2011 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022]; Holger Bleich: »Social-Media-Hygiene: Reinigen Sie Ihre Timelines«. In: *Heise*. <https://www.heise.de/ct/artikel/Social-Media-Hygiene-Reinigen-Sie-Ihre-Timelines-4646966.html>, 2020 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

alles ausgemistet wird, was den eigenen Vorstellungen nicht entspricht) – ist aber in den meisten Fällen erst einmal unverfänglich gemeint.

Trotzdem kommt man von hier aus schnell zum vielervähnten Begriff der Filter Bubble,<sup>33</sup> in dem etwas angelegt ist, was auch die bisherigen Ausführungen möglicherweise nahegelegt haben: Nämlich dass die Praktiken der Feed-Gestaltung als Selbsttechniken, also als Techniken der Sorge um sich selbst, zu einer solchen auch schon Sokrates Hippokrates geraten hat, darauf hinauslaufen, es sich möglichst intellektuell bequem zu machen, jeden Schaden zu vermeiden, bloß im ›Safe Space‹ der eigenen Community zu bleiben, die eigene Blase ja nicht platzen zu lassen.

Vier Jahre später, 2019, lamentiert André Spiegel – immer noch im *Techniktagebuch* – über den Google-Feed:

Nie, aber auch wirklich niemals geht Google über das hinaus, was es für meine Interessen hält. Serendipity: null. Man kann diskutieren, ob es objektiv wichtige Dinge gibt, die wirklich jeder erfahren sollte (Flugzeugabsturz, neuer Präsident, Dritter Weltkrieg), aber im Müll meiner eigenen Vorlieben möchte ich jedenfalls nicht ersticken. Und was mache ich jetzt? Facebook, wo ich die von mir abonnierten Zeitungen in den Feed geholt habe, geht irgendwie nicht mehr. Ich bekomme seit Monaten gar nichts mehr aus den Zeitungen angezeigt, weil Facebook offenbar verzweifelt versucht, die persönlichen Interaktionen zwischen den Benutzern wieder stärker zu betonen.<sup>34</sup>

Oftmals sind die Selbsttechniken, die zu der vielbeschworenen Blasenbildung führen sozusagen ›Selbsttechniken aus Versehen‹, also schlicht Folgen einer intuitiven Praxis in der Interaktion mit dem Feed.

Das hatte Sokrates nicht im Sinn. Er wollte Hippokrates eigentlich nur eine ›Triggerwarnung‹ aussprechen, und natürlich gehen die beiden letztendlich dennoch zu Protagoras und hören sich an, was er zu sagen hat. Und auch heute dürfte es eine weitaus gängigere Praxis geworden sein als in vordigitalen Zeiten – als jede\*r meist nur eine profilierte Zeitung oder Zeitschrift abonniert hatte –, die sogenannten Filter-Bubbles bewusst zum Platzen zu bringen. Etwa indem man die Algorithmen gezielt dahingehend beeinflusst, dass ein breites Meinungsspektrum abgedeckt wird, man z.B. also nicht nur

33 Vgl. Eli Pariser: *Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden*. München 2012.

34 André Spiegel: »Nachrichtenquellen«. In: *Techniktagebuch*. <https://techniktagebuch.tumblr.com/post/188473384477/oktober-2019>, 2019 [zuletzt eingesehen am 2.5.2022].

der *taz*, sondern auch der *Jungen Freiheit* folgt. Denn auch wenn man in vordigitalen Zeiten sowohl die *taz* als auch die *FAZ* gleichzeitig abonnieren konnte, war das kaum üblich – und wenn es doch vorkam, dann nicht vergleichbar mit den heutigen Möglichkeiten, Einblicke in verschiedene Weltbilder, Ansichten, Vorstellungen zu bekommen. Das ist einerseits sehr wertvoll, weil sich dadurch lernen lässt, mit wem man es zu tun hat, kann aber auch frustrierend oder toxisch sein. Wenn dem so ist, dann hätte Sokrates wohl wiederum zur Mediendiätetik geraten – und zwar aus Sorge um sich, um zu meiden, was einem selbst nicht bekommt.

Doch es lässt sich nicht nur Selbstsorge beobachten, sondern auch Sorge um andere. In solchen Fällen werden Dritten Informationen vorenthalten beruhend auf z.T. persönlichen Ansichten darüber, was einer bestimmten Gruppe oder sogar der Gesellschaft nicht bekommt. Dann kommt z.B. auf Twitter systematisches Blockieren zum Einsatz oder der Verzicht auf Verlinkung (etwa indem Beiträge nicht geteilt, sondern per Screenshots gepostet werden). Das geschieht oftmals nicht nur zum Selbstschutz, sondern dient zudem auch der Eindämmung der Reichweite und damit dem Schutz Dritter. Man kann den Feed darum als Austragungsort der sogenannten ›Ökonomie der Aufmerksamkeit‹ und damit vielleicht sogar als das Zentrum Sozialer Medien schlechthin beschreiben. Ein Bewusstsein über die Möglichkeiten der Mitgestaltung und Mitbestimmung an dem, was sichtbar bzw. unsichtbar gemacht wird, sprich: Feeddesign zu erkennen und auszuüben, ist die Voraussetzung für Mündigkeit in Sozialen Netzwerken.

