

Feedkritik

Seit den 1990er-Jahren erleben Menschen, die sich mit dem Internet verbinden, dank Hypertext eine Zugriffsmöglichkeit auf Wissen, die alles bisher Da-gewesene in den Schatten stellt. Die Texte geraten nämlich in Bewegung, die Suche wird einfacher und schneller, und wir können uns durch Texte bewegen, da sie als Hypertext angelegt sind, also Links in den Texten existieren, die sie mit anderen vernetzen. Für eine heutige Generation, die das Internet vor allem als die oben beschriebenen Bilderwelten der Fotos und Videos in Feeds erlebt, also im Modus des gestückelten Fernsehens, ist die Erfahrung des verknüpften Wissens wahrscheinlich kaum mehr nachvollziehbar. Ich messe daher der Visualisierung von Netzwerken, auf die ich noch zurückkommen werde, eine so große Bedeutung bei, weil sie eine Bildwelt für diese Wissenswelt bietet. Eine andere Erfahrung kann die Social Media-Generation aber wahrscheinlich sehr gut nachvollziehen, nämlich die des nahtlosen Mitmachens. Die Feeds sind schließlich so angelegt, dass die eigenen Beiträge sich eingliedern, sich über Hashtags oder neuerdings die verwendeten Songs oder Videoschnippsel vernetzen. Verdichtet wird das Netz durch Kommentare und Reaktionen. Der prägnante und folgenreiche Unterschied zwischen dem Web der 1990er und den Social Media-Plattformen und die Notwendigkeit, an den Prinzipien der früheren offenen und unkommerziellen Systemen festzuhalten, liegt für mich in der fehlenden Archivlogik. Social Media funktioniert im Wegwerfmodus, indem es nicht um die Vernetzung von Wissen geht, sondern um die kontrollierte Produktion eines Spektakels von Bildern als Waren – quasi die digitale Erfüllung der kapitalismuskritischen Thesen des 1968er Kulturtheoretikers Guy Debord –,⁴¹ die das Publikum in einen Rausch versetzen und seine Gefühlswelt, seine intimen Reaktionen mit diesem Spektakel verbinden. An den Prinzipien geteilter kollaborativer Wissenswelten festzuhalten, heißt nicht zu denken, dass aus der Wissenschaft eine Konkurrenz zu Plattformen wie Instagram und TikTok entstehen wird. Stattdessen möchte ich Ansätze vorschlagen für ganz bestimmte Aufgaben, wie die digitale Partizipation an Sammlungen, neue Formen des kollaborativen Sammelns und Archivierens und die kritische Revision von Sammlungen. Und Werkzeuge zu verwenden und weiterzuentwickeln, die dafür passen und Neues ermöglichen, statt weiterhin Interaktion, Parti-

⁴¹ Eine digitale Version des Spektakels nach Guy Debord (Guy Debord, *Die Gesellschaft des Spektakels*, 1. Aufl (Hamburg: Edition Nautilus, 1978)).

zipation und Kollaboration auf die kommerziellen Social Media-Plattformen auszulagern.

Die anfängliche Euphorie im Kulturbereich für Social Media verfliegt inzwischen teilweise. Zwar reklamieren weiterhin noch viele Museen für sich, dort neue Kommunikationsformen zu etablieren, aber das Argument überzeugt immer weniger. Eine Ernüchterung macht sich breit, seit diese Plattformen so massiv von Falschnachrichten, Chauvinismus und Hetze überzogen werden. Nehmen wir zum Beispiel irreführende Schlagzeilen. Diese verbreiten sich wie Lauffeuer, da die dazugehörigen Texte nicht gelesen werden. Ähnlich wirken mit KI erzeugte Bilder. Hauptsache die Aussage passt zur eigenen vorgefertigten Meinung. Diese sehr bekannten Dynamiken möchte ich hier als gegenläufig zu Archiven und Sammlungen benennen. Populismus profitiert von den Verkürzungen und Fälschungen, für die sich die Feed-Plattformen perfekt eignen. Im Gegensatz zu einem Archiv existiert keine Provenienz oder Quelle, das Share-Bild wird zum gesamten Inhalt, der direkt weiter geteilt werden kann. Das sind Designentscheidungen. Diese Interfaces sind nutzlos als Archive oder Wissensspeicher, die Nutzenden sollen sie nicht wirklich benutzen und zum Beispiel verschiedene Sichtweisen unter einem Hashtag versammeln, um Aussagen prüfen und vergleichen zu können. Es geht rein darum zu zirkulieren und zu reagieren. Die kommerziellen Plattformen sind so angelegt, dass die Sachen, die viele Reaktionen und viel Zirkulation erhalten haben, von den Algorithmen zusätzlich verteilt werden. Die Logik des Feeds steht also gegen Kooperation, gegen Archivierung, gegen Gedächtnis, gegen Sortieren und Einordnen. Die gesamten semantischen Aspekte wie Hashtags oder Verknüpfungen (Links) sind absichtlich eingeschränkt und nicht nachhaltig nutzbar, die Netze sind vorsätzlich brüchig und kaputt. Der Gestalter und Publizist Jack Henry Fisher beschreibt das als Konsequenz der digitalen Warenförmigkeit von Kommunikation und betont: »Collective settings in ›authoring platforms‹ are technically discouraged, if not impossible. Archives are hindered; references to the past are made difficult.⁴² Das ist Vernetzung im Dienst der Zirkulation. Die Nutzer*innen werden zurückversetzt in die lähmende Haltung vor dem Fernseher, wie der Medienwissenschaftler Geert Lovink, ein Veteran der Plattformkritik, zusammenfasst:

»It has all become a blurry experience with personal messages, updates from influencers and news sites mixed with ads, updating itself constantly, mak-

42 Jack Henry Fisher, »Against Communication«, in *Counter Signals 1*, 2016, 3.

ing it hard to stop scrolling to focus on tasks and exchanges beyond likes and hearts.«⁴³

Er nennt das »pseudo-networks that constantly need to be maintained,« und betont: »What some called ›manufactured authenticity‹ is in fact a return to couch potato logic of the earlier TV era.«⁴⁴

Digitale Sammlungen von Kulturerbe im Netz stehen sehr unzusammenhängenden Alltagsarchiven auf Social Media gegenüber. Damit meine ich vor allem, dass alle diese Dienste, die einzelne Beiträge nicht als digitale Objekte mit Provenienz, mit Quellenangaben, mit Klassifizierungen und Annotationen begreifen, Anti-Wissen produzieren, schwer zu überprüfende Info-Häppchen und Bilder. Die Organisationsform ist Reihung der Beiträge auf der Startseite der Social Media-Plattform, kein Archiv, sondern komplett auf die Form des Feeds, der permanenten Neuigkeit zugeschnitten. Die Funktion dieser Feeds ist Standardisierung und Austauschbarkeit, zugespielt auf die Form von Bildern, unbewegten und bewegten. Hier liegt die Wurzel der kommerziellen Popularität der Feed-Dienste, von Social Media: Die Beiträge werden in Zirkulation gebracht. Ich bin daher skeptisch, was die wirkliche Offenheit dieser Organisationsformen von Wissen angeht. Die Plattformen bestehen schlussendlich aus komplett auf Aktualität angelegte Feeds. Teilweise durchbrechen das die Hashtags, also die Klassifizierungen der Beiträge, weil damit die Feeds quer gelesen werden, und wie die Anthropologin Haidy Geismar beschreibt, Archive entstehen. Doch sind diese sehr mangelhaft. Instagram-Hashtags funktionieren zum Beispiel nur in äußerst begrenztem Umfang und nicht umfassend, um zum Beispiel den eigenen Account als Archiv zu lesen. Diese Plattformen strukturieren den Austausch vor, ihr Effekt ist die Erzeugung von kommerziellem Wert und sozialer Normierung, wie die Medientheoretikerin Tiziana Terranova ausführt:

»Techno-social memory thus starts as a series of actions (recording, uploading, tagging, posting, commenting, storing) that precipitate into digital objects producing value for the market and value for the social in what would

43 Geert Lovink, »What's Social Networking Today?«, 3. November 2024, <https://networkcultures.org/geert/2024/11/03/whats-social-networking-today/>.

44 Ebd.

appear as a seamless continuum that increases market value while consolidating social order.⁴⁵

Umkämpfte Netze

Netzwerkkultur ist nach Terranova etwas Umstrittenes.⁴⁶ Sie ist einerseits Zusammenarbeit und Kreativität durch Kommunikationsnetzwerke und andererseits ein Weg, Qualität in Quantität zu verwandeln, um in der »sozialen Fabrik« Profit zu machen, indem man diese freie Arbeit – d.h. kreative Zusammenarbeit – nutzt. Der Ausgangspunkt, der Terranovas Theorie in Bewegung setzt, ist die Tatsache, dass das Computing nicht nur ein Mittel zur Berechnung und Verarbeitung von Daten, sondern selbst als Ökologie modelliert ist, zum Organismus und sozialer Kultur wird.⁴⁷ Das bedeutet, dass die riesigen Mediennetzwerke, die Masse der Bilder auf den Bildschirmen, direkt mit unserer sonstigen Ökologie verbunden sind: den Formen, wie wir leben, uns bewegen, arbeiten, ausruhen. Diese Verbindung ist nicht so sehr eine Schnittstelle, der Bildschirm nicht so sehr eine Barriere zwischen diesen Ökologien, sondern die Ströme durchqueren diese allumfassende Ökologie der Netzkulatur.

Terranova konzentriert sich auf neue Formen der Arbeit und auf neue Formen der Gewinnerzielung. Mit der aktuellen Geschäftsblase um künstliche Intelligenz ist die Frage, wie man das kreative Chaos der Online-Kommunikation in etwas Profitables verwandeln kann, in den Mittelpunkt gerückt. Wir haben gerade die Wild-West-Phase dieser Blase erlebt, in der große Technologiefirmen das Netz nach Inhalten durchforstet, die sie für ihre KI-Modelle verarbeiten können. Außerdem sehen wir eine Konsolidierungsphase, einen performativen Schritt hin zu einem geordneteren Geschäft, das nicht mehr klaut (alles wurde schon zusammengekratzt...), sondern auf maßgeschneiderte kommerzielle Angebote (wie persönliche Assistenten und geräteinterne KI) ausgerichtet ist. Die austauschbaren Themen der Business-Hypes der letzten Jahrzehnte

⁴⁵ Tiziana Terranova, »A Neomonadology of Social (Memory) Production«, in *Memory in motion: archives, technology, and the social*, hg. von Eivind Røssaak, Trond Lundemo, und Ina Blom (Amsterdam University Press, 2017), 289, <https://doi.org/10.1515/9789048532063-013>.

⁴⁶ Terranova, *Network culture*.

⁴⁷ Terranova, 141.