

In der Plattformfalle – Anmerkungen zur vernetzten Regression

»Ich kann nicht glauben, dass Videospiele real sind.« – Sarah Hagi / »Männer bauen die Strukturen, Frauen füllen sie.« Tech-Spruch / »Steige hinab in den Untergrund und komme von der hyper-virtuellen, fleischlosen Welt zum leidenden Fleisch der Armen.« – Papst Franziskus / »Wir fürchten uns nicht vor Ruinen. Wir, die wir die Prärien gepflügt und die Städte gebaut haben, können erneut bauen, nur beim nächsten Mal besser. Wir tragen eine neue Welt hier in unseren Herzen.« – Malatesta / »Es ist leichter, sich vorzustellen, dass Facebook das Ende der Welt verursacht, als sich das Ende von Facebook vorzustellen.« – Librarian Shipwreck / »Alle Wissenschaft beginnt mit Fiktion.« – Speaking Truth to the Platform / »Jedes Mal, wenn ich denke, dass ich mein Leben in den Griff bekommen habe, bricht der Kapitalismus zusammen.« – Juliet / »Es sind sowieso immer die anderen, die sterben.« – Marcel Duchamp / »Das Internet ist ein metaphysisches Horrorspiel, keine Repräsentationsmaschine.« – @bognamk / »Ich dachte, die dystopische Zukunft wäre spannender.« – So Sad Today / »Hat man eine E-Mail gelesen, hat man sie alle gelesen.« – Andrew Weatherhead / »Einst war ich mein. Jetzt gehöre ich ihnen.« – Shoshana Zuboff / »Bringen Sie so oft wie möglich irrelevante Themen zur Sprache.« – CIA-Handbuch / »Die ganze Zeit dachte ich, ich sei eine Nomadin, jetzt bin ich nur noch eine Ausreißerin.« – Sybil Prentice / »Rezession ist, wenn dein Nachbar seinen Job verliert. Depression ist, wenn du deinen verlierst.« – Nicolas LePan / »Das Internet ist der gescheiterte Gott.« – Johan Sjerpstra / »Unterdrücke dich

selbst.« – Mark Dery / »We're Not Bored. We're Boring.« – Snapchat-Spruch

Im heutigen Zeitalter der Sozialen Medien träumen viele Studierende davon, eine eigene Plattform zu gründen.¹ Dieses weit verbreitete Ideal setzt bereits einen unternehmerischen Anspruch voraus, dessen sich viele nicht einmal bewusst sind. Die Plattform ist zu einem Meta-Konzept geworden, zu einem flexiblen Container, gefüllt mit Versprechen und Träumen. Hier geht es nicht nur um Follower, sondern um eine Denkweise, ein anspruchsvolles Bauprojekt. Vergiss Knappheit.² Mach dich bereit, deine »Plattformativität« zu steigern. Wettbewerb ist etwas für Leute, die eine Schwäche dafür haben. Gib dich nicht mit ein paar Krümeln zufrieden. Die Krümel sind für die Verlierer:innen weiter unten in der Nahrungskette. Dies ist die neoliberale Version der Forderung aus den 1980er Jahren: »Wir warten nicht darauf, ein Stück vom Kuchen abzubekommen; wir wollen die ganze verdammte Bäckerei haben.«

Wie wurde das »Plattformpotenzial« zu einem solchen Objekt der Begierde? Man träumt davon, auf der Spekulationswelle zu reiten und dort zu sein, wo Geld gemacht wird. Um diesen Traum zu verwirklichen, muss man die Knotenpunkte und Vermittlungen besitzen. Künstler:innen, Aktivist:innen, Designer:innen und Geeks glauben, dass sie so ihr Publikum erreichen – und gleichzeitig reich und berühmt werden. Warum sollte man sich bemühen, Influencer:in zu werden, wenn man auch Eigentümer:in werden kann? Willkommen zum Plattformfetischismus, wo soziale Beziehungen durch in der sozialen Interaktion selbst geschaffener Werte definiert sind. In diesem ausgehenden neoliberalen Zeitalter besteht die oberste Direktive darin, auf die armen Narren herabzuschauen, die nur kaufen und verkaufen können. Der Trick besteht darin, andere dazu zu bringen, nach den Regeln zu spielen, die du, der Eigentümer (alias Designer) des Marktes aufgestellt hast.

-
- 1 Lade das Plattform-Design-Toolkit herunter und lege los: <https://platformdesigntoolkit.com/>
 - 2 <https://www.almostanauthor.com/platform-starts-with-your-mindset/>

Die Plattform-*a-priori* ist der weit verbreitete Glaube an die Tugend des Teilens. Plattform = Gesellschaft.³ Während die Nutzer:innen ermutigt werden, ihre Profile, Kommentare, Vorlieben und Likes zu teilen, werden sie darüber im Unklaren gelassen, dass sie nicht nur mit Freunden und Familie (und dem Unternehmen, das all dies ermöglicht), sondern vor allem mit Drittanbietern teilen. In einer internen E-Mail erläuterte Mark Zuckerberg diesen Mechanismus: »Wir wollen Menschen die Möglichkeit geben, alles zu teilen, was sie möchten, und zwar auf Facebook. Manchmal ist es am einfachsten, Teilen zu ermöglichen, wenn ein Programmierer eine spezielle App oder ein Netzwerk für diesen Typ von Inhalten entwickelt und diese App sozial macht, indem sie an Facebook angedockt wird. Das mag gut für die Welt sein, allerdings ist es nicht gut für uns, es sei denn, die Leute teilen etwas zurück auf Facebook, und dieser Inhalt erhöht dann den Wert unseres Netzwerks. Letztlich denke ich also, dass der Zweck der Plattform ... darin besteht, das Teilen auf Facebook zu steigern.«⁴ Hier sehen wir, wie neue Einhegungen entstehen. Weit davon entfernt, zu ihren persönlichen Netzwerken beizutragen, dienen Nutzende und Drittanbieter im Grunde nur dem Zweck, die Plattform zu stabilisieren.

Nichts davon scheint den zunehmenden Aufstieg der Plattform zu hindern. Die schiere Allgegenwärtigkeit des Begriffs hat sogar dazu geführt, dass er auf die *Banished Words* 2019-Liste gesetzt wurde.⁵ Das

3 Angela Xiao Wu kritisiert die Tendenz vieler Forschender, politischer Entscheidungsträger:innen und Journalist:innen, Plattformdaten als realen Spiegel der Gesellschaft zu betrachten. »Plattformdaten bieten keinen direkten Einblick in das menschliche Verhalten. Vielmehr sind sie unmittelbare Aufzeichnungen darüber, wie wir uns unter dem Einfluss von Plattformen verhalten.« Was das Plattformzeitalter charakterisiert, ist das allzu Offensichtliche, das nicht offensichtlich ist. Siehe: <https://points.datasociety.net/how-not-to-know-ourselves-5227c185569>

4 Interne Facebook-E-Mail, 19. November 2012, zitiert in Steven Levy, *Facebook, the Inside Story*, London, Penguin Business, 2020, S. 173.

5 <https://www.lssu.edu/traditions/banishedwords/year/#toggle-id-37> »Leute benutzen ihn als Vorwand, um zu schwadronieren. Facebook, Instagram und Twitter sind zu Plattformen geworden. Selbst Sportler:innen nennen ein

Versprechen der Plattform ist einfach und verlockend: Alle profitieren – von Produzent:innen über Kund:innen bis hin zu Gründer:innen. Alle sind einbezogen. Alle spielen mit. Es ist ein *win, win, win*. Die Plattform ist zu einem *Kulturideal* geworden und hat längst die Website, den Blog und damit das Webdesign-Studio als Startup-Modell verdrängt. Gleichzeitig etablierte sich eine aufgeblähte Social-Media-Definition. Social-Media-Apps wurden um Stories, Kurzvideos, Live-Streaming und Shopping angereichert. Einzelne Apps erweiterten sich – wie bei *Inception* – und boten Plattformen innerhalb von Plattformen. Plattformen scheinen die Welt zu fressen.

Plattformeigenschaften

Plattformen greifen immer auf Kapital zurück. Man möchte Wert nutzbar machen, statt sich im Chaos des rhizomatischen Netzwerks zu verlieren. Der Plattformtraum hat den Risikokapitalmodus weiter konsolidiert, der Hyperwachstum in kürzester Zeit anstrebt und auf die Marktbeherrschung durch »Unicorns« und eine Monopolposition zielt. Auch wenn nur wenige zu Milliardären werden, zieht der Lotterie-Aspekt der skrupellosen darwinistischen Strategie weiterhin viele an. Hegemonisch, wird gesagt. Die Anziehungskraft von Elon Musk ist noch nicht verblasst. Die Obsession mit Stars erlaubt es der Popkritik des Kapitalismus nicht wirklich, das Recht, Milliardär zu werden, infrage zu stellen. Wir alle wollen unsere eigene Plattform betreiben – egal, was wir uns wünschen.

Plattformen schaffen Eigentumsmärkte, Verbindungsglieder zwischen Angebot und Nachfrage, die niedrige Produktionskosten haben, wenn überhaupt, sind jedoch selten neutral.⁶ Es handelt sich nicht ein-

Interview nach einem Spiel eine »Plattform«. Kommt endlich von der Plattform herunter.« Michael, Alameda, Kalifornien.

- 6 In seiner Rezension *A Tale of Two Platforms* schreibt Tim O'Reilly über Plattformen als Marktplätze, die »sowohl Käufer:innen als auch Verkäufer verbinden und unterstützen. Eines der großen Probleme dieser hyperskalierten Märkte ist der gleichzeitige Aufbau beider Seiten. Uber und Lyft zeigen, wie teuer das

fach um »Dienstanbieter«. In vielen Fällen sind die Plattformen selbst bedeutende Spieler in diesen Märkten. Was die Einnahmen betrifft, sind sie eher Werbegiganten als einfach nur »Technologie«-Unternehmen.⁷ Plattformen stellen also nicht nur Märkte bereit und organisieren und regulieren sie, sondern haben auch einen übergroßen Einfluss auf ähnliche Unternehmen und die breitere Ökologie. Man denke nur an die Staus und die Luftverschmutzung, die durch all die Uber-Taxis verursacht werden, die im Leerlauf sind. Oder an die Umweltauswirkungen, die entstehen, wenn eine Million E-Commerce-Pakete geliefert werden, statt alles auf einmal in einem Einkaufszentrum oder einer Einkaufsstraße einzukaufen. Der Kern der kapitalistischen Logik bleibt die Sozialisierung der Verluste bei gleichzeitiger Privatisierung der Gewinne unter dem Banner der individuellen Wahl und Bequemlichkeit. Unbeabsichtigte Folgen sind ein Feature, kein Bug.

So etwas wie den »Übergang zur Plattform« hat es nie gegeben. Die Ideologie der schöpferischen Zerstörung und der Disruption mag inzwischen manierlich dekonstruiert sein. Dennoch bleibt die abrupte Migration von Millionen von Nutzer:innen zu anderen Apps ein Rätsel. Kann die Herde so plötzlich anwachsen? Kann sich »soziale Ansteckung« so schnell verbreiten? Tatsache ist, dass Plattformen seit ihrem Aufkommen in den frühen 2010er Jahren einfach existieren. Diese Unvermeidbarkeit, diese scheinbar natürliche Anwesenheit ist Teil ihrer Anziehungskraft. Das Internet selbst wird nur noch selten erwähnt. Die meisten Menschen verwenden die Begriffe »Soziale Medien« oder

ist. Sie haben Milliarden von Dollar in das Marketing investiert und verkaufen ihre Dienste wohl auch heute noch für weniger, als es kostet, sie anzubieten, um mehr Fahrgäste zu gewinnen.« O'Reilly stellt fest, dass es viel einfacher ist, wenn man nur eine Seite des Marktes aufbauen muss. »Als Amazon 1995 als »größter Buchladen der Welt« startete, musste es kein Geld ausgeben, um eine kritische Masse an Büchern, Verlagen und Autoren zusammenzutragen. Instagram hatte das bereits getan.« <https://www.linkedin.com/pulse/tale-two-platforms-tim-o-reilly/>

- 7 Zitate und Zusammenfassung von Ana Milicevic, *The Trouble with Platforms*, <https://pando.com/2020/06/29/trouble-platforms-google-amazon-face-book-apple-market-cap/>

»Plattformen«, wenn sie über das Internet sprechen. Die unsichtbare drahtlose Konnektivität macht die Plattform zu einem weiteren Teil der Landschaft. Wie Strom ist die Plattform eine Infrastruktur, die immer da ist, auf Abruf verfügbar.

Die Plattform ist die Botschaft: *content is tired, »platform« is wired*. Marc Steinberg zufolge sind Plattformen zu universellen Übersetzungsapparaten geworden: Sie sind der Ort, an dem Geld, Menschen und Waren aufeinandertreffen und Transaktionen stattfinden. Betrachte sie als abstrakte Megaknoten. »Fast alles kann eine Plattform sein, man muss sie nur so nennen.«⁸ Wir bewegen uns weg vom Konzept der neuen Medien, mit dem Schwerpunkt auf statischen Archiven und Datenbanken, hin zu einem frenetischeren Modus endloser, sich ständig verändernder Feeds und Pages. Die Plattform verbindet Echtzeit mit Transaktionen (»Nur noch ein Zimmer frei!«).⁹ Benachrichtigungen nehmen exponentiell zu, mikroskopische individuelle Anpassungen zielen darauf, Aufmerksamkeit zu erregen und ein Angebot zu machen, das man nicht ablehnen kann. Doch während diese Oberfläche als ein sich ständig veränderndes personalisiertes semiotisches Spektakel erscheint, ist die Plattform – wie der Kapitalismus – im Inneren tot. Mariana Mazzucato zufolge operieren Plattformen »in zweiseitigen Märkten – wie Ökonomen das nennen –, entwickeln als Herzstück, Bindeglied und Hüter zwischen beiden Seiten sowohl die Angebots- als auch die Nachfrageseite des Markts.« Sie schließt, dass »Verbraucher das Tracking und die Herausgabe ihrer persönlichen Daten selbst dann akzeptieren, wenn sie das eigentlich – im Idealfall – lieber nicht tun würden. Aber sie tun dies nicht, weil sie das Quidproquo gern akzeptieren, sondern schlicht aus Resignation und Frustration.«¹⁰

8 Marc Steinberg, *The Platform Economy*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2019, S. 1, 92 und 115.

9 <https://www.checkbook.org/boston-area/travel-websites-mislead-by-falsely-declaring-few-rooms-remain/>

10 Mariana Mazzucato, *Wie kommt der Wert in die Welt?* Frankfurt a.M./New York, Campus, 2019, S. 281 und 285f.

Die von uns bewohnten Plattformen sind Erwartungsmedien für Nutzer:innen, die sich auf der Suche nach etwas dort hinbegeben. Ich bin hier – was wollte ich noch mal? Die von Informationstechniker:innen und Bibliothekswissenschaftler:innen entwickelten Suchmaschinen waren rational und kalt, leere Werkzeuge, die Befehlen gehorchten. Im Gegensatz dazu sind die heutigen Plattformen flauschiger und gefälliger und bieten personalisierte Informationen für die swipenden Benommenen und Verwirrten. Die Suchmaschine ließ uns in den klammen Korridoren des Archivs suchen; die Plattform gibt uns das Gefühl, ganz oben zu sein. Deshalb schlägt Ana Milicevic vor, von Plattform-Oasen zu sprechen und nicht mehr die Walled-Garden-Metapher zu verwenden. »Außerhalb eines ummauerten Gartens gibt es noch Leben; außerhalb einer Oase ist die Luft trocken und man kann sich glücklich schätzen, wenn man hier und da auf ein Unkraut stößt.«¹¹

Plattformen kennen uns ganz genau und bieten uns aufmunternde Inhalte. Sie empfehlen uns Medien entsprechend unserem Geschmack, unseren Vorlieben, früheren Bestellungen, unserer Suchhistorie und unseren Likes. Dieses digitale Gedächtnis erlaubt den Plattformen, uns sowohl einzulullen als auch anzutriggern. Wir chaotischen Menschen hassen es, bei null anzufangen. »Liebes Cookie, bitte speichere die Einstellungen für mich.« Schließlich sind wir keine kalten, an objektivem Wissen interessierten Wissenschaftler:innen. Wir wollen Zeit sparen und Shortcuts nehmen. Wir schätzen die Maschine dafür, dass sie unsere Schwächen ausgleicht und sich Dinge für uns merkt. Wir lieben sie, weil sie mit uns spricht und uns genau sagt, wie nah der Uber-Fahrer ist, was vergleichbare Produkte anderswo kosten und was dieser neu aufgetauchte Nutzer mit anderen teilt. Wir werden leicht instabil, da unser geschäftiges Multitasking-Leben immer am Rande des Zusammenbruchs steht. Deshalb fühlen wir uns wohl auf der Plattform, unserem neuen virtuellen Domizil.

11 <https://pando.com/2020/06/29/trouble-platforms-google-amazon-facebook-apple-market-cap/>

Für David Golumbia ist klar, was mit den Plattformen geschehen sollte: »Sie sollten nicht existieren.«¹² Aber was bedeutet es, zu sagen, dass Soziale Medien nicht existieren sollten? Sind extraktive Plattformen – wie Atomwaffen – einmal erfunden, gebaut und eingesetzt, werden sie einfach Teil der menschlichen Geschichte? Mit dieser Frage kämpfte Günther Anders, als er unter dem Eindruck von Hiroshima schrieb. Können diese Plattformen durch Regulierung gestoppt, aufgelöst oder einfach vom Netz genommen werden? Oder, etwas idealistischer betrachtet, könnten sie kollektiv gelöscht oder einfach unmodern werden und für immer verschwinden? Anfangs dachten wir Web-2.0-Kritiker:innen, sie würden einfach verschwinden, nachdem sie ihren Hype-Zyklus durchlaufen hatten. Zwei Jahrzehnte später wissen wir es besser. Wie können Milliarden etwas loswerden, was sie nicht einmal mögen, nach dem sie süchtig sind und von dem sie nicht wissen, wie sie sich davon befreien können? Die Schlussfolgerung kann nur sein, dass die »Ästhetik des Verschwindens« nie richtig gelehrt worden ist. Bitte teilt die Kunst der kollektiven Aufkündigung. Die neoliberale konsumistische Einstellung hat uns gelehrt, auf das Neue zu fokussieren – auf Werden, Gründen und Inkorporieren –, aber nicht, sich Gedanken zum Beenden zu machen. Wie Neil Sedaka bemerkte: »breaking up is hard to do«.

Stagnation der Plattform

Gehen wir der Stagnation der Plattformen auf den Grund. Venkatesh Rao hat das Konzept des »premium mediocre« eingebracht und assoziiert den Begriff mit Kreuzfahrtschiffen, handwerklich hergestellter Pizzeria, *Game of Thrones* und dem Bellagio. »Premium-Mittelmaß« ist alles, was als *Signature*-Brand vermarktet wird. Es ist »Essen, das auf Insta-

12 Twitter, 11. November 2020, <https://twitter.com/dgolumbia/status/1326521004160655365>

gram besser aussieht, als es schmeckt.«¹³ Wie lässt sich dies auf das Internet übertragen? Die postdemokratische Internetkultur ist zunehmend weniger *trashy*. Die Plattformen werden immer glatter und lassen uns in einer sicheren, aber hoch eingeschränkten Umgebung schneller swipen. Diese Umgebungen sind leicht euphorisch, vermeiden aber zu schreien. Das ist meine Lesart von Raos Konzept.

»Premium« bedeutet, für einen Dienst zu zahlen, während wir uns ständig einreden, dass wir eines Tages diejenigen sein werden, die dafür bezahlt werden. »Premium« hebt uns aus dem Müllhaufen der alltäglichen Existenz heraus, weg von den Kleinbürger:innen, die sich nur leisten können, was kostenlos ist. In Vorbereitung auf künftigen Erfolg surft man im Internet, auf der Suche nach dem nächsten Partner, dem nächsten Projekt, dem nächsten Kleidungsstück. Im Gegenzug verzichtet man vorübergehend auf Zynismus. Aufrichtigkeit in einer Fake-Welt bedeutet, seinem Profil treu zu bleiben, wie es in der Formel von Venkatesh Rao für Dummies treffend zusammengefasst ist: »Große Geister diskutieren Ideen; mittelmäßige Geister diskutieren Ereignisse; kleine Geister diskutieren Menschen. Erstklassige mittelmäßige Köpfe diskutieren Bitcoin.« Wir wollen, dass die Plattformen das Etikett »premium mediocre« bekommen. Das ist ihr historischer, emanzipatorischer Antrieb – und einer der Gründe, warum es so schwer ist, sie zu verlassen, denn wir müssen uns erst einmal mit den premium-mittelmäßigen Wünschen in uns selbst auseinandersetzen und sie überwinden.

Die meisten populären Theorien im Zeitalter des regressiven Populismus reproduzieren lediglich den Status quo. Das ist zu erwarten: Weitere Kopien machen die Dinge nur noch schlimmer. Dennoch gibt es Ausnahmen, Juwelen, die unsere derzeitige Situation perfekt zu treffen scheinen. In *Platform is the Enemy* stellt Daniel Markham fest: »Technik hat zum Ziel, uns besser zu machen, nicht dümmer. Moment mal. Stimmt das?«¹⁴ Geben wir ihm den großzügigen Raum, den er in einem

13 <https://www.ribbonfarm.com/2017/08/17/the-premium-mediocre-life-of-may-a-millennial/>

14 <https://danielbmarkham.com/the-platform-is-the-enemy/>

Berg mitschuldiger Literatur verdient. »Jede Technologie, die wir einsetzen, kann zum Ziel haben, uns dabei zu helfen, das zu tun, was wir bereits beschlossen haben, oder uns bei der Entscheidung zu helfen, was zu tun ist. Die erste Option überlässt das Denken uns selbst. Die zweite Option ›hilft‹ uns beim Denken ... Wenn wir eine Plattform für etwas schaffen – sei es für die Bewertung von Filmen, das Tracken von Projekten oder Chats über die Arbeit mit Freund:innen –, wenn diese Plattform geistigen Austausch übernimmt, wird *angenommen, dass es sich um ein gelöstes Problem handelt*.«

Implizit fordert Markham eine Theorie der »Interreaktivität«. Plattformen sind auf Reagieren ausgelegt.¹⁵ Sie rufen nicht zu interaktivem Dialog auf – auch nicht zu Interpassivität, wie es Pfaller einmal dargestellt hat. Markham schreibt: »Beim Telefon weiß ich, wen ich anrufen will und warum. Ich drücke Tasten, und wir sind verbunden. Die Technik hilft mir, das zu tun, was ich bereits beschlossen habe. Bei Facebook dagegen werden die dafür bezahlt, mir Dinge in einer bestimmten Reihenfolge zu zeigen. Die Prämisse ist, dass ich warte (oder ›erkunde‹, wenn man so will), bis ich etwas finde, mit dem ich interagieren kann. Das Telefon ist ein Werkzeug, das ich benutzen kann. Ich bin das Werkzeug, das Facebook benutzt. Ich agiere nicht mehr. Ich reagiere.« Viele nutzen nicht das Internet, vielmehr nutzt das Internet sie. »Es liegt in der Natur von Plattformen, ständig die subtile Botschaft auszusenden: *Dies ist ein gelöstes Problem. Du musst dich nicht weiter anstrengen. Kein Denken erforderlich*.« Dahinter steckt die Logik der Hirneffizienz, die uns erlaubt, auf wichtigere Dinge zu fokussieren oder eine Pause zu machen und zu entspannen. »Lass' die Plattform entscheiden. Keine Energie nötig. Auf den Müll mit diesen Neuronen.« Für Markham sind Plattformen der Feind, weil »sie sich der Analyse der Bereiche widersetzen, die sie beherrschen. Plattformen verwandeln Dinge in selbst-

15 Wie Benjamin Bratton schreibt: »Plattformen sind generative Mechanismen – Maschinen, die die Bedingungen der Beteiligung nach festen Protokollen (z.B. technischen, diskursiven, formalen Protokollen) festlegen. Sie gewinnen durch die Vermittlung ungeplanter und nicht planbarer Interaktionen an Größe und Stärke.« *The Stack*, S. 44.

verständliche Tatsachen, die eigentlich zur Debatte stehen sollten.« Sie übernehmen die Arbeit, zu entscheiden, welchen Kategorien verschiedene Dinge zuzuordnen sind. Populäre Plattformen sind nicht nur eine wirtschaftliche Gefahr, weil sie den Handel kontrollieren. »Sie stellen eine existenzielle Gefahr für die Menschheit dar, weil sie die Menschen davon abhalten, ernsthaft darüber nachzudenken, welche Kategorien in ihrem jeweiligen Leben wichtig sind. Sie verwehren sich ihrer eigenen Analyse und machen die Menschen mit der Zeit dümmer.«

In einem Interview sagte Zadie Smith einmal: »In meinen Romanen geht es um die Herausforderung, wirklich Mensch zu sein, und sich nicht der Verantwortung des Menschseins zu entziehen, was sehr schwierig ist.«¹⁶ Das ist genau das, was wir auf die Plattformen projizieren: Sie sollen keine abgehobenen Werkzeuge oder kalten Systeme sein, sondern wie Seelenverwandte agieren, die wir mit uns herumtragen, wie Haustiere. Die Plattform sollte ein sicherer Ort sein, eine verträumte Möchtegern-Welt, die nahtlose Bequemlichkeit schwerfälliger Komplexität vorzieht. »Bitte«, sage ich zu meinem Telefon, »schränke meine Auswahl ein, flüstere mir zu, was ich will.« Man denke zum Beispiel an das kindische Design der Facebook-Oberfläche, das immer gleich bleiben soll (während es sich alle paar Sekunden oberflächlich ändert, ohne dass es uns auffällt). Das Problem dabei ist, dass es nichts zum Erinnern oder Nachdenken gibt. Milliarden von uns verbringen täglich Stunden auf Facebook, aber wenn man uns bitten würde, wiederzugeben, wie diese »Webseite« aussieht, würde uns das nicht gelingen. Etwas vage Blaues mit einem Newsfeed, Updates und ein paar zufälligen Freund:innen?

Erstrebenswertes Leben besteht in einer endlosen Abfolge von Prototypen, Versionen, halbherzigen Versuchen, die später abgebrochen und vergessen werden. Die Benommenheit in der digitalen Situation spiegelt dies wider. Sie ist nie real oder materiell, sondern schwankt

16 <https://www.thestar.com/entertainment/books/2019/11/08/zadie-smith-on-fighting-the-algorithm-if-you-are-under-30-and-you-are-able-to-think-for-yourself-right-now-god-bless-you.html>

zwischen Angebot und Verfallsdatum. Wir mögen es nicht, wenn Objekte nicht einfach in der Welt sein können. Hightech kann nicht einfach nur existieren, sondern steht immer kurz vor dem »Nichtfunktionieren« – der Akku stirbt, die Internetverbindung fällt aus, das Software-as-a-Service-Abonnement läuft aus. In der Zwischenzeit ist jede kritische Internettheorie, die einen Ausweg bieten könnte, so gut wie verschwunden, verloren gegangen in der Grauzone kostenpflichtiger Zeitschriftenartikel und exorbitant teurer Bücher (natürlich bei Amazon erhältlich). Die rituelle Verwendung der korrekten akademischen Referenzen liegt genau am entgegengesetzten Ende des »Toxoplasma of Rage«, wo man umso mehr darüber spricht, je kontroverser die vermarkteten Informationen sind.

Plattformrealismus

Wenn es um Plattformen geht, scheinen wir festzuhängen oder zu stagnieren. Wie könnten wir diesen Zustand nennen? Der Netzkünstler Ben Grosser schlägt den Begriff Plattformrealismus vor. Grossers Begriff basiert auf Mark Fishers Formulierung des Kapitalismusrealismus, »die Idee, dass wir uns keine Alternativen zum Kapitalismus vorstellen oder aufbauen, weil wir uns eine Welt ohne ihn nicht mehr vorstellen können. Big Tech hat es in wenigen Jahren geschafft, einen ähnlichen Zustand des Plattformrealismus in der Öffentlichkeit zu erzeugen. Viele können sich nicht vorstellen, wie globale Kommunikation, Medien, Suche usw. jemals ohne Plattformen funktionieren könnten. Trotz des wachsenden Unbehagens an den Plattformen fällt es vielen schwer, eine Welt ohne Big-Tech-Plattformen als realisierbare Zukunftsvorstellung zu erwägen.«¹⁷

Plattformen sind politisch, und Plattformen schränken politisches Denken ein. Michael Seemanns *Die Macht der Plattformen* könnte als ein

17 Aus einem privaten E-Mail-Austausch, 28. Juni 2021, später bearbeitet und hier veröffentlicht: <https://networkcultures.org/blog/2021/06/29/platform-realism/>

Beispiel für diese Tendenz dienen. In seiner Dissertation argumentiert er, dass wir Plattformen als politische Entscheidungsarenen betrachten sollten. Seemann betont, dass »wir Plattformen als etwas inhärent Politisches begreifen müssen, als neue politische Institutionen, als politische Schlachtfelder, statt sie mit technischen Mitteln zu entpolitisieren.« Er erkannte, dass die dezentralistische Ablehnung von Macht nirgendwohin führt. »Die Umwälzungen der letzten Jahre – vom Aufstieg des Rechtspopulismus bis hin zu Hate Speech und Desinformation – wurden nicht durch die Macht der Plattformen verursacht, sondern durch die unkontrollierte Ermächtigung der Nutzer:innen. Den meisten Schaden hat fehlende Durchsetzung, fehlende Moderation verursacht.«¹⁸

Wie können wir diese Politik aufdecken und kritisieren? Grosser zufolge sind Plattformen »Kodierungen der unternehmerischen Tech-Bro-Ideologie, agentielle Systeme, die ihren Glauben an die Bedeutung von Größe, den Imperativ des Wachstums und die Überlegenheit des Quantitativen in Kraft setzen und intensivieren.« Zu Grossers eigenen Projekten gehören Go Rando, Facebook Demetricator, Order of Magnitude und The Endless Doomscroller. All diese Projekte arbeiten mit bestehenden Plattformen, die deine Gefühle vernebeln, Metriken verbergen, algorithmisches Profiling durcheinanderbringen, und decken ihre zentralen Manipulationsmechanismen auf.¹⁹ Grosser nennt auch Projekte von Künstler:innen wie Joana Moll und Disnovation sowie unerlässliche kritische Abhandlungen von Denker:innen der Medien- und Softwareforschung wie Wendy Chun, Safiya Noble, Matthew Fuller und Søren Pold. Grosser kommt zum Schluss: »Je besser wir erhellen können, wie breitere gesellschaftliche Probleme damit zusammenhängen, wie Big Tech diese modelliert, verdinglicht und verstärkt, desto einfacher wird jegliche Abwanderung sein.«

Grosser argumentiert zudem, außer Alternativen zu entwickeln, müssen wir die Welt dort einbinden, wo es diese gibt. Bei über drei

18 Zitiert aus einem privaten E-Mail-Austausch mit Michael Seemann, 20. November 2021.

19 <https://bengrosser.com/projects/>

Milliarden Menschen, die sich bereits registriert haben, bedeutet das, dass wir auch innerhalb der Big-Tech-Plattformen selbst agitieren müssen. »Das ist nicht so schlimm, wie es sich anhört, denn Plattformen können produktive Räume für die Kultivierung von Kritikalität sein. Ob verdeckt subversiv oder offen konfrontativ – Plattformmanipulationen, wie sie über Browsererweiterungen oder Online-Performance-Projekte möglich sind, können die Nutzer:innen dazu veranlassen, die Rolle dieser Systeme zu überdenken, die sie derzeit als unvermeidliche Bestandteile der Landschaft des 21. Jahrhunderts betrachten. Indem sie das Verborgene aufdecken und das Sichtbare verbergen, können hacktivistische Kunst, taktische Medien und andere verwandte Praktiken Nutzer:innen helfen, die Rolle von Plattformen im Alltag zu hinterfragen. Warum sind sie so gebaut? Wer profitiert? Wer ist am meisten gefährdet? Wie könnte man es anders machen?«

Scharen und Herden

Ich möchte die Verfasstheit der Plattform damit vergleichen, wie Michel Foucault die Pastoralmacht beschrieben hat. In diesem Zusammenhang ist besonders interessant, was er das Paradoxon des Hirten nennt. »Die Aufgabe des Hirten (bis hin zur Selbstaufopferung) war die Rettung der Herde; und letztlich war es eine individualisierende Macht, da der Hirte sich um jedes einzelne Mitglied der Herde individuell kümmern musste. Weil der Pastor für die Vielfalt als Ganzes sorgen muss, während er zugleich für das spezielle Seelenheil jedes Einzelnen sorgt, muss es notwendigerweise sowohl ein ›Opfer des einen für alle als auch das Opfer aller für einen geben, was das absolute Herzstück der christlichen Problematik des Pastorats sein wird‹.«²⁰ Die Herde ist noch da, einschließlich der Zeiten für Grasen, Ruhe und erratische Bewegungen – doch der Pastor ist nirgends zu sehen.

20 Zitat aus Ben Golder, *Foucault and the Genealogy of Pastoral Power* <https://eportfolios.macaulay.cuny.edu/biogeo/files/2009/10/ben-Golder-essay.pdf>

Im Westen hat sich heute die Macht von Kirche und Staat auf Unternehmen verlagert. Das Ziel ist nicht mehr die Erlösung des Menschen. Was geschieht, ist die Auslagerung von Aufgaben, die der Staat früher als seine verstanden hat: das Sammeln von Wissen sowohl über die Bevölkerung insgesamt als auch über die Nutzer:innen, die früher als Individuen bezeichnet wurden. Um beide wird sich in Form von Märkten auf der Plattform gekümmert. Wir sollten dies als eine Design-Herausforderung verstehen und Geeks, Admins, Designer:innen, Vermarkter:innen, Tech-Unternehmer:innen und Verhaltenswissenschaftler:innen als die Hirt:innen von heute sehen. Ihre explizite Aufgabe besteht jedoch darin, unsichtbar und somit nicht rechenschaftspflichtig zu bleiben. Ihre Führung wird als abstrakte »algorithmische Governance« empfunden, die Herrschaft von KI und Big Data.

Ein Ansatz dieser Frage besteht also darin, auf die theologischen Grundlagen der heutigen politischen Macht der Social-Media-Plattformen hinzuweisen. Mark Zuckerbergs wiederholte Verweise auf den jüdisch-christlichen Begriff der »Gemeinschaft« wären hier eine ideale politische Theologiereferenz. Eine andere wäre die »Subjektbildung« durch die wiederholte, süchtig machende Betäubung, auf die man immer wieder und ohne Zweck zurückgreift. Wir sind Teil dieser elektronischen Herde und brauchen diese Beteuerung. Warum aber fällt uns diese Befragung der Gegenwart so schwer?

Plattformen sind dynamische Systeme für Millionen von Nutzer:innen, ein flüchtiger Raum für die handelnde und interagierende Menge. Wir könnten Uber oder Tinder einfrieren, aber das hilft uns nicht besonders dabei, ein besseres Verständnis zu gewinnen. Wenn wir am nächsten Tag oder innerhalb der nächsten fünf Minuten zurückkehren, sieht die »Seite« anders aus, bietet andere Produkte und Preise und erpresst die Nutzer:innen mit nicht existierenden Dringlichkeiten und Knappheiten. Wir sind nervös und in Eile, und das gilt auch für die Plattformen, die designt wurden, um diese menschliche Verfassung auszubeuten. Diese Sichtweise bricht mit der These der »Problembehebung«, da wir es nicht mehr mit digitalisierten Versionen von schweren, statischen Medienobjekten wie Fotografien, Gemälden, Filmrollen, Papiebüchern und Zeitungen zu tun haben, sondern mit winzigen, fragi-

len Datenspuren, die auftauchen, eine Spur hinterlassen (Likes, Transaktionen, Seitenaufrufe) und dann wieder verschwinden. Schnelle Veränderungen auf der Plattform pulverisieren den festen Status der Datei und die Idee einer statischen Website mit »Seiten«.

Was geschieht mit dem Konzept der Liminalität, wenn Leute mitten im Digitalisierungs-Übergangsritus hängen bleiben und sich nicht mehr verändern sollen, eingefroren, festgehalten durch begrenzte technische Optionen und polarisierte Konversationen in einer regressiven Ära, die Metamorphose ausschließt?²¹ Die Schließung von Yahoo Groups im Jahr 2020 war ein weiteres Zeichen dafür, dass die dominierenden Plattformakteure Community-Tools zugunsten von profilorientiertem Liken und Teilen aktiv abbauen. Außer komplett offline zu gehen, bleibt die wirksamste Kritik immer noch die Ermächtigung durch autonome Tools.

Vom Neofeudalismus zur Selbstorganisation

Was Europäer:innen als Regression und Amerikaner:innen als Neofeudalismus bezeichnen, beschreibt die Rückkehr zu früheren Stadien der psycho-kapitalistischen Entwicklung. In ihrer Rezension von McKenzie Warks *Capital is Dead* vergleicht Jodi Dean die Rolle digitaler Plattformen mit der Rolle von Wassermühlen in Agrargesellschaften. »Plattformen sind doppelt extraktiv. Anders als Wassermühlen, die die Bauern unbedingt brauchten, positionieren sich Plattformen so, dass ihre Nutzung zwar grundsätzlich notwendig ist (wie bei Banken, Kreditkarten, Telefonen und Straßen), diese Nutzung jedoch Daten für ihre Eigentümer:innen generiert. Nutzer:innen zahlen nicht nur für den Dienst, sondern die Plattform sammelt auch die durch die Nutzung des Dienstes generierten Daten. Die Cloud-Plattform extrahiert Renten und Da-

21 »Die Vorstellung, dass Facebook hier ist, um zu bleiben, und dass wir uns daran gewöhnen sollten, ist wie Klima-Pessimismus, nur für Plattformen – Plattform-Pessimismus. Und dieses Denken untergräbt alle Versuche, sie endlich zu zügeln.« Joanne McNeil <https://twitter.com/jomc/status/1378330631164289024>

ten, wie bei Quadratmetern Land.«²² Jodi Dean beschreibt die neofeudale Tendenz als »zum Bauern werden, d.h. jemand zu werden, der Produktionsmittel besitzt, dessen Arbeit aber das Kapital des Plattformbesitzers vermehrt«. Hier werden Plattformen als meta-industrielle Infrastrukturnetzwerke gesehen, die typischerweise parasitär sind und von höheren Formen der Ausbeutung und Extraktion angetrieben werden.

Sowohl Plattformarbeiter:innen als auch Nutzer:innen sind regressive vorindustrielle Figuren des 18. Jahrhunderts, Beinahe-Proletarier:innen, das »Entreprenariat« (nach Silvio Lorusso), das in einer stressigen, depressiven Pseudoarbeit gefangen ist, die sich weder produktiv noch zufriedenstellend anfühlt. Die Plattform-Mentalität, die sich im letzten Jahrzehnt verbreitet hat, ist in Wirklichkeit eine Meta-Markt-Mentalität (ein Begriff, der mit Bezug auf den Wirtschaftswissenschaftler Ludwig von Mises verwendet wird). Der Trickle-Down-Effekt von Reichtum und Macht findet nicht statt – und irgendwie überrascht das die neo-konservativen Libertären, die immer noch an »den Markt« glauben und nicht verstehen, warum einige reiche Millennials »das Ende der Zivilisation anzetteln.«²³ Das Monopol ist eine Tatsache. Ein anonymes Amazon-Mitarbeiter erklärte, das Unternehmen sei ein opportunistischer Konzern: »Er investiert in Geschäfte, von denen wir uns einen Wettbewerbsvorteil versprechen. Amazon betrachtet sich im Allgemeinen als Technikunternehmen. Wir stellen also die Technik in den Vordergrund, egal welches Produkt wir verkaufen. Und wir glauben, dass wir, weil wir so viel Talent und so viel Kapital haben, in der Lage sind, unseren technischen Vorsprung zu nutzen, um jeden Markt zu dominieren, in den wir eintreten wollen.«²⁴

22 Siehe: <https://lareviewofbooks.org/article/neofeudalism-the-end-of-capitalism/>

23 <https://mises.org/wire/rich-millennials-plot-end-civilization> Mehr dazu in der Debatte zwischen Slavoj Žižek und Yanis Varoufakis, Ljubljana, 21. Oktober 2021: https://www.youtube.com/watch?v=Ghxosq_gXK4

24 <https://logicmag.io/commons/inside-the-whale-an-interview-with-an-anonymous-amazonian/>

Können wir in dieser Situation nur noch auf sporadische Bauernrevolten hoffen? Wo ist das Äquivalent des qualifizierten, autodidaktischen und vor allem selbstbewussten Arbeiters des 21. Jahrhunderts, der die Notwendigkeit versteht, sich zu organisieren? Alle Aspekte von Arbeit sind inzwischen digitalisiert. Statt konspirativer, professioneller Revolutionär:innen gibt es nur noch weltverbessernde NGO-Mitarbeiter:innen mit Zeitverträgen. Uns bleibt der Wunsch, die neofeudale Phase hinter uns zu lassen und zu einer Reihe von Strategiefragen des frühen 20. Jahrhunderts vorzuspulen. Revolution und Reform, Ablehnung oder Anpassung, Abschaffung oder »Zivilisierung« der Plattform-als-Form? Sollten Plattformen demontiert oder angeeignet werden? Den Akzelerationisten zufolge sind Plattformen der technische Ausdruck »planetarischer Computation«, Konstrukte, die für postkapitalistische Zwecke umprogrammiert werden können. Statt sie in Frage zu stellen, wird die Plattform als Bastion der Effizienz, der Reibungslosigkeit und der Skalierbarkeit begrüßt: Jedermann seine eigene Plattform.²⁵ Solche Konzepte scheinen Nebenprodukte eines verlorenen Jahrzehnts zu sein, in dem es uns missglückt ist, Alternativen zu diskutieren, und in dem wir gedankenlos jede App installiert haben. Die kritische Diskussion über Plattformen hat noch nicht begonnen.

Lasst uns zusammenkommen und den Ausstieg planen. 1961 sprach James Baldwin zu einem Publikum auf einem Forum über US-Nationalismus und Kolonialismus: »Die Zeit verging, und ob ich will oder nicht, jetzt kann ich nicht nur mich selbst beschreiben, sondern, was noch viel erschreckender ist, ich kann euch beschreiben!« Dies ist das ursprüngliche Versprechen der alternativen Medien. Opfer oder Minderheiten müssen nicht repräsentiert werden und können für sich selbst sprechen, vielen Dank. Die Frage ist, ob die aktuellen Social-Media-Plattformen noch für diesen Zweck genutzt werden können. »Wie nennt man die von den Plattformen gezähmte Multitude? Die Platitude«, hat Morozov einmal getwittert. Der Schlüssel zum Ausstieg liegt also darin, Formen der Selbstorganisation zu finden, die funktionieren. Wie kann man sich im Schatten der ewigen Gegenwart organisieren, ohne von

25 Bezug auf https://en.wikipedia.org/wiki/Jedermann_sein_eigner_Fussball

Filtern, Trollen, Geheimdiensten, Algorithmen und anderen automatisierten Autoritäten belästigt zu werden? Wie können wir kommunizieren und zusammenkommen, ohne vollständig auf Offline-Begegnungen angewiesen zu sein?

Eine wichtige Inspirationsquelle in dieser Hinsicht kann die föderierte Twitter-Alternative Mastodon sein. »Twitter hat nur zwei Auffindbarkeitsebenen: dein Netzwerk und die ganze Welt. Entweder eine kleine Gruppe von Kontakten oder jeder in der ganzen Welt. Das ist verrückt«, erklärt Carlos Fenollosa.²⁶ Mastodon dagegen hat eine zusätzliche Ebene zwischen deinem Netzwerk und der ganzen Welt: Nachrichten von Personen auf deinem Server, die sogenannte lokale Zeitleiste. Die Idee von Mastodon soll zeigen, wie aufregend es ist, sich in das Unbekannte einzuloggen und festzustellen, dass es Menschen gibt, die deine Interessen teilen.

Nennt es organisierte Netzwerke oder einen Netzwerkverbund.²⁷ Verbundene Zellen von Organisationseinheiten, Post-Plattform-Kooperationen mit einem Zweck, der in starken Bindungen besteht, und der im Gegensatz zur extraktiven Logik der »schwachen Bindungen« der »Freund-eines-Freundes«-Plattformen operiert. Organisierte Netzwerke fokussieren auf gemeinsame Aufgaben, die erledigt werden müssen, und nicht auf dem »Updating« einzelner Nutzer:innen. Nicht *Was ist neu* oder *Was passiert*, sondern *Was ist zu tun*. Bitte befreit uns einsame, verzweifelte Seelen. Weigere dich, gehe fort. Wenn das Netz das Gedächtnis des Ereignisses ist und die Plattform das Gedächtnis des Netzes, was kommt danach?

26 <https://cfenollosa.com/blog/you-may-be-using-mastodon-wrong.html>

27 Siehe Geert Lovink und Ned Rossiter, *Organization after Social Media*, Colchester, Minor Compositions, 2018, <https://www.minorcompositions.info/?p=857>

