

Der Beitrag der Social Media zur Partizipation

Oliver Leistert

Ein Retweet fährt nicht zum Bundestag, um Gespräche mit Abgeordneten zu führen.

(Sascha Lobo)

1 | Einleitung

Bertolt Brecht grübelte seinerzeit darüber nach, wie das Radio vom Distributionsapparat zum Kommunikationsapparat umgewandelt werden könne (Brecht 1967, OA 1932). Er bewertete die Chancen eher marginal, dass aus dem Radio ein Medium der demokratischen Kommunikation werden könne. Und er hatte recht: Nur wenig später installierten die Nazis den Volksempfänger, der die Stimme des Führers im Wohnzimmer erklingen ließ.

Hans Magnus Enzensberger, der 1970 mit seinem „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ dialektisch geschult, mit Horkheimer und Adorno im Gepäck, und im Nachklang von 1968 die Frage von Medien und Emanzipation erneut aufgriff, wies wie Brecht darauf hin, dass in der aktuellen Verfasstheit der Gesellschaft eine emanzipatorische Kraft der Medien, wenn überhaupt, nur *von unten* wirken könne.¹

Heute ist eines der exemplarischen Beispiele erfolgreicher offener und kollaborativer Projekte von unten, das sich durchaus als Social Media verstehen lässt, die Wikipedia: Sie ist die einzige nicht-kommerzielle Website, die von Millionen Menschen genutzt wird; sie hat die etablierten Nachschlagewerke auf die hinteren Ränge verwiesen. Gern wird sie als Beweis der Kraft des verteilten Kollektivs gegen zentralisierte Organisationsformen herangezogen. Harald Hillgärtner zeichnet kritisch den Weg der Wikipedia nach und macht darauf aufmerksam, dass es die Open-Source-inspirierte Wiki-Software ist, die zum gemeinsamen Handeln einlädt: „Die Autorinnen und Autoren schreiben nicht mehr an einen Lektor, einen Verlag oder – metaphorisch formuliert – an eine Buch-

druckpresse, sondern in einem Wiki. Die Adressaten sind zumindest potenziell stets Coautoren, die die Texte weiterschreiben. Die Wikipedia reduziert die alleinige Verantwortung seiner Autorinnen und Autoren und ersetzt diese durch ein gemeinsames Handeln“ (Hillgärtner 2010: 69).

Finanziell hält sich die Wikipedia mit Spenden über Wasser; Honorare werden, dies ist Teil der Philosophie, nicht gezahlt. Auch wenn (mit Einschränkungen²) die Wikipedia für den Erfolg von Vernetzung, neuen Arten der Wissensproduktion und der Kollaboration steht, möchte ich im Folgenden dennoch einmal mehr deutlich machen, weshalb Skepsis an den emanzipatorischen Potentialen und Partizipationsmöglichkeiten der aktuellen Kommunikationsapparatelandschaft angebracht ist.

Die ökonomische Integration von Social Media in einen zeitgenössischen Kapitalismus, der sich von einem „fordism on steroids“ (Ross, 2013: 28) zu internalisierten gouvernementalen Regimen erstreckt, bettet mit wenigen Ausnahmen das verteilte Handeln und die Kollaboration ein in eine Wertschöpfungskette, an der Angel-Investoren, Aktien-Unternehmen und Data Broker verdienen, nicht aber diejenigen, die die Plattformen mit ihren Postings in Wert setzen.³

2 | Beispielhaftes

Verfolgt man die täglichen Entwicklungen und Ankündigungen rund um Social Media, reibt man sich immer mal die Augen: Die Ideen, die derzeit umgesetzt werden, scheinen die Logiken von Überwachung, Data Mining und Kontrolle, auf denen sie aufbauen, gar nicht mehr wahrzunehmen oder aber schlicht zu affirmieren. Das Forschungsprojekt BinCam⁴ kann stellvertretend für den Zustand des westlichen Gemüts stehen: Eine Digitalkamera fotografiert den Mülleimerinhalt, wenn der De-

ckel des Mülleimers geöffnet wird. Die Foto-datei wird von *Amazons Mechanical Turk Crowd*⁵ analysiert, validiert oder falsifiziert und gescored. Dann landet es per Facebook-App im Facebook-Profil der Mülleimerbesitzer/in.⁶ Hier beginnt dann das, was das „Social“ von Social Media meinen kann. User tauschen sich über ihr „Wastemanagement“ aus; gegenseitige Kontrolle optimiert das Ökopprofil. Es gibt u.a. einen Score, der das eigene „Wastemanagement“ ins Verhältnis zu anderen setzt.

Sicherlich ist Müll ein großes Problem unserer Zeit. Dringend müssen Lösungen gefunden werden. BinCam setzt jedoch am falschen Ende des Problems an. Bereits eine Verrechnung der ökologischen Kosten von Herstellung und Vertrieb für die Digitalkamera, der inhumane Verschleiß junger chinesischer, meist weiblicher Körper bei der Herstellung der Kameras⁷ sowie die falsche Fragestellung einer individuellen Lösung für ein gesellschaftliches Problem lassen erkennen, dass die politische Regelung, auf die ein Projekt wie BinCam aufsetzt, nur in eine Richtung läuft: Trainiere die einzelnen Subjekte in gegenseitiger Kontrolle und Wettbewerb.

Es geht dabei um die Sichtbarmachung vorgängig privater und uneinsehbarer Alltagspraxen. Mit der Verschiebung ins Feld der sozialen Medien wird das Müllverhalten zum Gegenstand von Verdattung, Vermessung, Verrechnung, Verwertung und Verhandlung. Die BinCam ist eine invasive Sonde von Management-Technologien des Selbst und reiht sich damit in den Katalog gouvernementaler Technologien ein, die das zeitgenössische Subjekt zur Selbstkontrolle anstiftet. Anders ausgedrückt: Selbst das, was ich wegwerfe, muss ich nun rationalisieren, operationalisieren und als Kapital meines Selbst möglichst optimal in den Wettbewerb einbringen.

3 | Social-Media-Ökonomie

Dieser zugegeben recht provokative Einstieg in die Frage von Partizipation und Social Media zeigt *in a nutshell* bereits die Grenzen

und Bedingungen, die die etablierten Social-Media-Regime derzeit setzen. Es ist wichtig zu sehen, dass das „Social“ in Social Media vor dem Hintergrund der je historisch verfassten Sozialität verortet ist und gleichzeitig präskriptiv und performativ an ihrer Verfasstheit mitarbeitet. Social Media ist ein iteratives und am Feedback orientiertes Gefüge von Subjektivitäten, Körpern, Technologien und Affekten. Im asymmetrischen Zusammenspiel und Wechsel der Kräfteverhältnisse dieses Gefüges läuft Social Media immer bereits eingebettet in den jeweiligen historischen Verfasstheiten und Vorstellungsvermögen. Der Niedergang einer Inkarnation von Social Media deutet dann auf den Beginn einer bereits marginal anderen Verfasstheit oder Phase hin. Dieser Wechsel läuft entlang einer Druckentlastung, die die verblasende Phase nicht gewähren konnte.

Email ist ein wunderbares Beispiel, denn es ist schwer vorstellbar, auf eine Email mit *Like* zu antworten. Ein Beispiel in die andere Richtung ist der *mobile turn*: Facebook hat zunehmend Probleme mit User/innen, die per Smartphone auf Facebook kommunizieren, denn das Platzieren von Werbung auf dem kleinen Screen bleibt schwierig; gleichzeitig ist der mobile Datentransfer de facto nicht *flat*. Facebook reagiert auf diese Verschiebung des Gefüges im Kern mit zwei Strategien: (1) kostenlosen mobilen Facebook-Zugang durch intensive Kooperationen mit Mobilfunkbetreibern, (2) in sehr aggressiver Art das gesamte Smartphone kapern. Nichts anderes ist das jüngste Projekt „Facebook Home“⁸, das auf Android Phones einen Layer zwischen Operating System und Interface einzieht, den Facebook vollständig kontrolliert und durch den alles durch muss, was das Phone prozessiert. Der Layer kann jede Datenbewegung zu Facebook schicken und hat Zugriff auf GPS- und Funkzellenortdaten, die für das Schalten von Werbung wichtig sind.

Social Media ist durchgängig gekennzeichnet durch enormen ökonomischen Druck und wenig Nachhaltigkeit. Dies ist vielleicht das entscheidende Kriterium zur Unterscheidung von vorherigen Phasen der Vernetzung. Der

Feldzug gegen den *turing complete* Universalcomputer und die Stärkung des spezialisierten Appliances Computer, wie ihn Cory Doctorow so treffend beschrieben hat⁹, ist die Chiffre zeitgenössischer IT-Unternehmensstrategien zur Kontrolle digitaler Medien. „Facebook Home“ lässt sich hier ansiedeln: Es wandelt das *general purpose* Smartphone in eine Facebook Appliance um.

Allgemeiner ausgedrückt heißt dies, dass Partizipation durch und mit Social Media von einem Regime der ökonomischen Verwertung *abhängt*. Social Media ist zurzeit (vielleicht ändert sich dies eines Tages) ein Produkt zur Vermarktung der Daten, Schaltung von Werbung, Data Mining, Relationierung, Analyse des Social Graph. Das Soziale ist von vornherein eingebettet in eine Vielzahl von Prozessen, die in ökonomischer Hinsicht gestaltet wurden. Dies bedeutet aber auch, dass der Grad, auf dem Social Media läuft, schmal ist: Wenn einerseits nur prozessiert werden soll, was Profit bringt, darf andererseits die Quelle des Reichtums, also das, was die User posten, klicken und kommentieren, nicht verebben. Ein zu sehr auf Profit getrimmtes Interface mit zu vielen Werbeschaltungen läuft Gefahr, das Verstummen der User/innen zu forcieren.

3.1 | Neue Beteiligte

Partizipation durch Social Media ist genealogisch nicht mit politischer Partizipation verwandt. Wo das wahlfähige Alter mit entsprechender Staatsangehörigkeit die Partizipation an der repräsentativen Demokratie unbedingt garantiert, stehen Partizipation und Social Media vielmehr in der Entwicklungslinie von Interaktivität und Markt. Das erlaubte Eintrittsalter liegt bei Facebook bei zwölf Jahren und oft sind es die Eltern, die ihren Kindern unter zwölf beim Einstieg helfen (Boyd et al. 2011). Staatsbürgerschaft spielt keine Rolle. Partizipation wird vom Markt geregelt: Wer Zugang zum Internet hat, kann mitmachen.

In seiner kritisch-historischen Aufarbeitung interaktiver Medien stellt Mark Andrejevic

(2007) fest, dass die Partizipation von Usern im Feld der Medien stets dem Verkauf von Werbung diene. Der Unterschied zwischen der alten interaktiven Medien-Phase zur Web-2.0-Phase ist allerdings entscheidend: Das Feedback, das zur feinen taxonomischen Vermessung der Rezipienten/innen dient, wirkt heute in beide Richtungen. Durch unmittelbares Verarbeiten der Information – was der User auswählt – verändert sich das Angebot selbst (Wehner 2008).

Partizipation in den Sozialen Medien ist somit ein prozessiertes und algorithmisches Relationieren, das das Back-End veranlasst, im Front-End andere Inhalte auftauchen zu lassen. Der Software-Studies-Theoretiker David Berry spricht deshalb in diesem Zusammenhang von einer „code based condition“, die uns „new social forms enmediated by the computational“ bescheren (Berry 2013: 34f). Doch von dieser maschinischen Partizipation erfährt der User nichts, denn das Back-End ist opak, unerreichbar, abgeschieden. Die Einmischung des Systems verändert das Geschehen für die User/innen erheblich, da durch ein am Feedback orientiertes Einspeisen neuer Inhalte letztlich der Ausgang der Kommunikation gelenkt und somit Zukunft maschinell gestaltet wird (Berry 2013: 46ff; Hörl 2011). Auf der Oberfläche der Plattformen ist dies selten zu erkennen. Die Maschinen greifen subtil in die Inhalte ein. Allen Datentransfers liegt anteilig eine Partizipation von algorithmischen Operationen bei, die sich systemisch bedingt in alles einmischt, was User klicken und posten. Die Maschine, so ließe sich sagen, ist selbst am Geschehen mitbeteiligt, indem sie lenkt und rankt.¹⁰

3.2 | Terms of Services regeln die Partizipation

Was in der politischen Partizipation bürgerlicher Demokratien die Gesetze sind, die letztlich von den Repräsentanten der Partizipierenden geschrieben werden und von der Exekutive eines Staates durchgesetzt werden, sind in der

Welt von Social Media die Terms of Services (ToS). Und erneut könnte die genealogische Differenz kaum größer sein. ToS werden, im Unterschied zur Verfassung der meisten Staaten, regelmäßig und ohne Ankündigung von den Unternehmen geändert; sie werden von den Juristen/innen der Unternehmen ausschließlich im Sinne der Unternehmen formuliert und müssen, besonders in den USA, nur sehr wenig Rücksicht auf Privacy Gesetze nehmen.¹¹ Partizipieren an dieser „Verfassung“ der Social Media ist für die User/innen nicht möglich. Facebook hat solche Beteiligungsverfahren eine Zeit lang als Simulation erlaubt; nach Kritik an der Ignoranz gegenüber den Meinungen und Argumenten der User wurde das Verfahren aber abgestellt.

Wie groß die Differenz der Realitäten der User und der Konzerne ist, zeigt die Tatsache, dass beinahe niemand die ToS liest. So kann es kommen, dass jemand seinen Zugang zum Account verliert und die jahrelange Pflege des Profils umsonst war, wenn dabei die Klarnamenpflicht (bei Facebook) verletzt wurde. Die Geschichte von gelöschten und zensierten Inhalten auf Facebook ist inzwischen so lang, dass sich niemand mehr erinnert; es gibt hier kein Archiv, das nicht ausschließlich dem Konzern zugänglich ist.

4 | Überwachen und Verkaufen

Den wenigsten Usern ist bewusst, was es heißt, wenn sie einer Firma wie Facebook das Recht einräumen, ihre Daten zu verwerten. Facebook arbeitet eng mit den größten Consumer Data Brokers der Welt zusammen (z.B. *Epsilon* oder *Axciom*), deren Bestände nicht nur US-Amerikaner umfassen.¹² *Axciom* geht regelmäßig in vielen Ländern „Daten shoppen“ z.B. Meldedaten, Krankenakten oder Steuernummern. Der Data-Broker-Markt ist längst global und kaum regulierbar. Einmal gewonnene Daten werden nicht mehr gelöscht. Wenn ein User den beschwerlichen Weg geht und Facebook dazu bringt, alle Daten zum Profil, alle Likes, alle Chat-Mitschnitte, das gesamte Web-Tracking¹³

usw. tatsächlich zu löschen, behalten die Kunden von Facebook die Daten weiterhin. Zusätzlich sei angemerkt, dass diese Drittfirmen Service-Verträge mit den großen Überwachungsdiensten der USA abgeschlossen haben. Um die für öffentliche Einrichtungen strengeren gesetzlichen Regelungen zu umgehen, verkauften nach dem 11. September 2001 viele US-Behörden ihre Daten an kommerzielle Data Broker. Damit wurde das Zusammenführen von öffentlich und kommerziell gesammelten Daten legal. Die Zugangsschnittstellen für Behörden auf Social-Media-Plattformen sind standardisiert. Kein Service Anbieter kann den Anfragen der Behörden mehr manuell hinterherkommen. Lediglich Abfragen von Emailkonten werden z.B. von Google kurz geprüft.¹⁴

Auch wenn das Thema Data Mining, Sammeln, Aggregieren und der graue Markt dahinter hier nicht das eigentliche Thema ist, spielen die Aspekte – im Unterschied zur politischen Partizipation – bei der Teilnahme an Social Media eine wesentliche Rolle. Es gibt keine Anonymität in den Sozialen Medien. Es gibt keine Privatsphäre und es gibt auch fast kein Recht darauf. Die Privacy-Debatte zu Facebook flammt zwar immer wieder auf. Ihr Problem ist im Kern aber technologisch längst nicht mehr einholbar: Jeder Datenbankprogrammierer weiß, dass die Pseudo-Anonymisierung von Datenbeständen, um die es in dieser Debatte meist geht, mit wenigen Kniffen aufgehoben werden kann. Zu groß sind die Relationierungsmöglichkeiten der vielseitigen Daten.

Wer sich fragt, ob es nicht Alternativen zur Totalüberwachung in der Welt der Social Media gibt, kann immerhin einige wenige Ausnahmen entdecken: Dies sind Open-Source-Plattformen, die nicht-kommerziell von engagierten Aktivisten selbst betrieben werden. Die 15M-Bewegung in Spanien konnte einen Teil ihrer Kommunikation über die Plattform Lorea¹⁵ führen, dank engagierter Technikaktivisten und „Agenten“ im Feld, die Aufklärung betrieben und für Lorea warben. Doch die Unterschiede zwischen Facebook und Lorea

liegen auch noch in einem anderen Feld als dem der Überwachung und Datenspeicherung.

5 | Social Media als Biomacht

Das eingangs erwähnte Beispiel der BinCam ist voraussetzungsreicher, als es auf den ersten Blick scheint. Neben dem Umweg der Validierung der Digitalfotos durch die *Amazon Mechanical Turk Crowd* ist die unbezahlte Arbeit der Userinnen eine der Voraussetzungen. Es lohnt, hierauf kurz einzugehen, denn die Frage des Subjekts von Social Media drängt sich bei diesem Beispiel besonders auf.

Michel Foucault hat darauf hingewiesen, dass die Frage nach Universalien in Bezug auf das Subjekt irreführend ist, dass das Subjekt vielmehr als Effekt von Subjektivierungsprozessen zu verstehen ist, die sich historisch und lokal je unterscheiden.¹⁶ Diese Subjektivierungsprozesse sind in Relation zu drei historisch erschienen Machttypen zu sehen, die laut Foucault heute in unterschiedlicher Ausprägung weiterhin am Werk sind: Souveräne Macht, Disziplinarmacht sowie Biomacht. Die chinesischen Wanderarbeiter, die die Kameras für die BinCam produziert haben, sind zuallererst einem Disziplinarregime unterworfen, das ihnen vorschreibt, wie sie am Arbeitsplatz ihre drei Handbewegungen 3000 mal am Tag im fordistischen Produktionsprozess zu tätigen haben. Die User der BinCam wiederum sind überwiegend dem Biomacht-Regime unterworfen, das einerseits einen viel weitgehenden Zugriff auf ihre Körper und ihren Kopf hat, als die Disziplinarmacht der Chinesen/innen, denn dort geht es nur um Drill, hier aber um Unterwerfung unter ein System, das vom Subjekt sogar verlangt, seinen Müll als rationalisiertes Problem des eigenen Lebens zu internalisieren. Andererseits ist diese zwanghafte Zwangslosigkeit der Garant der Wahrnehmung der Biomacht als *Freiheit*. Das Prinzip dieser Freiheit ist das Selbst-Management der Subjekte, denen innerhalb eines ökonomischen Kalküls Optionen eröffnet werden, für deren Wahl sie selbst verantwortlich sind und somit auch die

Risiken ihres Lebensvollzugs selber managen müssen. Vereinfacht gesagt kann das Biomacht-Regime auf der Ebene der Mentalität der Subjekte einwirken, während das Disziplinarregime auf die Körper von Individuen abzielt und keinen Unterschied zwischen ihnen macht. Biomacht ist effektiver, indem sie das Subjekt überzeugt, dass es sich selbst regieren möge. Gleichzeitig käme sie in den chinesischen Foxconn-Fabriken schnell an ihre Grenzen.

Die politische Technologie, die die Biomacht in Stellung bringt, nannte Foucault Gouvernamentalität, gewissermaßen das Regieren der Mentalität. Sie baut auf der Pastoralmacht des Bekenntnisses auf, eine säkularisierte Regierungstechnologie, die Subjekte zum Reden auffordert. Soziologie, Politikwissenschaft und weitere Humanwissenschaften sind die Wissensformationen, die das redende Subjekt auswerten und in den Diskurs überführen. Dieser zugegeben grobe Abriss einiger Konzepte Foucaultscher Prägung soll genügen, um das Thema Partizipation und Social Media in ein historisch verortetes Licht zu setzen:

Social Media in Gestalt von Facebook und ähnlichen Diensten baut auf gouvernementalen Regierungstechnologien auf. Das Subjekt wird auf Facebook ständig aufgefordert zu schreiben, was ihm durch den Kopf geht. Gerald Raunig (2011) beschreibt Facebook deshalb als Beichtmaschine und Carolin Wiedemann (2011) versteht Facebook als Assessment-Center der täglichen Lebensführung. Diese Verfasstheit bestimmt auch, welche Prozesse gemeinschaftlicher Projekte auf Social Media in welcher Art begleitet oder angestoßen werden. So haben Nathalie Fenton und Veronica Barassi (2011) die Probleme untersucht, die Social Media für organisierte politische Gruppen und Organisationen bedeuten können: Das von allen Mitgliedern einer Organisation diskutierte Statement wird im schnellen Stream der News auf Facebook gleichwertig mit dem Trollkommentar eines einzelnen Jugendlichen gesehen. Social Media favorisieren das Individuum, ist deren Bilanz. Kollektive Arbeit ist auf den gängigen Plattfor-

men kaum abbildbar und differenzierbar von Individualpostings. Dies ist kein Wunder, soll Werbung ja an einzelne Subjekte geliefert werden. Nicht-kommerzielle Open-Source-Plattformen, wie das genannte Lorea oder auch Crabgrass von RiseUp, stellen andere Tools bereit, die viel weniger auf das Individuum abzielen, sondern zur Zusammenarbeit einladen und kollektive Prozesse unterstützen.¹⁷

6 | Transnationalität, Lokalität, Platz

Das alte Lied der weltweiten Vernetzung, die das Internet zustande bringe, taucht zwar gelegentlich noch in cyber-libertären Botschaften auf; so richtig daran glauben mag jedoch niemand mehr. Die wohl vorläufig letzte Verfassung des Internets durch Social Media hat andere Bedürfnisse an das Netz angeschlossen. Das Netz ist heute nicht mehr Projektionsfläche von Wünschen und Träumen und auch kein Ort des symbolischen Handelns. Vielmehr findet zunehmend ein Zusammenfall von Online- und Offline-Welten statt, je stärker das Netz z.B. mobil wird und den Alltag strukturiert. Saskia Sassen (2011) hat darauf hingewiesen, dass das Spannende an Facebook lokale Gruppen sind und nicht der Mythos einer sich entwickelnden Weltgesellschaft. Es vernetzt sich, wer sich bereits kennt.

Auch wenn unumstritten bleibt, dass der Zugang zu Wissen und zu Nachrichten verschiedenster Quellen einen historischen Höhepunkt erreicht hat¹⁸, bleibt der Netzwerkeffekt bescheiden. Denn Partizipation braucht, um einen Unterschied zu machen, einen längerfristigen Resonanzraum. Schaut man jedoch auf die Like-Partizipations-Kultur, kommen Zweifel auf, ob dieser Raum hier entstehen kann. Selbst Kampagnen zu Ereignissen von großer Bedeutung schaffen selten den Sprung in die Offline-Welt. Bekannt sind die aus dem Ruder geratenen Party-Ankündigungen auf Facebook und kurzfristige Flashmobs.

Bereits was die Rolle der Social Media in der Arabellion angeht, gehen die Meinungen weit auseinander. Sicher ist, dass für eine be-

stimmte, westlich orientierte Gesellschaftsschicht Plattformen wie Facebook und Twitter eine Hilfe in der Anfangszeit waren, und zwar besonders, um Exil-Communities in den USA und der EU zu mobilisieren. Ebenso gesichert ist, dass ungezählte Aktivisten aus Ägypten, Tunesien, später Libyen und Bahrain und heute Syrien durch ihre Social-Media-Nutzung Folter und Tod erlitten und erleiden. Was in der Social-Media-Euphorie gern übersehen wird, ist die reale Gefahr, die ihren Nutzern in solchen Regimen droht.¹⁹

Ebenfalls sicher ist, dass praktisch alle Revolten der letzten Zeit einen Ort wiederbelebten, der lange vergessen war: den Platz. Ob als Aneignung von Territorium, Rückzugsraum, Diskussionsort: Social Media hat zum Wiedererstarken von öffentlichen Plätzen verholfen; viel mehr noch hat es aber zur Kommunikation *auf dem Platz* beigetragen. Dies haben die Occupy-Ereignisse in Spanien und den USA gezeigt. Es ist vielleicht dies das Überraschende an dem Effekt von Social Media auf Partizipation: dass sich damit Orte herstellen lassen, deren Erhalt mit Twitter, Lorea, oder Facebook vereinfacht und *unterhaltsamer* wird. Denn ein großer Teil der kursierenden Tweets und Nachrichten der Occupy-Ereignisse waren Witze über Regierungen und Vermögende. Social Media hat identitätsstiftende und affektive Funktionen, vielleicht mehr noch als organisatorische.

7 | Ausblick

Das Wachstum des Internets ist an seine Grenzen gekommen. Absehbar bleibt, dass global kaum mehr als 35 Prozent der Menschen Zugang zum Internet haben, darunter die USA, Europa sowie einzelne Länder Asiens (zunehmend auch China) mit hohen Zugangszahlen. Hingegen ist gerade in ärmeren Ländern der Zuwachs von Mobiltelefonen ungebremst. Social Media wandelt sich schon alleine aus diesem Grund von einer Internettechnologie zur einer Mobilfunkendgeräte-Technologie. Facebook lässt sich inzwischen mit 20 USD

Handys und schwarz-weiß-Bildschirm per USSD²⁰ bedienen (Leistert 2013). Der französische Mobilfunkkonzern *Orange*, der Marktführer in vielen afrikanischen Ländern ist, hat mit Facebook hierzu einen Deal abgeschlossen, der Facebook Zugang zu diesen Märkten und Köpfen erlaubt.

Social Media kann in dieser Inkarnation in armen Ländern, so meine Einschätzung, tatsächlich viel bewegen; allein weil Festnetztelefonie in weiten Teilen Afrikas kaum je eine Rolle gespielt hat. Dass Facebook sehr geschickt diejenigen an seine Data-Mining-Plattform anschließt, die zum ersten Mal telekommunizieren, zeigt, welch strategische Weitsicht der Konzern hier hat. Denn Werbung ist auf einem 200 Zeichen s/w-Screen schwer schaltbar. Das Kalkül ist, dass eines Tage viele der User/innen in Ghana, Uganda und anderen Ländern ein Smartphone besitzen, das Werbung darstellen kann. Nathan Freitas, Entwickler von Open-Source-Anti-Zensur- und Verschlüsselungs-Software für die Android-Plattform²¹ und Free-Tibet-Aktivist, berichtete mir nach einem dreimonatigen Recherche-Trip in Nepal, Indien und der Grenze zu Tibet (die chinesische Regierung lässt ihn schon lange nicht mehr einreisen) von zahllosen Android-Phones chinesischer Herkunft unter 80 USD, die wir im Westen nie zu Gesicht bekommen werden. Social-Mobile-Media wird viel verändern. Wahrscheinlich aber weniger hierzulande, sondern dort, wo es ums blanke Überleben geht.

Oliver Leistert, Dr. phil., ist Medienwissenschaftler an der Universität Paderborn. Blog: <http://nomedia.noblogs.org/>. Kontakt: oleist@zeromail.org.

Anmerkungen

¹ Enzensberger schrieb seinerzeit, im Ausgang der 68er, gegen den Avantgarde-Anspruch einer kommunistischen Partei oder anderer top-down verfassten Organisationen an. Des Weiteren sind dies verkürzte Micky Maus-Versionen Brechts und Enzensbergers.

² Besonders der etablierte Kern der deutschsprachigen Wikipedia-Macher ist seit Jahren dafür bekannt, mit dem Argument der „Relevanz“ Einträge zu streichen. Der Artikel zur Relevanz ist entsprechend beeindruckend lang: <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Relevanzkriterien>. Im Kern liegt dies an der Orientierung an klassischen Nachschlagewerken sowie dem in der Praxis sehr schwer beizukommenden „neutral point of view“, der in der Wissenschaft ungefähr seit Ludwik Fleck, Thomas Kuhn und Paul Feyerabend, spätestens aber seit Donna Haraways Kritik am „modest witness“ als weiße, männliche Machtfigur in dieser naiven Form ausgedient hat.

³ An anderer Stelle habe ich versucht zu zeigen, wie bereits in Netzwerkprotokollen eine radikale Dezentralisierung und Verteilung von Ressourcen implementierbar ist (Leistert 2011). Es ist bemerkenswert, dass die meisten Social-Networking-Alternativen auf radikale Dezentrierung setzen, um bereits auf Netzwerkebene für Unzensurbarkeit, Robustheit und Souveränität der einzelnen Knoten zu garantieren. Siehe z.B. das Freedom Box Projekt: <http://freedomboxfoundation.org>. Das Motto lautet: „We live in a world where our use of the network is mediated by organizations that often do not have our best interests at heart. By building software that does not rely on a central service, we can regain control and privacy. By keeping our data in our homes, we gain useful legal protections over it. By giving back power to the users over their networks and machines, we are returning the Internet to its intended peer-to-peer architecture.“

⁴ Siehe <http://di.ncl.ac.uk/bincam/>. Das Motto lautet: „Waste logging for behavioral change“.

⁵ Zu Amazons Mechanical Turk siehe Aytes 2013. Das Motto lautet: „Artificial artificial intelligence“.

⁶ Es wird im Text unregelmäßig abwechselnd die weibliche und männliche Form benutzt.

Gemeint ist, wenn nicht explizit anders vermerkt, immer auch die andere Form.

⁷ Z.B. in den Foxconn-Fabriken, deren ca. 1,2 Millionen Arbeiter/innen in militärisch reglementierten, fordistischen Arbeits- und tayloristischen Managementregimen nach durchschnittlich zwei Jahren verbraucht sind. Foxconn stellt ca. 50 Prozent der Consumer Elektronik weltweit her. Zu den katastrophalen Zuständen am unteren Ende der Wertschöpfungskette digitaler Kultur siehe Ngai 2013.

⁸ Siehe <https://www.facebook.com/home>.

⁹ Eröffnungsvortrag zum 28. Chaos Communications Congress, 27.12.2011. In etwas holprig übersetzter, transkribierter Fassung mit dem Titel „Der kommende Krieg gegen universelle Computer“ siehe: <http://achnichts.cwoehrl.de/?p=3782>. Zentrale Aussage ist: „In Zukunft wird unsere Freiheit davon abhängen, ob wir in der Lage sind, unsere Geräte zu überwachen und sinnvolle Regeln für die Prozesse, die darauf laufen, festzulegen.“

¹⁰ Dass Medien Denken machen, wie Lorenz Engell es einmal knackig ausdrückte, ist nicht erst seit ihrer Digitalität der Fall. Das Werk Derridas lässt sich als Versuch lesen, Schrift als Medium ernst zu nehmen. Zur Medialität des Computers allgemeiner siehe Krämer 1998.

¹¹ Siehe hierzu den Beitrag von Thilo Weichert in diesem Heft.

¹² Die Electronic Frontier Foundation beobachtet den Datenhandel und publiziert regelmäßig dazu unter <https://www.eff.org/deplinks/2013/04/disconcerting-details-how-facebook-teams-data-brokers-show-you-targeted-ads>.

¹³ Web-Tracking ist das Verfolgen des Surfens von User/innen, meist per Cookie. Facebook ist hier besonders innovativ: Unabhängig davon, ob jemand überhaupt ein Facebook-Account hat, setzt Facebook jeder Besucher/in einer Website, auf der ein Like-Button abgebildet ist, einen Cookie, der bis zu seiner Löschung permanent das Surf-Verhalten an Facebook schickt. Diese Daten werden

in Online-Auktionen der Werbeindustrie ad hoc verkauft, um auf dem Bildschirm der User/in wiederum die passende (?) Werbung zu setzen. Diese Werbung ist ein direktes Produkt der Surf-Geschichte der User/in selbst. Zum Verkauf der User in Online-Auktionshäusern siehe den Vortrag von Frederik Zuiderveen Borgesius am 9.3.2012 in Amsterdam unter <http://networkcultures.org/wpmu/unlikeus/2012/03/09/frederik-zuiderveen-borgesius-on-online-audience-buying/>.

¹⁴ Google publiziert seit einigen Jahren einen Transparency Bericht zu Behördenanfragen, der lesenswert ist unter <http://www.google.com/transparencyreport/userdata-requests>.

¹⁵ Siehe <https://n-1.cc/g/lorea/>. Zur Hochzeit des Protests wuchs die Nutzer/innenzahl rasant auf über 50.000 an. Zu den Problemen alternativer Plattformen siehe Barocas et al. 2013.

¹⁶ Es gibt keinen Kerntext Foucaults hierzu. Zur Entwicklung der Biomacht und Gouvernementalität sei auf Foucaults Vorlesungen verwiesen, Foucault 2004.

¹⁷ Siehe <https://we.riseup.net>. Wikis, Diskussionsforen, kollektiv verwaltete Bookmarks und Gruppentools mit mächtigen Funktionen sind vielleicht die entscheidenden Differenzen zu Facebook auf der Tool-Ebene.

¹⁸ Durch die Paywalls fast aller Online-Zeitungen und das neue Leistungsschutzrecht ist der Höhepunkt vielleicht bereits überschritten.

¹⁹ Seit dem Sturz Mubaraks haben beinahe alle Regime und Regierungen die Telekommunikations-Infrastruktur um Echtzeitüberwachungskomponenten erweitert. In Kontrollräumen werden Crowdbewegungen analysiert, während parallel die sozialen Netzwerke der Subjekte aus verschiedenen Datenquellen errechnet und in Relation zu den gerade stattfindenden Ereignissen gebracht werden. Es wäre naiv zu glauben, dass ein Empowerment, wie es mobile Medien darstellen, nicht mit souveränen Regierungsmitteln wieder eingefangen wird. Siehe hierzu Leistert 2012. Zu den Aufständen in den Mittelmeerstaa-

ten bis Bahrain siehe Dabashi 2012. Dabashi verweist besonders auch auf den generellen Medienwandel der letzten Jahre und setzt so die Rolle von Broadcast Media ins Verhältnis zu Social Media.

²⁰ USSD steht für Unstructured Supplementary Service Data und ist ein Teil des GSM Protokolls, das 182 Zeichen senden kann. Gesteuert wird es mit Befehlen wie *325#. Bekannt ist es hierzulande zum Abrufen der Höhe des Guthabens.

²¹ Siehe <https://guardianproject.info/>.

Literatur

- Andrejevic, Mark* 2007: iSpy: Surveillance and Power in the Interactive Era. Kansas: University of Minnesota Press.
- Aytes, Ayhan* 2013: Return of the Crowds. Mechanical Turk and Neoliberal States of Exception. In: Scholz/Trebor (Hg.): Digital Labor: The Internet as Playground and Factory. London/NY: Routledge, 79-97.
- Barocas, Solon/Gürses, Seda/Narayanan, Arvind/Toubiana, Vincent* 2013: Unlikely Outcomes? A Distributed Discussion on the Prospects and Promise of Decentralized Personal Data Architectures. In: Lovink, Geert/Rasch, Miriam (Hg.): Unlike Us Reader. Social Media Monopolies and their Alternatives. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 347-363.
- Berry, David M.* 2013: Against Remediation. In: Lovink, Geert/Rasch, Miriam (Hg.): Unlike Us Reader. Social Media Monopolies and their Alternatives. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 31-49.
- Boyd, Danah/Hargittai, Eszter/Schultz, Jason/Palfrey, John* 2011: Why Parents Help Their Children Lie to Facebook About Age: Unintended Consequences of the 'Children's Online Privacy Protection Act'. In: First Monday, Jg. 13, Heft 11. Unter <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3850/3075>.
- Brecht, Bertolt* 1967 (OA 1932): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Bertolt Brecht: Gesammelte Werke, Bd. 18. Schriften zur Literatur und Kunst, Bd. 1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 127-137.
- Dabashi, Hamad* 2012: The Arab Spring: The End of Postcolonialism. London/NY: Zed Books.
- Enzensberger, Hans Magnus* 1970: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch, Jg. 20, 159-186.
- Fenton, Natalie/Barassi, Veronica* 2011: Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation. In: The Communication Review, Jg. 14, Heft 3, 179-196.
- Foucault, Michel* 2004: Geschichte der Gouvernementalität. 2. Bd., Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hillgärtner, Harald* 2010: Citizendium vs. Wikipedia - Handeln mit verteilten/vertauschten Rollen? In: Bierwirth, Maik/Leistert, Oliver/Wieser, Renate (Hg.): Ungeplante Strukturen. Tausch und Zirkulation. München: Fink, 59-76.
- Hörl, Erich* 2011: Die technologische Bedingung. Zur Einführung. In: Hörl, Erich (Hg.): Die technologische Bedingung. Beiträge zur Beschreibung der technischen Welt. Berlin: Suhrkamp, 8-53.
- Krämer, Sybille* 1996: Medien - Computer - Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Leistert, Oliver* 2010: Individuation, Nachbarschaft und Protokoll - Spontane Routen-Emergenz in Meshnetzwerken. In: Bierwirth, Maik/Leistert, Oliver/Wieser, Renate (Hg.): Ungeplante Strukturen. Tausch und Zirkulation. München: Fink, 33-46.
- Leistert, Oliver* 2012: Mobile Media: Protest and Surveillance. On the Political Rationality of Ubiquitous Individual Connectivity. Dissertation Univ. Paderborn. Unter <http://digital.ub.uni-paderborn.de/hs/content/titleinfo/555530>.
- Leistert, Oliver* 2013: Smell the Fish. Digital Disneyland and the Right to Oblivion. In: First Monday, Jg. 18, Heft 3. Unter <http://>

/firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4619/3422.

Ngai, Pun/Huilin, Lu/Yuha, Guo/Yuan, Shen 2013: iSlaves. Ausbeutung und Widerstand in Chinas Foxconn-Fabriken. Wien: Mandelbaum.

Raunig, Gerald 2011: Dividuen des Facebook. Das neue Begehren nach Selbstzerteilung. In: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. Bielefeld: transkript, 145-160.

Ross, Andrew 2013: In Search of the Lost Paycheck. In: Scholz, Trebor (Hg.): Digital labor: The Internet as Playground and Factory. NY/London: Routledge, 13-32.

Sassen, Saskia 2011: Das minimalistische Facebook. Netzwerkfähigkeit in größeren Ökologien. In: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. Bielefeld: transkript, 249-253.

Wehner, Josef 2008: „Taxonomische Kollektive“ – Zur Vermessung des Internets. In: Willems, Herbert (Hg.): Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 363-382.

Wiedemann, Carolin 2011: Das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung. In: Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hg.): Generation Facebook. Über das Leben im Social Net. Bielefeld: transkript, 161-182.

Datenschutz, Bürgerrechte und Social Media

Thilo Weichert

1 | Eigenschaften des Netzes

Das in Deutschland geltende Datenschutzrecht, insbesondere das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), ist in vieler Hinsicht noch von der Großrechner-Technologie der 1970er Jahre des 20. Jahrhunderts geprägt. Wir befinden uns aber inzwischen in einer Informationsgesellschaft, die vom stationär wie mobil nutzbaren interaktiven Internet geprägt ist. Im Internet kommunizieren nicht nur Menschen miteinander und informieren sich mit Hilfe entsprechender technischer Geräte. Es ist zugleich eine automatisierte Kommunikationsplattform unter Einsatz digitaler Geräte.

Das Netz weist vier technikspezifische Eigenschaften auf, die gravierende Konsequenzen für das Datenschutzrecht im Besonderen und für den Grundrechtsschutz im Allgemeinen haben:

- Die Virtualität des Netzes schafft neben der analogen eine digitale Realität, die mit der analogen in einem engen gestaltbaren Wechselspiel steht. Wegen der Auswirkungen dieser digitalen Realität auf das Persönlichkeitsrecht der Menschen kann und muss ordnend bzw. regulierend eingegriffen werden.
- Das Netz ist universell und konvergent. Dadurch werden im analogen Raum bestehende Grenzbeziehungen zwischen Lebens- und Medienwelten, also etwa zwischen privat und öffentlich, Konsument und Produzent, Information und Einwirkung, eingeebnet.
- Die Globalität des Netzes erschwert eine Lokalisierung informationstechnischer Sachverhalte, die Zuordnung von Verantwortung hierfür und staatliche Interventionen.
- Das Netz ist gekennzeichnet durch den paradox erscheinenden Widerspruch von In-