

Der Weg zurück vom Digitalen ins Analoge: Zu Elias Wessels „Textfetzen“

Christoph Neuberger

Elias Wessels „Textfetzen“ konfrontieren uns mit einer alltäglichen Erfahrung. Viele Internet-Nutzer*innen informieren sich in den sozialen Medien über das Tagesgeschehen. Für ein Viertel der 18- bis 24-Jährigen waren sie im Jahr 2021 die Hauptnachrichtenquelle.¹ Der Newsfeed auf Facebook ist ein nie versiegender Strom an Neuigkeiten, der ständig neues Interesse wecken soll. Der „Feed“ liefert – wörtlich übersetzt – Futter, kleine Happen, die uns hingeworfen werden, damit wir sie aufschnappen. Die Aufmerksamkeit wird für kurze Zeit gebannt, bevor der Blick auf einen anderen Aufreger fällt, der zum nächsten Klick führt. Dieses Clickbaiting entspricht der ökonomischen Logik der Plattformen, die uns nicht gehen lassen wollen. Längere Verweildauer heißt mehr Daten, mehr Daten verbessern die Verhaltensprognosen – das ist das Geschäftsmodell der Plattformen.²

Im Newsfeed vermischen sich die Sphären des Lebens: Nachricht und Unterhaltung, Berufliches und Privates, Werbung und politischer Aktivismus, Weltbewegendes und Banales, seriöse und zweifelhafte Quellen. Die Grenzen zwischen den Bereichen lösen sich auf. Dabei geht es um Grenzen, die Orientierung geben sollen. Der Gegensatz zum Newsfeed ist die Tageszeitung: Sie ist aufgeräumt, sie hat einen Anfang und ein Ende, der Text ist auf Papier fixiert – sie aktualisiert sich nicht von selbst. Die Redaktion wählt aus und sortiert den Lesestoff vor. Dem Nachrichtenüberblick auf der Titelseite folgen Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und das Lokale. An der Darstellungsform ist die Absicht erkennbar, die der Text verfolgt: Nachricht und Bericht wollen sachlich informieren, Kommentar und Rezension werten, die Reportage und das Feature erzählen und ordnen ein. Bezahlte Anzeigen sind vom redaktionellen Teil getrennt. Klare, beschränkte Verhältnisse.

Dagegen lässt der Newsfeed keine großen Unterschiede erkennen, es wird alles zu einem Einheitsbrei verrührt. Ein Sammelsurium an Themen, die kommen und gehen

¹ Hölzig, Sascha/Hasebrink, Uwe/Behre, Julia (2021): Reuters Institute Digital News Report 2021 – Ergebnisse für Deutschland. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, Juni 2021, S. 19.

² Zuboff, Shoshana (2018): Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus. Frankfurt a. M.: Campus.

– algorithmisch gesteuert und auf das persönliche Interesse zugeschnitten. Dieser Kollaps der Kontexte fordert die Nutzer*innen heraus oder versetzt sie in Trance. Es verlangt Aufwand und Willenskraft, sich nur in das zu vertiefen, was wirklich wichtig ist. Viel leichter ist es, sich treiben zu lassen. Guilty pleasure, Zeitvertreib, Ablenkung, Zerstreuung – wie das Hin- und Her-Zappen zwischen den Fernsehkanälen. Es wird als „bequemer Paternalismus“³ bezeichnet, wenn man sich dem Algorithmus freiwillig ausliefert und ihm die Auswahl überlässt. Nicht ich suche die Nachricht, sondern die Nachricht findet mich („News finds me“ perception⁴). Die Forschung zeigt, wie sich die Nutzung sozialer Medien auswirkt. Die Fülle des unsortierten Materials überfordert die Nutzer*innen, die beiläufige Aufnahme führt zu einer bloß „gefühlten“ Informiertheit, die Herkunft der Informationen wird zweitrangig, die Mischung aus Wahrem, Halbwahrem und Falschem fördert eine relativistische Weltsicht, Vertrauen geht verloren, ebenso das Gefühl, eine Bürgerpflicht zu haben, sich gründlich zu informieren, um politisch mitreden zu können.⁵

Die „Textfetzen“ stellen den Newsfeed still, laden zum Verweilen und Versenken ein, um zwischen den Fetzen assoziativ Linien zu ziehen. Wessel vergegenständlicht das Ergebnis seiner eigenen Facebook-Rezeption. Er überträgt den Newsfeed in andere, klassische Medienformate: Als Farbfotografie, als Audio-Datei und als Text in Buchform gehen sie den Weg zurück vom Digitalen ins Analoge. Fixiert, begrenzt und autorisiert vom Künstler. Diese intermediale Verschiebung rückt ins Bewusstsein, was sonst vorbeirauscht: das Fragmentarische und Sinnenthobene. Die „Textfetzen“ funktionieren jedenfalls nicht als linearer, schlüssiger Text, der einem roten Faden folgt.

³ König, Pascal D. (2019): Die digitale Versuchung. Wie digitale Technologien die politischen Fundamente freiheitlicher Gesellschaften herausfordern. Politische Vierteljahresschrift, 60, 441-459, hier S. 443.

⁴ Gil de Zúñiga, Homero, Strauss, Nadine, & Huber, Brigitte (2020): The proliferation of the “news finds me” perception across societies. International Journal of Communication, 14, 1605-1633.

⁵ Als Forschungsüberblick vgl. Kleinen-von Königslöw, Katharina (2020): Die Individualisierung der Nachrichtennutzung als Treiber der gesellschaftlichen Vermittlungskrise. In: Otfried Jarren & Christoph Neuberger (Hrsg.): Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre. Baden-Baden, Deutschland: Nomos, S. 93-117. Als Einzelstudien vgl. z. B. Kim, Su Jung/Schwarze, Lena-Maria (2021): Cross-platform news media repertoires and their political implications. International Journal of Communication, 15, 4619-4638; Kümpel, Anna Sophie (2019): Nachrichtenrezeption auf Facebook: Vom beiläufigen Kontakt zur Auseinandersetzung. Wiesbaden: Springer VS; Müller, Philipp/Schneiders, Pascal/Schäfer, Svenja (2016): Appetizer or main dish? Explaining the use of Facebook news posts as a substitute for other news sources. Computers in Human Behavior, 65, 431-441.

Darin kann man eine Entlarvung des Versprechens sehen, mit Suchmaschinen und sozialen Netzwerken eine bessere Welt und eine bessere Verständigung zwischen den Menschen zu schaffen („Don't be evil“⁶, „leave the world a better place“⁷). Die Plattformen, die alle Lebensbereiche durchdringen, haben eine enorme und unheimliche Markt- und Meinungsmacht errungen, deren Mechanismen von außen nur schwer durchschaubar sind.⁸ Der gesellschaftlichen Verantwortung, die daraus erwächst, sind die Plattformbetreiber bisher nicht gerecht geworden, was ja vielfach und natürlich mit Recht kritisiert worden ist.⁹

Über diese – naheliegende – Interpretation hinaus lässt sich jedoch fragen: Worin liegt das radikal Neue der digitalen Revolution?¹⁰ Die multimediale Technik erweitert die Handlungsoptionen, und zwar für eine Vielzahl von Beteiligten, die mitgestalten können. Zur Partizipation kommt die Automation hinzu. Aus beiden Prinzipien resultiert die Vielgestaltigkeit, der Eindruck des Amorphen, Fluiden und Unsortierten der digitalen Welt. Derzeit führt der digitale Zugewinn an Möglichkeiten zu einer Verrohung öffentlicher Diskurse (Hate-Speech), eskalierenden Kommunikationsdynamiken (Shitstorms), einer Polarisierung in den Auseinandersetzungen, Verstößen gegen das Wahrheitsgebot (Fake News), zur Verbreitung irrationaler Erklärungsmuster (Verschwörungsmymen), zu Ungleichheiten in der Nutzung des Internets (digitale Spaltung) und zur algorithmischen Manipulation der öffentlichen Meinungsbildung (Social Bots). Offenbar haben wir es mit Texten aus einem „a/sozialen Netzwerk“ zu tun.

Paradoxerweise wird die Technik immer unwichtiger, desto perfekter sie wird. Nicht mehr das Medium bestimmt die Botschaft, wie einst Marshall McLuhan behauptet hat. Vielmehr ist nun nach Manuel Castells – in genauer Umkehrung – „in dem neuen Mediensystem die Botschaft das Medium [...]. Das heißt: Die Eigenschaften der

⁶ Larry Page und Sergey Brin: <https://abc.xyz/investor/founders-letters/2004-ipo-letter/>

⁷ Mark Zuckerberg: <https://www.facebook.com/notes/770757020443898/>

⁸ Dolata, Ulrich (2019): Plattform-Regulierung. Koordination von Märkten und Kuratierung von Sozialität im Internet. Berliner Journal für Soziologie, 69, 179-206.

⁹ Zuboff (2018), Anm. 2.

¹⁰ Neuberger, Christoph (2019): Digitalität: Macht die digitale Revolution die Welt immer analoger? In: Allmendinger, Jutta/Jarren, Otfried/Kaufmann, Christine/Kriesi, Hanspeter/Kübler, Dorothea (Hrsg.): Zeitenwende: Kurze Antworten auf große Fragen der Gegenwart. Zürich: Orell Füssli, S. 69-77.

Botschaft formen die Eigenschaften des Mediums.“¹¹ Wenn die Technik alles kann, rückt die Sinnfrage in den Mittelpunkt:¹² „Plötzlich geht es darum, was *wir* wollen, und nicht mehr darum, was die Verteilungskanäle wollen.“¹³ Der technische Gestaltungsspielraum lässt vieles zu, aber es braucht Sinn und Verstand, um daraus etwas zu machen. Ergeben die Textfetzen des Newsfeeds einen Sinn? Immerhin: Wessels Band besitzt Kapitel als Sinneinheiten und Kapitelüberschriften als Sinnverweise.

Zwischen Wessels Auseinandersetzung mit dem Facebook-Newsfeed und der Pop Art gibt es Parallelen.¹⁴ Auch die Pop Art wandte sich – einige Jahrzehnte früher – der Sekundärwirklichkeit der Medien zu, bezog aus ihnen Material und Motive. „Nicht die Thematisierung der Wirklichkeit, wohl aber die Thematisierung ihrer durch plakative, photographische, drucktechnische oder publizistische Reproduktion bedingte Auslegung (Interpretation), nämlich die in den Massenmedien erscheinende Spiegelung der Wirklichkeit, ist der Gegenstand und die eigentliche Wirklichkeit des Bildes [...]“¹⁵ Die „Exponierung des unveränderten Objekts“¹⁶ lässt sich in der Aneignung von Fernsehen, Presse und Werbung im Werk von Andy Warhol beobachten. Er hob als Kunst hervor, was im Alltag nur eine flüchtige Rezeptionserfahrung ist. Warhol zeigte „die Gegenstände *selber*, nicht mehr als Zitat, sondern eben als Abdruck“¹⁷. Auf Eingriffe und Bearbeitung der Versatzstücke verzichtete er weitgehend.

¹¹ Castells, Manuel (2001): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie: Das Informationszeitalter. Opladen: Leske + Budrich, S. 388. Ähnlich stellte Nicholas Negroponte fest: „In einer digitalen Welt ist das Medium nicht die Botschaft – es ist nur ein mögliches Ausdrucksmittel. Eine Botschaft kann verschiedene Verkörperungen annehmen, die alle von denselben Daten ausgehen.“ Negroponte, Nicholas (1995): Total digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation. München: C. Bertelsmann, S. 92.

¹² Schulze, Gerhard (1995): Vernunft im nachtechnischen Zeitalter. Neue Zürcher Zeitung. Nr. 303 v. 30./ 31.12.1995, S. 47.

¹³ Anderson, Chris (2007): The Long Tail. Der lange Schwanz. Nischenprodukte statt Massenmarkt. Das Geschäft der Zukunft. München: Hanser, S. 240, H. i. O.

¹⁴ Neuberger, Christoph (2019): Wie Kunst die Mediengesellschaft reflektiert. In: Oberösterreichisches Landesmuseum (Hrsg.): Andy Warhol bis Cindy Sherman. Amerikanische Kunst aus der Albertina. Linz: Oberösterreichisches Landesmuseum, S. 32-39.

¹⁵ Imdahl, Max (2013): Probleme der Pop Art (1968). In: Goers, Charis/Greif, Stefan/Jacke, Christoph (Hrsg.): Texte zur Theorie des Pop. Stuttgart: Reclam, S. 64-75, hier S. 71.

¹⁶ Imdahl (2013), Anm. 15, S. 66.

¹⁷ Barkhausen, Cord (1993): Das Medium der Medien. Ein Versuch über Andy Warhol. Merkur, 47(534), S. 875-886, hier S. 877, H. i. O.

Pop Art verwischte die Grenze zwischen der Hoch- und Populärkultur, zwischen den Medien und der Kunst. Wir schauen, hören und lesen den Facebook-Newsfeed – geformt von Wessel – und fragen: „Ist möglicherweise Kunst?“