

Die Emergenz des Politischen Selbst

Die Politik der Vereinzelteten und Probleme der Synchronisierung

Jasmin Siri

Beitrag zum Plenum 5 »Geschlossene Öffentlichkeiten?«

Die Frage nach der Verfasstheit politischer Öffentlichkeiten ‚nach dem Computer‘ – also nach der Evolution des Computermediums – hat sich spätestens ‚seit Trump‘ aus der gelehrten Debatte in den öffentlichen Diskurs verschoben. Während die Bedeutung von Social Media für die politische Kommunikation lange Zeit übersehen wurde, macht sich angesichts von Berichten über ‚Fake News‘ und ‚Hate Speech‘ eine Hysterie breit, die aus soziologischer Perspektive ebenso unangemessen ist, wie es bereits die vorhergehende Unterschlagung der Konsequenzen einer großen medienrevolutionären Umwälzung war.¹

Die OrganisatorInnen des Plenums „Geschlossene Öffentlichkeiten“ stellten in ihrem Call fest, dass es nicht mehr möglich sei, die Öffentlichkeit im Plural auf einen singulären Begriff zu bringen, und forderten eine empirische Auslotung dieser Frage ebenso wie eine theoretisch fundierte Analyse der Situation ein. Es geht also nicht nur um die Feststellung eines Strukturwandels von Öffentlichkeiten, sondern auch darum, zu fragen, wie können wir diese Veränderungen überhaupt klug und genau beschreiben? Der diesem Text zugrundeliegende Vortrag mit dem Titel „Die Emergenz des Politischen Selbst. Die Politik der Vereinzelteten und Probleme der Synchronisierung“ verstand sich in diesem Sinne als ein programmatischer Vorschlag für die Untersuchung politischer Kommunikation.² Er fragte anhand empirischer Beispiele nach der Verfasstheit politischer Öffentlichkeiten und stellt sich die Frage, inwiefern wir es aufgrund technologischer Innovation mit einem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit zu tun haben. Diese Ausführungen verstehen sich (auch) als Vorarbeiten zur Klärung einer weiteren Frage, die für die politische Soziologie von besonderem Interesse ist: Welche Konsequenzen zeitigt die Computerkommunikation hinsichtlich der Anfertigung politischer Identitäten und Selbstbeschreibungen?

¹ Für Diskussion und Kritik der ersten Fassung danke ich Jennifer Brichzin.

² Bei diesem Text handelt es sich um eine leicht veränderte und (um Literaturhinweise) ergänzte Fassung des Vortragsmanuskriptes.

Politische Öffentlichkeiten und Medienevolution: Politische Kommunikation nach dem Computer?

Frei nach Luhmann lassen sich politische Öffentlichkeiten als solche Kontexte beschreiben, die Kollektivität verhandeln, Themen für politische Entscheidungen selektieren und über politisches Personal debattieren (vgl. Luhmann 2000). Luhmann selbst beschreibt in der Realität der Massenmedien deren Selektionsregeln und den abnehmenden Konformitätsdruck durch Medien auf politische Publika (Luhmann 2009). Jürgen Habermas beschreibt anhand einer Kritik der Ökonomisierung von Massenmedien einen Strukturwandel der Öffentlichkeit, der sich mit der Idealisierung eines lesenden Publikums der bürgerlichen Gesellschaft bricht (Habermas 1990). Beide weisen auf die Personalisierbarkeit der Mediennutzung und auf unterschiedliche Publikumsunterstellungen, die Massenmedien mit sich führen, hin.

Die Frage nach dem Strukturwandel ist also keine neue. Weder theoretisch, noch empirisch. Sie aktualisiert sich bei der Einführung jedes neuen Kommunikationsmediums seit der Einführung der Schrift und jede Einführung eines neuen Mediums provoziert kulturkritische (siehe ‚Beschleunigung‘) und enthusiastische (siehe ‚Commons‘) Zeitdiagnosen, befördert eine Auseinandersetzung mit der Frage nach so etwas wie einem Rest guter Gesellschaft und den Möglichkeiten soziologischer Kritik. So wurde – um bei der Seite der Kulturkritik zu bleiben – bei der Einführung des Buchdruckes beispielsweise diskutiert, ob Lesen der Gebärfreudigkeit und -fähigkeit von Frauen schade. Bei der Einführung des Fernsehens wurde die Entstehung eines Starsystems der Politik und der Entsachlichung politischer Debatten angemahnt. Und heute beschäftigt viele Kommentatoren die Frage, inwiefern sogenannte Fake-News ein sogenanntes postfaktisches Zeitalter einläuten. Der frisch vereidigte Präsident der USA kommuniziert lieber via Twitter als mit dem Pressekorps des Weißen Hauses und irritiert damit gewachsene Strukturen und die Selbstbeschreibung der politischen PraktikerInnen in Washington.

Diese wenigen Beispiele sollten erstens deutlich gemacht haben, dass wir es mit einer typischen medienevolutionären Konstellation zu tun haben, die gewisse Muster diskursiver Bearbeitung (wie Krisendiagnosen und Euphorie) wahrscheinlich macht. Zweitens wird auch deutlich, und das ist für diesen Text wichtiger, dass die politische Soziologie nicht ohne einen Blick auf Medienevolution auskommt, wenn sie die Veränderung politischer Öffentlichkeiten untersuchen will. Es scheint, dass die gewachsenen funktionssystemischen Strukturen des Politischen und dessen Funktionsebenen durch aktuelle Entwicklungen ebenso herausgefordert sind wie die journalistische Profession und ihre Organisationen. Diese Entwicklung geht über die Erfindung neuer Formate (Blogs, Social Media) weit hinaus.

Funktionale Analyse und die empirische Untersuchung medialen Formwandels

Zur Fokussierung dieser Fragestellung nutze ich vor allem differenzierungstheoretische Annahmen im Anschluss an Niklas Luhmann sowie die Funktionale Analyse (vgl. Luhmann 1987). Es lohnt sich aber auch ein Blick in die Medientheorie. Schon in den 1960er Jahren fragte sich beispielsweise Marshall McLuhan, inwiefern die Erfindung des Computers eingeübte Formen des Kommunizierens verändern und irritieren würde. McLuhans Argument lautet, dass es nicht nur um die thematische Dimension dessen geht, was Medien berichten, sondern dass alle Medien vielmehr anhand ihres autopoietischen Charakters die Kommunikation – systemtheoretisch gesprochen, in Sach-, Zeit- und Sozialdimension –

formen (vgl. McLuhan1994). Interaktionen und Organisationen sind also vielfach von Medien betroffen, wie auch psychische Systeme. Medien formen durch den Gebrauch unsere Körper, unsere Art zu denken, uns zu bewegen. Sie entscheiden über Zeithorizonte und generieren Anschlussfähigkeiten ebenso wie das Scheitern von Kommunikation. McLuhan beschreibt dementsprechend, wie Mensch und Kultur sich mit der Medienevolution entwickeln. So ist für ihn die Demokratie eine Folge des Buchdrucks und der Xerox-Drucker kündigt für ihn den Weg zum Selbstverlegen und Bloggen an, (auch wenn er den Begriff des Blogs freilich noch nicht kannte) (vgl. McLuhan1994).

Das Medium, so McLuhan, ist die Nachricht und massiert sich in die Kommunikation ein. Auch wenn also der sehr breite Medienbegriff McLuhans – das wurde oft kritisiert – soziologisch zivilisiert werden muss, um für die Analyse von politischer Kommunikation brauchbar zu werden. Er kann, besonders im Zusammenspiel mit systemtheoretischen Erwägungen als Joker genutzt werden um von der Beobachtung von Themen – also zum Beispiel *was* schreibt Herr Trump auf seinem Twitter-Account? umzustellen auf die Beobachtung eines Formwandels politischer Kommunikation: Wir würden dann fragen: *Wie* verändert sich politische Kommunikation und politische Organisation durch die Nutzung spezifischer Computermedien? Diese soziologisierte Frageform ernst zu nehmen verändert also den Blick auf Daten ebenso wie die Art ihrer Erhebung, indem die Technik der Kommunikation und die Algorithmen der Sozialen Medien als Struktur der Kommunikation in den Blick geraten (vgl. Schrape, Siri 2017). In der Sprache der Funktionalen Analyse Luhmanns gefragt: Welches Problem löst der Einsatz eines Mediums für eine Kommunikation und welche strukturellen (bzw. technologischen) Restriktionen führt es mit sich? Zugleich ermöglicht dieser medientheoretische Zugang einen genaueren Blick auf die Kopplung von psychischen Systemen und medialen Formen, die für ein Verständnis der Veränderung von Politisierungserfahrungen unerlässlich sind.

Im Hinblick auf die systemtheoretische Analyse politischer Öffentlichkeiten könnte man vielleicht sagen, dass diese Perspektive einen Focus auf die Form und auf Selektionsregeln von Medien setzt, (mithin weniger auf die Frage der Differenzierungsform oder nationalstaatlich gewachsener Semantiken). Wenngleich es sich bei der Medienevolution um ein weltgesellschaftliches Phänomen handelt, das quer zu den Funktionssystemen liegt, also auch alle anderen funktionssystemischen Logiken betrifft, will ich im Folgenden besonders die *politische* Kommunikation in den Blick nehmen. Also jene Kommunikationen, denen es um die Herstellung politischer Publika und – mit Luhmann gesagt – um die Bereithaltung der Kapazität zur Vorbereitung und Herstellung kollektiv bindender Entscheidungen geht. Zudem fokussiere ich in diesem Text im Sinne der Fragestellung des Calls weniger auf die Emergenz und Produktionsbedingungen des Politischen Selbst als auf die Synchronisationsbedingungen und Synchronisationsprobleme von Politik nach dem Computer.

Im Folgenden frage ich daher anhand empirischer Fallstudien zur Politik in Sozialen Medien und politischen Organisationen³ danach inwiefern unterschiedliche, eigensinnige Praktiken die Bildung politischer Öffentlichkeiten und politische Kommunikation verändern. Wie unterscheiden sich bspw. Formen der politischen Kommunikation auf Facebook, Twitter oder Snapchat von dem, was wir aus den Beschreibungen bürgerlicher Öffentlichkeiten kennen? Wie muss ein soziologischer Begriff des Politischen und der politischen Öffentlichkeit gebaut sein, um auf aktuelle Phänomene und Grenzverschiebungen zu reagieren? Es reicht dabei auch nicht aus, nur die Grenze von Öffentlichem und Pri-

³ Die Beispiele stammen aus Studien zur politischen Kommunikation in Sozialen Medien sowie zu Veränderungen des Konservatismus und der politischen Rechten in Deutschland, erhoben im Rahmen eines Habilitationsprojekts an der LMU München. Literatur und Hinweise zum Projekt abrufbar unter: https://www.researchgate.net/profile/Jasmin_Siri

vatem zu bedenken, wie schon Joshua Meyrowitz bei seinen Arbeiten zum Fernsehen in den 1980er Jahren feststellte (Meyrowitz 1985), sondern es muss darum gehen, die Performanz der Medien selbst in den Blick zu bekommen und sich zu fragen, inwiefern sie den Blick auf das, was als Wissen verstanden wird verändern, wie sie den Erinnerungsvollzug von Gesellschaft bestimmen.

Empirische Studien zur politischen Kommunikation sind in dieser Absicht dazu aufgefordert, die Geschichte der Medienevolution stets im Hinterkopf zu haben, wenn sie konkrete Beschreibungen der Welten sozialer Medien und ihrer Effekte auf das Politische liefern wollen. Weder dürfen wir Netzpolitiken als ahistorische Phänomene begreifen, noch dürfen wir sie rein auf sachliche und thematische Beiträge hin untersuchen und dabei den Einfluss der technischen Form auf Interaktion und Personen vernachlässigen. Es ist auch nötig, die Vorannahmen soziologischer Theorien vor dem Hintergrund der Computerkommunikation kritisch zu reflektieren und sich zu fragen, was die Theorie von der veränderten empirischen Lage lernen kann, ohne dabei eine einfache Übergangsthese zu formulieren. Für systemtheoretische Analysen der Medienevolution sind hier die Arbeiten von Dirk Baecker zur „nächsten Gesellschaft“ von großem Nutzen (vgl. Baecker 2007) und helfen dabei, die Suche nach funktionalen Äquivalenten (zum Beispiel: Was ist das netzpolitische Äquivalent für die Gatekeeper, die laut Luhmann für die Realität der Massenmedien eine herausragende Rolle besitzen?) anzuleiten.

Die Emergenz des Politischen Selbst im Medienstrom und die Macht der Algorithmen

In Untersuchungen zur politischen Kommunikation in unterschiedlichen Oberflächen wird deutlich, wie sehr die Programmierung und Algorithmen des jeweiligen Mediums die Performanz politischer Sprache und Selbstbeschreibungen in diesem Medium prägen (vgl. Siri 2014). Zugleich zeigen die empirischen Daten, dass und wie diese Selbstbeschreibungen mit Organisationen und der Bildung von personalen Positionen im Analogen verbunden sind. Es ist daher die Aufgabe einer soziologischen Beobachtung des Strukturwandels digitaler politischer Öffentlichkeit, sowohl die Eigensinnigkeit der Medien im Blick zu halten als auch ihr Wechselspiel mit Organisationen und der Lebenswelt von Personen (die eben nicht nur in digitalen Welten politisiert werden) nachzuvollziehen.

Aber nun zum ersten Argument des Vortrags bzw. dieses Textes: Jedes soziale Medium bildet eine spezifische, eigensinnige Form politischer Kommunikation aus und stellen kollektive Bilder und Publika auf unterschiedliche Art und Weise her. Dabei entsteht nicht zuletzt ein zeitlicher Effekt, der die Idee einer Öffentlichkeit im Singular entkernt: Digitale Medien sind die Öffentlichkeit ihrer aktuellen User, und nicht derer, die sie nicht kennen, nicht nutzen, nicht bedienen können. Das soziale Medium Facebook beispielsweise promoviert – ausgehend von der Idee dieses Netzwerkes – eine Politik der Freundschaft. Hier finden sich sehr homogene Freundeskreise, die vor allem dazu geeignet sind, sich zu bestätigen und von anderen Kreisen abzugrenzen. Unpolitische Menschen haben hier eher unpolitische Freunde, Aktivisten haben eher aktivistische Freunde und Rechte eher rechte Freunde. Ob dies – also die Homophilie in Freundeskreisen – je anders war, lässt sich natürlich bezweifeln. Allerdings trifft in der Netzpolitik diese Realität einer homogenisierten Echokammer, wie Cas Sunstein (2001) es formuliert hat, auf Semantiken der Partizipation, offener Diskussion und des Streits um gute Argumente, sowie auf eine etablierte Politik, die hier, mehr oder weniger professionalisiert, Anschlussfähigkeit generieren will.

Auf Twitter wiederum sieht die politische Kommunikation erstens aufgrund der schieren Menge der Tweets – eine Facebook entsprechende Selektion durch Freundeskreise gibt es hier nicht – und

zweitens aufgrund der Ungewissheit, ob irgendjemand das überhaupt in Echtzeit mitliest, völlig anders aus. Zwar gibt es auch hier Kampagnen, wir denken an den Deutungskampf um politische Hashtags, aber grundsätzlich wird hier für die User erfahrbar, wie gering ihre eigene Stimme im Kontext aller möglichen Stimmen ist. Dies gilt für die BürgerInnen ebenso wie für politisch Tätige, für die das Medium aufgrund des potentiell unendlich großen Publikums viele Stolpersteine birgt (vgl. Siri, Seßler 2012).

Die unüberschaubare Skandaldynamik Twitters, welche für die politische Kommunikation in diesem sozialen Medium prägend ist, resultiert erstens aus dem großen und schwer einzuschätzenden Publikum, zweitens aus der Unmöglichkeit des Löschens eines re-tweeteten, also durch einen anderen Nutzer wiederholten Tweets, drittens aus der hohen journalistischen Beobachtung des Mediums. Dies macht in der Gesamtschau dieses Medium für die etablierte Politik gefährlich. In der Konsequenz werden etablierte Akteure immer vorsichtiger und weniger offen. Die Herausforderung, zu entscheiden, mit wem man sich auseinandersetzen will und die Botschaften, die man empfängt für die politische Praxis handhabbar zu machen, sind weitere Herausforderung für politische Organisationen, die außerdem grundsätzlich mit der Geschwindigkeit des Mediums zu kämpfen haben (Siri, Seßler 2012). Mehr noch als im Medium Facebook wird hier aber auch für alle anderen User alltäglich sichtbar, dass es Kontexte gibt, die von der eigenen Wertsphäre meilenweit entfernt sind. Wir können unter demselben Hashtag Äußerungen der Bundesregierung, von Verschwörungstheoretikern, des Papstes und von IS-Pressesprechern lesen. Da vor allem die Hashtags die Kommunikation ordnen, sind Konflikte vorprogrammiert und werden zum einen mit aller Härte ausgetragen, zum anderen aber zur Alltagserfahrung, die einfach ‚wegignoriert‘ werden kann. Wie auch immer sich User entscheiden: Die Konstruktion von Nachrichten und die sie umgebenden diskursiven Kämpfe werden zur Erfahrung aller und sind nicht mehr den Funktionseliten vorbehalten.

Die Homogenisierung multipler Publika in Sozialen Medien und die Renaissance der Moral

Ich präzisiere die Fragestellung nun in Richtung nur eines der im Call von Zilien und Ziemann angesprochenen Problemfelder und das ist die Frage der potentiellen Reichweite von Öffentlichkeiten und danach, inwiefern diese Öffentlichkeiten sich fragmentieren bzw. abschotten.

Zum einen wird dies durch die Selektionsmechanismen der einzelnen Sozialen Medien schlicht qua Praxis erzeugt. Nehmen wir wieder Facebook: Hier wird nicht alles angezeigt, was Freunde posten, sondern es gibt eine Hierarchie der Treffer auf der Wall, die sich unter anderem aus Nutzungsgewohnheiten und Kontakthäufigkeit ergibt. Zwar gibt es fast immer die Möglichkeit, von Medium auf Medium zu verweisen, also zum Beispiel ein Youtube-Video zu twittern oder einen Tweet auf Facebook einzubetten, jedoch verändern sich Nachrichten durch die Übersetzung in einen neuen Algorithmus potentiell in etwas anderes und sie sind via Autorschaft nur latent kontrollierbar.

Während Arbeiten aus den 1990er Jahren vor allem Möglichkeiten der Individualisierung in medialen Arrangements wie der Talkshow betonten wird in der Politik sozialer Medien deutlich, dass die andere Seite dieser Individualisierung eine stärkere Binnenkohäsion von politischen Gruppen sein kann. Wir beobachten also diversifizierte Publika, die von einander nichts wissen – oder nicht viel mehr wissen, als dass das andere Publikum moralisch geächtet gehört. Abgesehen vom Superuser, der mehrere Algorithmen versteht und bespielt, finden sich in der Politik der Netzwerke viele, die sich mit der Varietät der dargebotenen Meinungen schwertun.

In Netzöffentlichkeiten, von denen zu sprechen wie gesagt nur im Plural Sinn ergibt, finden wir eine Vielzahl unterschiedlicher politischer oder politisierbarer Angebote, die eine enorme Palette an möglichen affektiven Auseinandersetzungen und ethischen Diskussionen anbieten. Dennoch wird nur ein kleiner Teil dieser Diskussionen realisiert. Dies einerseits aufgrund eines schlichten Zeitproblems, welches alle sozialen Kontexte kennen, andererseits aber auch durch einen medial induzierten Effekt, nämlich einer Gewöhnung an die Bevorzugung des Homogenen und einer anschließend schnell einsetzenden Moralisierung als falsch empfundener Positionen. In der Sprache Facebooks: *Diese Position gefällt mir nicht*. Die Veröffentlichung privater Meinungen erfährt durch Soziale Medien zudem neue Relevanz und Anerkennung. Das Wiederholen von Meinungen durch Likes oder Retweets, mit denen Personen wie Organisationen versuchen, die Attraktivität von Themen zu messen, befördert daher die Tendenz zur Homogenisierung ebenso wie die Wahrscheinlichkeiten dafür, Ungeliebtes auszufiltern oder harsche Kritik zu äußern.

Auf der Individualebene schützen die in sozialen Medien erlernbare Ignoranz und die Algorithmen vieler Sozialer Medien, vor der Irritation mit anderen Wertsphären. Sie sortieren gleiches zu gleichem, versuchen, unsere Wünsche zu antizipieren. Homogenisierung entsteht also nicht nur, indem sie eine Person blockieren oder angeben, einen Inhalt nicht mehr sehen zu wollen, sondern schon durch Berechnungen und Regeln im Medium, die für uns intransparent sind. Allein schon dadurch, dass es abseits der Algorithmen keine mächtigen Gatekeeper mehr gibt und alle etwas anderes sehen wird die Fiktion einer politischen Öffentlichkeit im Singular erschwert.

Die aktuell viel debattierte Hasssprache aber auch die hohe moralische Entrüstung in politischen Diskussionen in sozialen Medien sind also Chiffre einer Entgrenzung von Publika, die nicht mehr damit rechnen müssen, sich miteinander in einem als gemeinsam verstandenen Raum konfligierender Deutungen auseinanderzusetzen. In einem solchen würden antagonistische Positionen für sich genommen Sinn ergeben und wären debattierbar. Ein eigensinniger Lerneffekt von Öffentlichkeiten der Sozialen Medien besteht aber darin, moralische Ächtung solcher Positionen wahrscheinlicher zu machen.

Welche Funktion besteht aber in der moralischen Kommunikation und ihrem „hässlichen Zwilling“, der Hasskommunikation? (Wie) verbinden sich hier Mediennutzung und politisches Handeln? Geht es hier wirklich um eine Verunsachlichung oder Verrohung politischer Öffentlichkeit, wie die Feuilletons es oft diskutieren, oder um etwas anderes?

Sicher ist jedenfalls, dass die Eigensinnigkeit sozialer Medien neue Möglichkeiten der Betätigung anbietet, die jene der idealisierten Agora, in der sachliche Argumente gegen sachliche Argumente ausgetauscht werden, überschreiben. Ein Beispiel hierfür ist die Sozialfigur des Trolls, also einer Rolle, die sich in der schelmischen bis hin zur aggressiv-affektiven Provokation anderer User verschreibt. An der Rolle des Trolls kann man in Bezug auf die politische Kommunikation lernen, dass diese sich gar nicht unbedingt für ihre Argumente oder den politischen Gegner sondern vor allem für Responsivität interessieren, die sie für sich als Anerkennung deuten. Je lauter der Aufschrei über meine (zum Beispiel politisch inkorrekte) These umso höher die Resonanz, und die Anerkennung bemisst sich nicht aus Zustimmung, sondern danach, wie sehr man die so Getrollten in Rage versetzen kann. Das Trollen erscheint aus dieser Perspektive kaum anders als die Nachricht in einem Forum in dem Probleme erörtert werden oder der Post, der Einsamkeit artikuliert. Politisch ist er mithin nur strategisch. Etwas anders gelagert sind jene Angebote, die ideologisch aufgebaut sind und danach trachten, andere zu verunglimpfen oder sogar die Schwelle zur Bedrohung nehmen und damit auch strafrechtlich relevant werden. In rechtsextremen Internetmanuals werden sie ähnlich militärischer Strategien erläutert und schließen an Guerilla-Taktiken der Linken der 1970er Jahre an.

Ich vermute, dass die Homogenisierung von politischen Inhalten in sozialen Medien dazu führt, dass die Toleranzschwelle für von der eigenen Meinung abweichende Inhalte weiter sinkt. Die Politik der Freundschaft, die ich eben für Facebook beschrieben habe, kann damit im Extremfall Radikalisierung durch Homogenisierung ermöglichen. In einer 2015 in Berlin vorgestellten Studie haben Wahlforscher aus Mainz und des Instituts YouGov zum Beispiel gezeigt, dass AfD-AnhängerInnen besonders homogene Facebook-Freundeskreise haben, homogener als jene von Menschen mit anderen Parteiidentifikationen (Faas, Sack 2016). Daraus folgern Faas und Sack, dass in besonders homogenen Welten der Sozialen Medien die Möglichkeit der Radikalisierung und der Erhöhung von Gewaltakzeptanz resultiert. Bei der Betrachtung der Aktivitäten rechter Gruppierungen im Netz fällt zudem auf, dass eine in sich geschlossene Ideologie hier eine geringere Rolle spielt als in den 1990er und 2000er Jahren. Es tummeln sich in diesem Kontext verschiedenste menschenfeindliche und fundamentalistische Bewegungen und Einzelpersonen mit unterschiedlichsten Anliegen. Religiöse, regionale und andere Barrieren werden in Sozialen Medien schneller überwunden. Brücken werden über hochanschlussfähige Querschnittsthemen gebaut: Das sind Themen wie Anti-Political Correctness, Anti-Gender, Medienkritik und eben aktuell die Kritik an Migration und Asyl (vgl. Siri 2015).

Eine Folge dieser komplexen Ausgangslage ist auch, dass es Versuche gibt, Politiken der Beschämung als Sanktionsmöglichkeit in Sozialen Medien einzuführen. Soziale Medien sind voll mit diesen Kampagnen, in denen eine Organisation oder Personen an den Pranger gestellt werden sollen. Zumeist werden solche Kampagnen durch Aktivisten angestoßen, es gibt aber auch andere Beispiele, wie die Kampagne der Bild-Zeitung. Bild stellte – um in der Selbstbeschreibung zu bleiben – die Hetzer an den Pranger, indem flüchtlingsfeindliche Posts mit Bildern und Klarnamen der Menschen abgedruckt wurden. Das Anprangern hat die Funktion, die betroffenen Personen zu beschämen und verstummen zu lassen – und trifft damit im Hinblick auf den Rechtspopulismus natürlich ins Herz schon bestehender Vorwürfe einer Lügenpresse, die abweichende Meinungen nicht – oder zumindest nicht wertfrei – zu Wort kommen lasse.

Ich stelle also hier die These auf, dass das Erleben der Gleichzeitigkeit unterschiedlichster politischer Deutungen und die Sichtbarkeit derer, die als politische Gegner verstanden werden, das Erstarren der moralischen Kategorien in Sozialen Medien ebenso verursacht wie den Rückzug in geschlosseneren, kleinere Gruppen. Auf der Folie einer Homogenisierung von einander gegenseitig intransparenten Öffentlichkeiten werden zunehmende Moralisierung und Prozesse der Radikalisierung in Netzgegenwarten als Effekt von Medienevolution interpretierbar.

Synchronisierungs- und Wahrheitsprobleme als Effekt der Medienevolution

Es lässt sich an den empirischen Daten zeigen, dass spezifische politische Themen, Oberflächen und daraus resultierende Eigendynamiken der Netzkommunikation in ein volatiles und komplexes Kommunikationsnetz münden, dass sich weder ausschließlich theoretisch, noch ausschließlich anhand empirischer Beobachtung von Einzelfällen erschließen lässt. Jedes soziale Medium gießt, seinen Algorithmen entsprechend, politische Kommunikation in eine spezifische Form und bringt Politisierungserfahrungen hervor, die sich von denen der vordigitalen Zeit unterscheiden. Eine besondere Bedeutung kommt dabei dem Entstehen homogener Räume Gleichgesinnter zu, die unter spezifischen historischen und politischen Bedingungen dazu geeignet sind, Radikalisierung zu ermöglichen, die sich dann gegebenenfalls ganz analog manifestiert.

Es ist schon eine Erfahrung moderner Gesellschaften ‚vor dem Computer‘ und eine Binse der Wissenssoziologie, dass unterschiedliche Weltdeutungen nebeneinander Platz finden. Unter digitalen Bedingungen wird diese Virtualität des Kollektivs umfassend für jeden und jede erfahrbar und damit auch politisierbar. Zudem bekommt Gesellschaft unter digitalen Bedingungen noch ein Geschichtsproblem dazu, da nun quasi zu vieles von zu vielen und zu lange erinnert werden kann. Daraus resultiert im Analogen wie im Digitalen ein Wahrheitsproblem, welches sich beispielsweise anhand der Präsenz von Verschwörungstheorien und Propaganda im Netz sowie an darauf aufbauende Krisendiagnosen manifestiert.

Auch hier können wir durch den historischen Vergleich lernen. Verschwörungstheorien zum Beispiel, so zeigt der Philosoph und Psychoanalytiker Hepfer, kannten schon die Römer und sind in Zeiten ökonomischer und medienevolutive Krise stets *en vogue* (Hepfer 2015). Demnach nimmt es auch nicht wunder, dass etablierte Akteure sich aktuell besonders damit beschäftigen müssen, wie sie mit Falschmeldungen umgehen sollen, die zwar keine Bestätigung in etablierten Systemlogiken erfahren aber in Sozialen Medien große Wirkung zeitigen.

Für die differenzierten Sozialsysteme der modernen Gesellschaft wie Recht, Politik, Wissenschaft und Religion und ihre Leistungsrollen stellt diese oft sehr unzureichend mit ‚Post-Truthism‘ oder ‚Postfaktizität‘ beschriebene Gleichzeitigkeit von Wahrheitsansprüchen eine Herausforderung ihrer Kapazitäten und üblichen Lösungen dar. Darauf, dass diesen nicht mehr zu glauben sei, bauen populistische Politiken der Gegenwart auf. Die Multiplizität der politischen Person, die auf unterschiedlichen medialen Oberflächen unterschiedliche Selbstdarstellungen vollzieht, kann einerseits Beschreibungen der Vereinzelung produzieren wie auch einen neuen Hang zur Moral und dem Sich-Zurechnen zu einer diffusen Gruppe der Anti-Establishment-Orientierten. Das ist der Grund dafür, dass wir in Sozialen Medien so viele Kollektive beobachten, die an ihrer Binnenkohäsion arbeiten.

Das Plädoyer meines Vortrags lautet abschließend, dass die politische Soziologie sich darum bemühen sollte, eben diese Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen und die Synchronisierungsprobleme politischer Öffentlichkeiten stärker in den Blick zu bekommen. Durch die multimediale Präsentation der Politik und die Veränderung der Anfertigung und Rezeption politischer Kommunikation wird die Gleichzeitigkeit unterschiedlicher Sinnangebote und Deutungen des Politischen offenkundig und muss von Organisationen wie Personen bearbeitet werden. Vieles, was soziologische BeobachterInnen zuvor vielleicht als ein Problem der Organisation und ihrer Rollenträger beschrieben hätten, wird damit als Effekt von Medienevolution interpretierbar.

Literatur

- Faas, T., Sack, B. C. 2016: Politische Kommunikation in Zeiten von Social Media. Bonn: BAPP. Abrufbar unter: http://www.bapp-bonn.de/files/BAPP_Politische_Kommunikation_in_Zeiten_von_Social_Media_Web_Final.pdf (letzter Aufruf 7.3.2017).
- Luhmann, N. 1987: Soziale Systeme – Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. 2002: Die Politik der Gesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. 2009: Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden: Springer VS.
- Habermas, J. 1990: Vorwort zur Neuauflage. In ders. Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 11–50.
- Hepfer, K. 2015: Verschwörungstheorien. Eine philosophische Kritik der Unvernunft. Bielefeld: transcript.

- McLuhan, M. 1994 [1964]: Die magischen Kanäle. Understanding Media. Basel: Verlag der Kunst Dresden.
- Meyrowitz, J. 1985: No Sense of Place. The impact of electronic media on social behavior. New York/Oxford: Oxford University Press.
- Schrape, J.-F., Siri, J. 2017: Multiple Öffentlichkeiten im Social Web. In N. Baur, J. Blasius (Hg.), Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS (i.E.).
- Siri, J. Seßler, K. 2012: Twitterpolitik. Politische Inszenierungen in einem neuen Medium. Mit einem Vorwort von Lutz Hachmeister. Berlin/Köln: Institut für Medien- und Kommunikationspolitik. Online abrufbar unter: <http://medienpolitik.eu/cms/media/pdf/Twitterpolitik.pdf> (letzter Aufruf: 7.3.2017).
- Siri, J. 2014: privat*öffentlich: Die Emergenz des Politischen Selbst in Social Media. Sonderheft 13 der Österreichischen Zeitschrift für Soziologie „Subjektivierung 2.0. Machtverhältnisse digitaler Öffentlichkeiten“, 101–120.
- Siri, J. 2015: Rechter Protest? Zur Paradoxie konservativer Protestbewegungen. In S. Hark, P.-I. Villa (Hg.), (Anti-)Genderismus. Sexualität und Geschlecht als Schauplätze aktueller politischer Auseinandersetzungen. Bielefeld: transcript, 239–256.
- Sunstein, C: 2001. Echo Chambers: Bush v. Gore, Impeachment, and Beyond. Princeton: Princeton University Press.