

Adrian Köhler

Tero Karppi: Disconnect: Facebook's Affective Bonds 2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/13623>

Veröffentlichungsversion / published version
Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Köhler, Adrian: Tero Karppi: Disconnect: Facebook's Affective Bonds. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 37 (2020), Nr. 1, S. 104–105. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/13623>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Tero Karppi: Disconnect: Facebook's Affective Bonds

London: University of Minnesota Press 2018, 184 S.,
ISBN 9781517903077, Euro 18,99

„Facebook's business model is premised upon ubiquity to the point of naturalization – it seeks to become thoroughly integrated into the fabric of everyday life for as many people as possible, to the extent that they cannot imagine life without it and thus do not think to question its presence in their lives“ (S.120). Dieses Zitat aus dem vorletzten Kapitel fasst gut zusammen, was Tero Karppi für sein Buch über den Social-Media-Giganten recherchiert hat. Der Autor zeigt auf, wie wichtig es für die Plattform ist, die Zahlen von Nutzer_innen genauso wie ihre Partizipation möglichst hoch zu halten. Zudem werden mehrere Protestarten in Form von Alternativenwendungen oder technischen Tools beschrieben. Weiterhin analysiert Karppi, warum ‚disconnection‘ die Bedrohung schlechthin für Facebook darstellt und welche enormen ökonomischen Wert die Nutzer_innen durch das Bereitstellen ihrer Daten freiwillig an Facebook liefern.

Im ersten Kapitel „Log In“ wird zunächst erläutert, dass Algorithmen von Facebook nicht zu neutralen Zwecken eingesetzt werden; der Autor plä-

diert dafür, von „Connective Media instead of Social Media“ (S.14) zu sprechen. Hierfür spräche beispielsweise auch, dass im Geschäftsmodell von Facebook für potenzielle Investor_innen der Begriff Social Media kein einziges Mal vorkomme (vgl. S.29).

Im Kapitel „Engage“ spricht Karppi davon, wie durch algorithmische Auswertungen jeder Newsfeed individuell sei. Werbetreibende könnten hier mit personalisierter Werbung bis zu 89% ihrer Zielgruppe erreichen, während der Durchschnitt im sonstigen Web bei lediglich 38% liege (vgl. S.30). Nutzer_innen gäben schließlich auf Facebook eine riesige Menge verwertbarer Daten zu „location, demographics, interest, and behavior“ (S.30) an.

Das Kapitel „Participate“ geht anschließend auf die 2011 eingeführte Timeline ein (welche chronologisch den Inhalt wie Posts oder Shares von User_innen anzeigt). Sie wird als enorm wichtig beschrieben, um Nutzer_innen möglichst lange Zeit am Stück an die Plattform zu binden.

Im Kapitel „Deactivate“ wird eine bereits angeklungene Kapitalismuskri-

tik auch als solche benannt: Laut Michel Foucault sind Netzwerke nicht neutral oder demokratisch, dafür in ihrer Form definitiv politisch (im Sinne der Interessen der Plattform, vgl. S.73). Es wird geschlussfolgert, dass dadurch das Soziale Teil des Ökonomischen wird, anstatt das Ökonomische Teil des Sozialen (vgl. S.75).

Auch das Phänomen *digital suicide* wird beleuchtet. Webseiten wie *Suicidemachine.org* oder *Seppukoo.com* bieten an, Social Media-Accounts von deren Nutzer_innen zu übernehmen. Die Accounts bleiben bestehen, es gibt aber keinerlei Aktivität und damit keinerlei Generierung neuer Daten mehr. Es werden außerdem alle bestehenden Verbindungen wie Freundeslisten gekappt. Zudem können ‚letzte Worte‘ an die Community gerichtet werden, um diese ebenfalls zum *digital suicide* zu bewegen. Diese Form des kreativen Protests lässt sich als sehr viel politischer und aktiver bezeichnen als einfaches Deaktivieren oder Löschen des Accounts. Im Kapitel „Die“ geht es darum, wie selbst die Profile verstorbener Nutzer_innen noch dazu genutzt werden, die riesige Datenmaschinerie weiter zu füttern. Durch „online grieving, memorial pages and profiles, where the dead get materialized“ (S.91), werde weiterhin ökonomischer Nutzen erzeugt.

Das Kapitel „Disconnect“ zeigt mit den Plattformen Diaspora und Ello zwei Alternativen auf, die user-generierte Daten nicht sammeln und weiterverkaufen. Der Autor sieht dies jedoch kritisch, da auch hier prinzipiell jederzeit die Möglichkeit dazu bestünde einen Facebook-ähnlichen Weg einzuschla-

gen. Weiterhin wird der Suchtfaktor von Facebook beleuchtet, der 2017 gar vom damaligen Facebook-Vizepräsidenten bestätigt wurde: „Facebook is addictive by design and built to engage users in a dopamin-driven feedback loop“ (S.109). Auch bezüglich der gesellschaftlichen Auswirkungen war durchaus ein Bewusstsein vorhanden: „and this is destroying how society works“ (ebd.).

Im abschließenden Kapitel „Log Out“ stellt Karppi die beiden Apps ‚Disconnection‘ und ‚commodify.us‘ vor. Erstere diene hauptsächlich durch das Blockieren von Webseiten dazu, die erwähnten Datenströme zu durchbrechen (vgl. S.125). Mit Zweiterer geben Nutzer_innen, nachdem sie ihr Facebook-Datenpaket heruntergeladen haben, dieses zur Analyse an die App weiter, die den individuellen Werbewert der Daten analysiert und den Nutzer_innen anbietet, die Daten an potenzielle Interessent_innen zu verkaufen. Sie arbeitet also gewissermaßen mit den Werkzeugen von Facebook gegen Facebook. Der Autor ordnet diese Protestformen relativ kritisch ein, wobei er das Potenzial, das in der Störung des wirtschaftlichen Kreislaufs Facebooks liegt, möglicherweise zu gering einschätzt.

Das Buch kann in Summe als hochinteressanter und empfehlenswerter Aufruf zum kritischeren Umgang mit Facebook und Social Media verstanden werden und sei somit auch und insbesondere Studierenden empfohlen. Die zahlreichen solide recherchierten Beispiele lassen das Werk zudem auch für die Social Media-Forschung relevant werden.

Adrian Köhler (Marburg)