



Medien des Ungehorsams Zur Geschichtlichkeit von Medienaktivismus

Wolfgang Sützl

1. Vorfreude

Der Rede von digitalen Medien haftet häufig etwas Ungeschichtliches an. Die Rhetorik, welche die Neuerungen in diesem Bereich begleitet, setzt sich gerne als eine Art historischer Nullpunkt, von dem aus es nur eine Blickrichtung gibt, nämlich jene nach vorne. Das Verhängnisvolle an dieser Sichtweise ist freilich, dass Zukunft erneut nichts anderes sein kann als der Moment einer Neuerung, und damit eine Wiederholung des bereits Geschehenen, das als solches jedoch nicht wahrgenommen wird, weil es sofort aus dem Blickfeld gerät: Daten werden immer rascher unbrauchbar, Innovationszyklen verkürzen sich, die Befreiung von der auf

der Tradition lastenden Schwere des Ursprungs scheint den Preis einer digital induzierten Amnesie zu fordern (Sütl 2004).

Dieses Ausscheiden der Neuen Medien aus der Geschichte lässt sich exemplarisch am Werbeslogan Microsofts aus den 1990er-Jahren ablesen: *Where do you want to go today?* Er veranschaulicht eine Perspektive, in welcher die Gegenwart jeden Tag aufs Neue als ein hinter sich zu lassender Ort erscheint, voll des Strebens nach vorne, das folgerichtig von großen Unternehmen explizit als niemals zu stillende *Vorfreude* vermarktet wird, die ein immer neu zu verkaufendes Produkt darstellt (vgl. Abb. 1).



Abb.1: Vorfreude als Produkt

Für die Erziehungswissenschaftlerin Marianne Gronemeyer ist diese Dynamik kennzeichnend für „Innovation“: für Neuerungen also, die technischer Natur sind und sich vom „Anfangen“, das die Menschen als solche herausfordert und in Anspruch nimmt, unterscheiden. Die „Innovation ist der Inbegriff der Einstweiligkeit. Bis auf weiteres wird das Vorfindliche überboten, aber jede Innovation ist ihrerseits zur Überbietung bereits gekürt. Der Innovateur plagt sich auch nicht wie der Anfänger mit Grübeleien über die Folgen seines ersten Schrittes. Die Konsequenzen *seines* Beginns, seien sie schädlich oder nützlich, sind in jedem Fall kraftvolle Herausforderungen für neue Innovationen. So kann er weder scheitern noch Schaden anrichten. Der Gedanke, dass er sich festlege, ist ihm völlig fremd ... Alle Tat-Folge-Zusammenhänge werden zerschnitten.“ (Gronemeyer 2000: 123).

Demnach strebt die Innovation keinen Sollzustand an, sondern bleibt gefangen in einem ständig wiederkehrenden Weitermüssen, das sich vom Ankommen-Wollen des klassischen Fortschrittsdenken des 19. und 20. Jahrhunderts unterscheidet: Während jenes immer auch ein mit Werten und Ideologien verbundenes Gesellschafts- oder Menschenmodell voraussetzte, ein kollektives, geplantes und oft gewaltsames *Machen* von Geschichte beabsichtigte, haftet diesem aufgrund seiner Folgenlosigkeit nicht nur der Zwang des Nicht-bleiben-Dürfens an, sondern auch das Belanglose eines Zeitvertreibs: ein Vertreiben der Zeit, die sich für nichts Besseres nutzen lässt, als für ein Warten ohne vorherzusehendes Ende. Eine Daseinsform also, die in ihrer Verneinung der Geschichtlichkeit in jenen Zustand der scheinbaren Alternativlosigkeit hinein führt, den Francis Fukuyama als das „Ende der Geschichte“ verkündet hat. Die permanente Einstweiligkeit und Unverbindlichkeit von *Where do you want to go today?* steht so für die Entleerung jenes Geschichte-Machens, das in Lenins *What is to be done?* (1902) einen ambitionierten Höhepunkt hatte.

Wie aber lässt sich Widerstand aus dieser Perspektive noch denken? Dem Anschein nach zunächst gar nicht, denn dem Widerstand scheint sowohl der Gegenstand (Emanzipation) als auch das Subjekt (die revolutionären Massen, das Proletariat, der Neue Mensch etc.) abhanden gekommen zu

sein. Wo das aufklärerische Emanzipationsdenken den Aufbruch in eine gerechtere, weniger gewaltsame Gesellschaft nährte, dort ist jetzt das Versprechen einer schnelleren Technologie (Innovation), und wo die Revolutionäre nach einer zu mobilisierenden Masse suchten, finden wir heute „auto-mobilisierte Individuen“ (Salvini u. Cedillo 2011), die *crowd* der sich gegenseitig im Wege stehenden Verbraucher, die *friends* die etwas *liken* oder *nicht liken* können.

Ein großer Teil des Medienaktivismus ist heute im Wesentlichen der Versuch, diese Entgeschichtlichung in Frage zu stellen. Dies geschieht entlang zweier Hauptvektoren: einerseits durch eine Aneignung und Umdeutung der Medientechnologien selbst, wobei die Trennung zwischen Inhalt und Medium angegriffen wird. Dazu ist Walter Benjamins 1934 verfasster Aufsatz über den Autor als Produzenten ein richtungsweisendes Werk. In ihm fordert Benjamin die Schriftsteller (mit Verweis auf Brecht) auf, den „Produktionsapparat nicht zu beliefern ... ohne ihn zu verändern“ (Benjamin 2002: 238, Cox u. Krysa 2005). Aber auch Heideggers Satz von der „Technik, die nicht das gleiche wie das Wesen der Technik ist“ (Heidegger 1991: 5) antizipiert die Auflösung der Trennung von Inhalt und Medium, die für den Medienaktivismus zumindest im Bereich der Neuen Medien charakteristisch ist und sich zum Beispiel als Hacktivism oder in kritisch-subversiven Formen der Netzkunst manifestierte (Weibel u. Druckrey 2000). Andererseits erfolgt die Infragestellung der Entgeschichtlichung durch die Störung von Subjektivationsprozessen anhand dieser umgedeuteten Medien. Judith Butler beschreibt die Subjektivation als „den Prozeß des Unterworfenwerdens durch Macht und zugleich den Prozeß der Subjektwerdung“ (Butler 2002: 8), also präzise jenes Zusammenfallen von der Herstellung von Subjektivität (und damit formaler Handlungsfähigkeit) mit der Negation realer, politischer Handlungsfähigkeit. Wobei die Macht, von der hier die Rede ist, nicht mehr einem geschlossenen Subjekt äußerlich ist, sondern „unablässig durch eine Figur der Wendung [...] eine Rückwendung auf sich selbst oder gar *gegen sich selbst*“ gekennzeichnet ist (Butler 2002: 9).

Where do you want to go today? ist eine solche gegenwärtige Figur, welche die Menschen auf der Suche nach der Macht, gegen die Widerstand zu leisten wäre, immer zurückführt auf sie selbst und auf das eigene Begehren: wo wir uns heute befinden, ist ja nur das, wo wir gestern hin wollten.

Der Versuch, aktivistische Medien historisch zu betrachten, rührt daher nicht nur an die Frage der Geschichtlichkeit von Medien überhaupt, sondern in ebensolchem Maße an die Frage der Möglichkeit, anhand von medialen Interventionen, etwas Abweichendes, Anderes zu artikulieren, was nichts anderes heißt, als überhaupt politisch sprechen zu können: In seiner Charakterisierung der politischen Rede definiert Uwe Pörksen diese als „etwas noch nicht Vorhandenes sagen“, „im öffentlichen Raum etwas Neues anfangen“ (Pörksen 2002, 41, Sützl 2009, 77f.). Die Erkundung von Medienaktivismus aus einer historischen Perspektive weist so über ein legitimes medienwissenschaftliches Interesse hinaus und betrifft die Möglichkeit selbst, *jetzt* etwas Politisches zur Sprache zu bringen, eine nicht vorgesehene politische Öffentlichkeit zu schaffen, ein Anderes der Macht zu artikulieren. Ein entscheidender Schritt in diese Richtung war die Bewegung der taktischen Medien (Garcia u. Lovink 1997). Im Anschluss an Michel de Certeaus Handlungstheorie (de Certeau 1988) wurden taktisches und strategisches mediales Handeln voneinander unterschieden und taktische Medien als Guerilla-Medien beschrieben, die „erscheinen, zuschlagen und wieder verschwinden“ (Lovink 2005). Die Öffentlichkeitswirksamkeit der taktischen Medien in den 90er-Jahren führte zum einen dazu, dass Medienaktivismus überhaupt als Begriff auftauchte und ein Diskurs über medialen Ungehorsam im Netz möglich wurde. Er brachte aber auch einen verengten Blick mit sich, der taktische Medien mit Medienaktivismus gleichsetzt und kein Vorher und Nachher kennt. Dieser Blick kann in der Tat im Web 2.0 nur eine hegelsche Aufhebung des Medienaktivismus sehen, weil „mit Blogs, Twitter und Facebook jeder sein eigener Medienaktivist ist“ (Dusini 2011: 58) und eine Taktik dafür nicht mehr nötig ist. Aus dieser Sicht gibt es keine ungehorsame, widerständige

Medienkultur mehr, die sich von einer „normalen“, an die Verhältnisse angepassten Nutzung unterscheiden könnte.

2. Karnevalskulturen als Widerstandsmedien

Im Folgenden will ich daher den Versuch unternehmen, aus dem *presentism*, von dem viele Diskussionen um die Neuen Medien betroffen sind (vgl. Mitchell u. Hansen 2010, xix f.) herauszutreten, und anhand einer exemplarischen Auseinandersetzung mit frühneuzeitlichen und mittelalterlichen Kulturen des Ungehorsams, wie sie sich in Form des Karnevalskulturen artikulierten, formale und intentionale Ähnlichkeiten mit Aktionen der Gegenwart aufzuzeigen. Die Darstellungen der populären Kulturen dieser Zeit sind zahlreich (z. B. Boehncke u. Johannsmeier 1984, Johannsmeier 1987, Camporesi 1993, Briggs u. Burke 2009, Borst 1988), von Faulstich liegt außerdem eine umfassende Mediengeschichte des Mittelalters sowie der Frühen Neuzeit vor (Faulstich 1996 bzw. 1998). Spezifisch unter dem Aspekt des Widerstands hat jedoch vor allem Michail Bachtin diese Thematik in seinem Buch über Rabelais behandelt (Bachtin 1987).

Dieses bildet auch den Ausgangspunkt von Claudia Giannettis Untersuchung der Kommunikationsästhetik der Karnevalskultur (Giannetti 2000). Giannetti plädiert darin für eine medientheoretische Interpretation Bachtins, die über seinen Beitrag zur Hypertext-Theorie hinausgeht und die ästhetischen Aspekte der Netzkunst in den Vordergrund stellt (Giannetti 2000: 162). Die Kommunikation im Karneval wird von Giannetti als offen und vielschichtig beschrieben und als Bruch mit der vorherrschenden sozialen Pyramidenstruktur. Giannetti zufolge

beruht der Karneval auf keinerlei Machtstruktur und ist auch nicht das Produkt eines bürokratischen, institutionellen oder offiziellen Systems. Alle haben am Anfang dieselben Rechte, dieselbe Position, denselben Status. Im Karneval wird außerdem mit allen Sinnen kommuniziert („plurimedia“), mit Stimme und Gehör, Bildern und Kontext, Tanz, Rhythmus und Sprache, die in einer nicht-linearen Weise zusammenspielen. Darsteller und Zuschauer unterscheiden sich ebenso wenig voneinander wie Bühne und Zuschauerraum, und jeder ist gleichzeitig Objekt und Subjekt des Lachens. Die Maske wiederum ist mit der Vorstellung einer unstablen Wirklichkeit verknüpft, in der Sein und Schein nicht deutlich trennbar sind, da die Maske sowohl verbirgt (die ursprüngliche Identität) als auch entblößt (die gewählte Identität). All diese Aspekte einer von Bachtin beschriebenen Karnevalskultur sieht Giannetti in den frühen Internet-basierten Medien wie Chatforen und Multi-User-Dungeons (MUDs) und insbesondere in künstlerischen Arbeiten der 1990er-Jahre wie etwa jenen Stelarc's, Helio Oiticicas und Otto Rösslers.

Giannettis Arbeit öffnet einen Zugang zu Bachtin, der dessen Arbeit für ein Verständnis der historischen Formen des medialen Ungehorsams fruchtbar macht. Sie unternimmt einen Versuch, einen historischen Blick auf die kritische Netzkunst zu werfen. Allerdings kommt der politische Aspekt der Volkskultur als „Gegenkultur“ (wie es im Untertitel der deutschen Übersetzung von Bachtins Buch heißt) wenig zur Geltung.

Am Beispiel der Maske lässt sich dies gut zeigen. Dass sich die Ambivalenz zwischen zeigen und verbergen nicht einfach zugunsten des einen oder des anderen auflösen lässt, dass es also hinter der Maske eine „wahre“ Identität gibt, die durch die Demaskierung zum Erscheinen käme, dieser Verdacht lässt sich seit Nietzsches „Abschaffung der wahren Welt“ in der *Götzendämmerung*, (die nicht etwa eine falsche zurücklässt, sondern diese mit abschafft), nicht mehr aus der Welt schaffen. In der digitalen Kommunikation wird es besonders deutlich, dass sich hinter der Maske jeweils eine weitere Maske verbirgt, dass von Subjektivitäten nur mehr in verteilter, abgeschwächter Form die Rede sein kann, und daher

charakterisiert Deleuze die Wiederholung als „that which disguises itself as constituting itself. It is not underneath the masks, but is formed from one mask to another [...] The masks do not hide anything except other masks" (Deleuze 2004: 19). Die Frage der Maske geht also weit über ihren Status als Metapher hinaus, die Masken und ihr ambivalentes Spiel sind nicht bloß eine Art Zeitvertreib oder Teil eines begrenzten, nach innen gerichteten künstlerischen Diskurses; vielmehr rührt die Möglichkeit der Maskierung unmittelbar an die Frage der politischen Subjektivität, sie ist eine Abkehr vom starken Subjektbegriff der Moderne. Umgekehrt ist die Schaffung eines starken Subjekts durch das Verbot oder die Einschränkung der Maske zu einem Ausdruck politischer Autorität geworden.

Die Maske ist also dort am politischsten, wo sie zur Artikulierung von Widerstand eingesetzt wird – der politische Inhalt der Maskierung in den von Bachtin beschriebenen Populärkulturen findet sich heute daher nicht im leeren Ritual der auf Einschaltquoten abgestimmten Karnevalsfeiern, sondern in der „Vermummung im Demonstrationzug“, der prompt als „ordnungswidrig und als Straftat geahndet wurde“ (Lachmann 1987: 12). Während also die Masken der institutionalisierten Faschingsgilden ihre subversive Funktion eingebüßt haben, stößt die politische Verwendung von Masken an autoritär gesetzte Grenzen und das Erfordernis der „Demaskierung“. In der „Demaskierung“ artikuliert sich ein Prozess der Subjektbildung, der die „wahre Identität“ mit der objektiven Messbarkeit gleichsetzt. Die Wahl der Maske verliert damit ihren politischen Gehalt, und genau darin liegt die autoritäre Geste der Demaskierung. Der letzte Stand dieser Bemühungen zeigt sich in der biometrischen Gesichtserkennung und den entsprechenden Vorgaben für Passfotos, nach denen auch ein Lächeln bereits eine Maske ist, insofern es die Messbarkeit beeinträchtigt (Sützl 2010: 127 f.). Die Frage der Maskierung ist nichts anderes als die Möglichkeit, das Eigene selbst zu bestimmen, sie bezieht sich auf die Möglichkeit, aus sich selbst im Sinne einer vorgegebenen Identität hervorzutreten, und sich damit dem Zugriff der Macht zu entziehen.

Das Karnevalsprinzip entfaltet in seinem Spiel der Vielfalt genau solche temporären autonomen Bereiche. Es steht für die ambivalente Infragestellung der Ordnung, für ein Lachen, das der Welt als ganzer gilt, für ein Fest der Ablösung und Erneuerung, des Todes und der Wiedergeburt, hinter der laut Bachtin eine „Welt der Ideale“ und die „höheren Ziele der menschlichen Existenz“ sichtbar werden (Bachtin 1987: 57). Es beschränkt sich nicht bloß auf die Parodie der Macht, sondern rekonstruiert in dieser Parodie eine andere Lebensform. Im Kern des Lachens befindet sich etwas „Ernstes“ – eine Utopie der „reinen Menschlichkeit“, ein „eigentliches Leben“, ein „Leben ohne Entfremdung“ (Bachtin 1987: 59). In der Parodie der Macht artikuliert sich immer auch eine Rekonstruktion der Macht unter utopischen Vorzeichen, kein Widerstand im dialektischen Sinne; das Lachen erzeugt ein *Anderes* der Macht. Damit gehört auch die Grenzüberschreitung zur Karnevalskultur und wird durch den Narren und den Possenreißer über die zeitlichen Grenzen des Karnevals hinausgetragen: sie sind „ständige, ins normale (d.h. nicht karnevaleske) Leben integrierte Träger des Karnevalsprinzips“ (ibid., 56). Im Folgenden möchte ich anhand einiger aktueller Arbeiten das Karnevalsprinzip als Form in zeitgenössischen medienaktivistischer Aktionen erläutern.

3. Ein Rabelaisches Festmahl: Google Will Eat Itself

Das vielleicht bedeutendste Motiv dieser karnevalesken Gegenkultur ist das Festmahl. Bachtin widmet ihm ein eigenes Kapitel seines Buchs, denn das Festmahl ist auch bei Rabelais so zentral dass es fast keine Seite gibt,

auf der kein Festmahlmotiv vorkommt. Dieses „Essen, Trinken und Verschlingen“ in der Karnevalskultur unterscheidet sich radikal von der Abgeschlossenheit des alltäglichen, häuslichen, individuellen Essens; das volkstümlich-festliche Mahl zeichnet sich durch ein Feiern des Überflusses und des Übermaßes sowie durch die Teilhabe des ganzen Volkes aus (Bachtin 1987: 320), es ist eine Art „Gastmahl für die ganze Welt“ (ibid.). Das Festmahl ist eine der Formen, in der sich die Umkehrung der bestehenden Ordnung und die Geburt einer anderen Welt artikuliert: erstens kommt in ihm eine Bevorzugung der unteren Teile des Leibes (Bauch, Verdauungsorgane) gegenüber dem Kopf und dem Geist zum Ausdruck, aber auch die bei Rabelais zentrale groteske Körperkonzeption. Der groteske Körper ist ein geöffneter, unvollendeter Körper, der über seine Grenzen hinausgeht, die Welt „schluckt, verschlingt, zerteilt“ (ibid., 323). Damit werden nicht nur die Grenzen zwischen Innen und Außen, sondern auch jene zwischen den Individuen aufgehoben, das Ereignis des Festmahls ist, anders als das häusliche Essen, ein kollektives, offenes Ereignis. Verschlungen wird nicht Nahrung, sondern die Welt selbst, auf die der geöffnete Körper trifft: „Das im geöffneten, zubeißenden, kauenden Mund vollzogene *Treffen von Welt und Mensch* ist eines der ältesten und wichtigsten Sujets des menschlichen Denkens [...] Hier erfährt der Mensch die Welt, spürt ihren Geschmack, führt sie in seinen Körper ein und macht sie zum Teil seiner selbst [...] In diesem Aufeinandertreffen war *der Mensch Sieger über die Welt, er verschlang sie, nicht umgekehrt*“ (ibid., Hervorhebungen Bachtin).

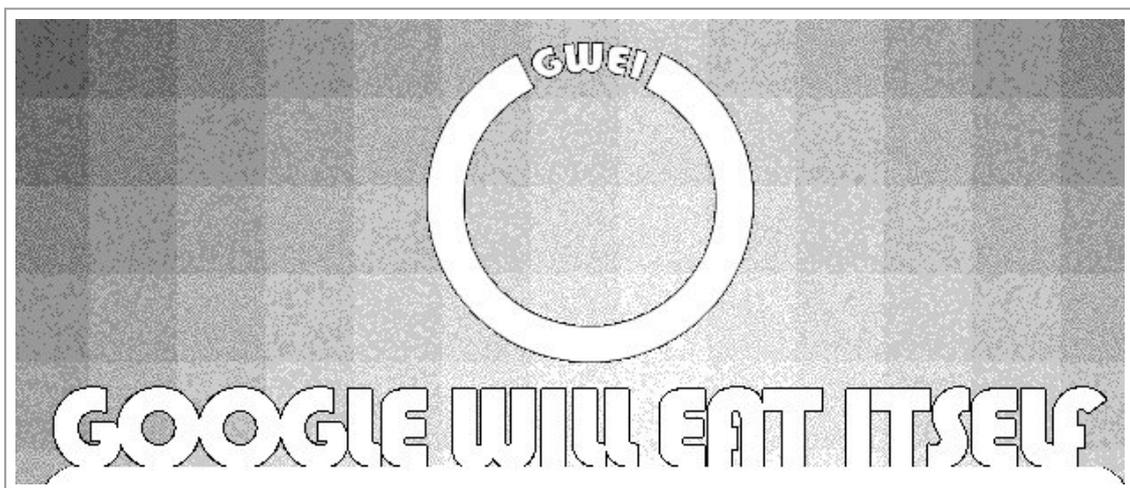


Abb. 2: Google Will Eat Itself (Uebermorgen.com)

Die vielleicht bedeutendste Hierarchie der „Informationsgesellschaft“ ist die Reihung der Suchergebnisse von Google. Googles vorherrschende Stellung auf dem Suchmaschinenmarkt und die damit verbundene Macht über Informationsflüsse und die Wahrnehmung der Welt überhaupt, aber auch die mit der Generierung eines „zweiten Index“ (aus systematisch durch Personalisierungstechnologien von Nutzer und Nutzerinnen generierten Profilen) ist daher Gegenstand einer kontinuierlichen Kritik (z.B. Becker u. Stalder 2009, Stalder u. Mayer 2009), aber auch aktivistischer Interventionen. Ein vortreffliches Beispiel für eine karnevaleske Subversion der Google-Hierarchien stellt die Aktion *Google Will Eat Itself* von Hans Bernhard und Lizvlx dar. Dabei wird der Datenhunger Googles mit einem maßlosen Festmahl im Internet parodiert, bei dem sich die Suchmaschine am Ende selbst verschlingt. Über den Google-Dienst *AdSense* wird Geld in Form von Mikrozahlungen generiert, welches dann automatisch in den Erwerb von Google-Aktien fließt, sodass GWEI einen immer größeren Anteil an Google besitzt und schließlich Alleineigentümer des Unternehmens wird. Dann, so der Plan, werden die Aktien der Firma GTTB Ltd. (Google To the People Public Company) übergeben, welche sie an die Nutzer und Nutzerinnen verteilt. Google wird sich selbst verschlungen haben.

Alle Charakteristika des karnevalesken Festmahls finden sich hier in digitaler Form: die Maßlosigkeit, das fröhliche Überrennen sozialer Innen- und Außengrenzen, das Ausbrechen aus dem Zeithorizont der herrschenden Ordnung. Letztere besteht im Falle Googles in der fortgesetzten technischen Abschaffung von Dauer: 0,07 Sekunden benötigt die Suchmaschine, um „ungefähr 5.140.000 Ergebnisse für den Suchbegriff „Echtzeit“ zu generieren. Dieser Arbeit an der Abschaffung von Dauer begegnet GWEI mit einer vollendeten *Slow-Food*-Umkehrfigur: genau 202.345.117 Jahre wird es dauern, bis Google mit sich selbst fertig sein wird (<http://gwei.org>). Aus der verbissenen Ernsthaftigkeit, mit der die Suchmaschine darauf besteht, die Suchdauer und die Unzahl der Ergebnisse auch weit jenseits der Nützlichkeitsgrenze und noch vor den

Ergebnissen selbst den Nutzern und Nutzerinnen mitzuteilen, wird in GWEI ein Witz, an dem potenziell die ganze Welt mitlacht. Es entsteht im Wortsinn ein „Daten-Gastmahl für die Welt“, bei dem die Google-Ordnung als zentrale Hierarchie der Informationsgesellschaft zerfleischt und verlacht wird.

Wer in Googles Bedeutung als unhintergehbare Wahrheitsinstanz etwas Religiöses erkennt, ist damit nicht allein. Die satirisch bis ernst gemeinten Verweise im Internet auf einen „göttlichen“ Status von Google schreiben dem Unternehmen göttliche Attribute wie „Allwissenheit“ und „Allgegenwart“ und auch „Allgüte“ (Firmenslogan *do no evil*) zu, (http://www.thechurchofgoogle.org/Scripture/Proof_Google_Is_God.html), und das unergründliche Innere Googles, der *PageRank*-Algorithmus, wird als „kabbalistische Formel“ bezeichnet (Pasquinelli 2009: 171). Aber auch ein Teil der Kritik der Macht Googles in der Informationsökonomie identifiziert das Unternehmen als transzendente Instanz, vor der alle gleich klein sind: Regierungen googeln mit denselben Voraussetzungen zum Beispiel nach einer Rechtfertigung für Krieg (man erinnere sich an die vom Internet heruntergeladene Seminararbeit, die Tony Blair als Beweis für die Gefährlichkeit des Irak vorlegte, <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,234042,00.html>), mit denen Schulkinder für ihre Hausaufgaben recherchieren. Im Verlachen von Google im Projekt von *uebermorgen.com* tritt daher ein weiterer Aspekt des Rabelaischen Festmahls in Erscheinung: die *Degradierung des Sakralen*. Das Festmahl ist bei Rabelais immer auch eine Parodie des liturgischen Abendmahls, eine Befreiung des Wortes aus ihrer Kontrolle durch die Geistlichkeit: Es entstehen „parodistische Travestien auf sakrale Texte, die vom Essen und Trinken handeln“ und „auf den Kopf gestellte und degradierte sakrale Texte, Liturgieteile, Gebetsfragmente etc. begleiteten buchstäblich jeden Schluck und jeden Bissen“ (ibid., 338).

4. Verlachter Tod und Neugeburt: Virtual Suicide

Neben den Suchmaschinen, insbesondere Google und seinem „zweiten Index“, funktionieren besonders die social media Plattformen im Netz als machtvolle Technologien der Subjektivation. Es ist wichtig, hier zu sehen, dass es nicht einfach um das Sammeln von Daten für wirtschaftliche Zwecke geht, auch nicht bloß um das Einrichten einer Fabrik der immateriellen Arbeit, einer post-fordistische *fabbrica diffusa* der Wissensproduktion (Lazzarato 1998: 45), sondern das dieser Einrichtungsprozess identisch ist mit dem Herstellen von Subjekten, der Subjektivation. Denn „für das kapitalistische Kommando über die Subjektivität ist es notwendig, sich ohne jede Vermittlung zu etablieren, statt Aufgaben und Abläufen werden die Subjektivitäten selbst bestimmt und vorgezeichnet“ (ibid., 42).

Damit können die Plattformen den Nutzerinnen und Nutzern weitgehende Handlungsfreiheit einräumen, denn die so geschaffenen Subjekte können gar nicht anders als die Möglichkeiten der Plattform mit dem eigenen Begehren zu identifizieren, und dieses Begehren kann auch ein „Widerstands“- oder „Subversions“-Begehren sein, es kann sich jeder/jede als Kommunikationsguerillero fühlen. Und dies über die eigene Lebenszeit hinaus, denn ein Löschen des Accounts durch den Nutzer/die Nutzerin ist auf Plattformen wie Facebook, Myspace und LinkedIn nicht vorgesehen, und zwar auch nicht nach dem Ableben des Nutzers/der Nutzerin (Jefferies 2009). Auch das Google-Cookie gewährt den Subjekten des „zweiten Index“ ein ewiges Leben, indem es sich jeweils um zwei Jahre verlängert, wenn innerhalb von zwei Jahren irgend ein Google-Dienst

genutzt wird – was bei einem Großteil der Nutzer/Nutzerinnen der Fall ist (Stalder u. Mayer 2009: 100).

Vor diesem Hintergrund hat die Weigerung, einen Account zu besitzen, aber auch die Weigerung, einen bestehenden Account weiter zu besitzen, also der Versuch, die eigenen Daten zu löschen, eine große politische Sprengkraft, die sich Medienaktivisten und -aktivistinnen zunutze machen. Das „virtuelle Suizid“ wird zur „entscheidenden politischen Handlung“ (Cox 2011) d.h. zu einer Handlung der Differenz. Die französische Gruppe *Les liens invisibles* hat mit Seppukoo eine an einer ritualisierten Selbstmordform des alten Japan orientierte Aktion gestartet, die es ermöglicht, in die Facebook-Rechner einzudringen und die eigenen Daten endgültig zu löschen (anstatt sie nur zu deaktivieren, vgl. <http://www.seppukoo.com/>). Die Web 2.0 Suicide Machine von moddr_ (<http://suicidemachine.org/>) funktioniert ähnlich: man gibt die eigenen Zugangsdaten (zu Facebook, Twitter, Myspace, etc.) ein, und die Maschine erledigt den Rest. Wie sehr diese Plattformen an den Nerv der Subjektivierungsformen im kognitiven Kapitalismus rühren erweist sich in der raschen Reaktion der Betreiber in Form von gerichtlichen Abmahnungen in beiden Fällen.



Abb. 3: Die Web 2.0 Suicide Machine von moddr_ (NL)

Mit der Möglichkeit zum virtuellen Suizid ist jedoch auch die Aussicht auf eine Neugeburt verbunden. *Wanna meet your real neighbors again?* lautet dementsprechend auch eines der Mission-Statements der *Suicide Machine*. Und auch auf Seppukoo ist von einer „Auferstehung“ die Rede, die stattfinden wird, wenn das „Über-Ich“ des Facebook-Lebens erst einmal ausgelöscht ist.

Auch in den von Bachtin bzw. Rabelais beschriebenen Karnevalsformen spielen Motive des Sterbens und der Wiedergeburt eine wichtige Rolle. Der Tod, so Bachtin, ist bei „Rabelais nichts Tragisches, er ist ein unumgängliches Moment im Wachstums- und Erneuerungsprozess des Volkes, er ist die Kehrseite der Geburt“ (Bachtin 1987: 453). Tod und Lachen schließen sich nicht aus: über den Tod wurde gelacht, und zwar so sehr, dass „Lachen und Freude“ von Rabelais selbst als wichtige Todesursachen aufgelistet wurden (ibid., 455). Wie im virtuellen Suizid ist der verlachte Tod auch im Karneval ein Ritual der Wiedergeburt: ein Übergang in eine Welt der „rein menschlichen Beziehungen“ in der die Entfremdung aufgehoben ist und das Ideal-Utopische mit dem Realen zusammenfällt (ibid., 59). Diese rein menschlichen Beziehungen sind Beziehungen der *Endlichkeit und des Anfangens*, denn sie richten sich gegen die von Kirche und Staat erhobenen Ansprüche auf Ewigkeit. „Alles Vollendete, scheinbar Ewige [...] wird in die irdische und leibliche Hölle verbannt zu Tod und neuer Geburt“ (ibid., 415), eine Feier des realen Lebens und ein Verlachen der permanenten, nie zu stillenden „Vorfreude“ auf ein besseres Jenseits.

Andererseits finden sich in den großen Plattformen deutliche Parallelen zu den offiziellen Feiertagen des Mittelalters, deren Kontrast zum Karneval und zur Volkskultur Bachtin unterstreicht. An den offiziellen Feiertagen „traten die hierarchischen Unterschiede besonders deutlich hervor [...], jeder nahm den ihm nach seiner Stellung zukommenden Platz ein [...] Der Feiertag war der Triumph der bestehenden, siegreichen, herrschenden Wahrheit, die sich als ewige, unveränderliche und unanfechtbare ausgab“ (ibid., 58). Wenn man sich vor Augen hält, dass die

Hierarchien der Plattformen nicht die disziplinierenden Hierarchien aus Rabelais' Zeit sind, sondern Ranglisten der Beliebtheit, der Sichtbarkeit, des Begehrens, dann lässt sich unschwer erkennen, dass mit jedem „gefällt mir“ oder „gefällt mir nicht“, mit jeder Google-Mail oder Suchanfrage letztlich etwas geschieht, was geschehen soll, dass jedes Ranking von Suchergebnissen etwas „Offizielles“ ist, ein zentraler Teil der sanktionierten Ordnung. Anders als die gottgegebenen Hierarchien des Mittelalters haben wir es hier mit Hierarchien zu tun, die jeder Nutzer/ jede Nutzerin schon will, indem er/sie dabei ist, und daher auch nicht wirksam in Frage stellen kann.

5. Schluss

Es zeigt sich, dass der Versuch, aus dem *presentism* des Diskurses über die Neuen Medien auszubrechen und die Medien des Ungehorsams geschichtlich verstehen zu wollen nicht bloß eine Frage der Kommunikationsstruktur oder der Ästhetik ist. Es ist auch kein spezifischer Bereich einer allgemeinen Mediengeschichte: er ist eine Grundvoraussetzung dafür, von solchen Medien überhaupt sinnvoll als Medien mit einer *politischen Dimension* sprechen zu können, als Medien also, die eine Differenz zum jeweiligen Machtgefüge ermöglichen. Dass sie sich dabei des Formenreichtums des Karnevals - und zwar des Karnevals als Widerstandskultur - bedienen, macht sie nicht zu einer harmlosen Spielerei und rechtfertigt auch nicht die Einengung des Begriffs Medienaktivismus auf die taktischen Medien. Vielmehr äußert sich in medienaktivistischen Interventionen wie auch schon zu Rabelais' Zeiten, ein anderer, sich den herrschenden Verhältnissen und der Zensur entziehender Entwurf der Welt. Das Lachen, das dabei eine Schlüsselrolle

spielt, ist ein ambivalentes Lachen: es schließt die Lachenden selbst mit ein und das bedeutet aus der Sicht der Moderne, dass der Prozess der Subjektbildung unterlaufen wird. In einer Zeit, in der sich die Sicherheit als grimmiger Leitbegriff der Politik etabliert hat, ist dieses Lachen eine so subversive Angelegenheit, dass man dafür festgenommen werden kann (Warnung am Flughafen von Houston: *Jokes about the security measures will lead to your arrest*, vgl. Echavarría u. Koppensteiner 2008), was wohl daran liegen dürfte, dass es an die Stelle des Ernstes der Sicherheit allen Ernstes etwas Anderes platzieren will, und damit prompt als Sicherheitsrisiko bekämpft wird.

Projekte wie Google Will Eat itself oder das virtuelle Suizid stehen für einen neuen Typus des Aktivismus, der die Subjektivationsformen der globalisierten Gegenwart, der Politik der Sicherheit, der Prekarität, des Begehrens, des kognitiven Kapitalismus angreift. Frühe Formen einer solchen Kultur des Ungehorsams finden sich schon in der von Bachtin untersuchten Populärkultur des Mittelalters und der frühen Neuzeit: Die Maske, das Festmahl, die Degradierung des Heiligen, der groteske Körper, das Verlachen des Todes und die Rituale der Neugeburt sind zentrale Motive von widerständigen Populärkulturen dieser Periode, und sie finden sich auch in dem hier untersuchten aktivistischen Spektrum. Anders als ihre historischen Vorformen jedoch, die sich gegen kirchliche und staatliche Obrigkeiten richteten, zielen die hier behandelten Projekte auf eine Störung der Subjektivation wie sie auf den großen Online-Plattformen wie Google oder Facebook stattfindet. Diese Plattformen können in Anlehnung an Foucault als Technologien der Subjektbildung verstanden werden, auf denen die Macht nicht Äußerliches oder „Obriges“ ist, sondern sich im Begehren selbst artikuliert und sich in der von Judith Butler beschriebenen Umkehrfigur auf die Menschen selbst zurückwendet.

Eine Historisierung des Medienaktivismus, der Medien des Widerstands, ist letztlich gleichbedeutend mit Mediengeschichte als Widerstandsgeschichte, sie ist nicht nur Inhalt, sondern ebenso ein *Modus* der Mediengeschichte, der es möglich macht, Medienaktivismus in seiner

politischen Dimension zu begreifen. Bachtins Arbeit über Rabelais über Volkskultur als Gegenkultur nimmt genau diese Perspektive ein und mag ein Anreiz dafür sein, an einer Mediengeschichte als Widerstandsgeschichte zu arbeiten und die theoretische Arbeit zum Medienaktivismus im Kontext einer solchen Geschichte zu situieren.

Literatur

Agamben, Giorgio: Heimliche Komplizen. Über Sicherheit und Terror. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20. Sept. 2001

Bachtin, Michail (1987): Rabelais und seine Welt. Volkskultur als Gegenkultur. Frankfurt: Suhrkamp

Becker, Konrad u. Felix Stalder (Hg.) (2009): Deep Search. Politik des Suchens jenseits von Google. Innsbruck: Studienverlag.

Benjamin, Walter (2002): Der Autor als Produzent. In (ders.): Medienästhetische Schriften. Frankfurt: Suhrkamp, 231-247.

Benjamin, Walter (1971): Geschichtsphilosophische Thesen. In (ders.): Zur Kritik der Gewalt und andere Aufsätze. Frankfurt: Suhrkamp, 78-94.

Berardi, Franco (Bifo) (2005): Arbeit Wissen Prekarität. In transversal 07/04 [<http://eipcp.net/transversal/0704/bifo/de> (14.2.11)]

- Berardi, Franco (Bifo) (2008): Market ideology, semicapitalism and the digital cognitariat. In: Curcic, Branka u. Zoran Pantelic (Hg.): Public Netbase: Non Stop Future. Frankfurt: Revolver, 28-31.
- Boehncke, Heiner u. Rolf Johannsmeier (1987): Das Buch der Vaganten. Spieler, Huren, Leutbetrüger. Köln: Prometheus
- Borst, Arno (1988): Barbaren, Ketzer und Artisten. Welten des Mittelalters. München: Piper
- Briggs, Asa u. Peter Burke (2009): A Social History of the Media: from Gutenberg to the Internet. Cambridge: Polity Press.
- Butler, Judith (2002): Psyche der Macht. Das Subjekt der Unterwerfung. Frankfurt: Suhrkamp.
- Cox, Geoff (2010): Democracy 2.0. In *Concept Store #3: Art, Activism and Recuperation*, Spring 2010, 60-64.
- Cox, Geoff (2010a): Virtual Suicide as Decisive Political Act. In: Hug, Theo u. Wolfgang Sützl (Hg.): Medienaktivismus und Biopolitik. Innsbruck: IUP (in Vorbereitung).
- Cox, Geoff u. Joasia Krysa (2005): Introduction to ‚The Author as (Digital) Producer‘. In Cox, Geoff u. Joasia Krysa (Hg.): Engineering Culture: On The Author as Digital Producer. New York: Autonomedia.
- Critical Art Ensemble (2008): Flesh Machine. Cyborgs, Designer Babies, Eugenic Consciousness. New York: Autonomedia. [<http://www.critical-art.net/books/flesh/> (14.2.11)]
- Deleuze, Gilles u. Félix Guattari (1977): Rhizom. Berlin: Merve Verlag
- Dusini, Matthias (2010): Interferenzen und Störgeräusche. In *Springerin*, XVI, 3, 58-59.
- Da Costa, Beatriz u. Kavita Philip (Hg.) (2008): Tactical Biopolitics: Art, Activism and Technoscience. Cambridge: MIT Press.
- Donk, Wim (2004): Cyberprotest: New Media, Citizens, and Social Movements. London: Routledge.

Downing, John (2001): *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks: Sage.

Echavarría, Josefina u. Norbert Koppensteiner (2008): Scherze über die Sicherheitsmaßnahmen führen zu ihrer Festnahme! In: Sütl, Wolfgang u. Doris Wallnöfer (Hg.): *Gewalt und Präzision. Krieg und Sicherheit in Zeiten des War on Terror*. Wien: Turia + Kant, 45-57.

Faulstich, Werner (1996): *Medien und Öffentlichkeit im Mittelalter*. Göttingen: Vandenhoeck u. Ruprecht.

Faulstich, Werner (1998): *Medien zwischen Herrschaft und Revolte*. Göttingen: Vandenhoeck u. Ruprecht.

Garcia, David u. Geert Lovink (1997): *The ABC of Tactical Media*.

[<http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9705/msg00096.html>
(14.2.11)]

Giannetti, Claudia (2000): *Ars Telematica*. In: Weibel, Peter u. Timothy Duckrey (Hg.): *net condition. art and global media*. Cambridge: MIT Press, 162-167.

Gronemeyer, Marianne (2000): *Immer wieder neu oder ewig das Gleiche. Innovationsfieber und Wiederholungswahn*. Darmstadt: Primus.

Grossberg, Lawrence (2010): *Linke und rechte Gegenkulturen. Gedanken zu gegenwärtigen politischen Formationen und ihren Kontexten*. In *Springerin* XVI, 3, 18-24.

Heidegger, Martin (1991): *Die Technik und die Kehre*. 8. Aufl. Pfullingen: Neske.

Jefferies, Duncan (2009): *User tot – Account lebt*. *Der Freitag*, 5.10.2009

[<http://www.freitag.de/alltag/0940-tod-facebook-user-accounts-testament-digitaler-nachlass> (11.2.2011)]

Johannsmeier, Rolf (1984): *Spielmann, Schalk und Scharlatan. Die Welt als Karneval: Volkskultur im späten Mittelalter*. Reinbek: Rowohlt.

Lachmann, Renate (1987): *Vorwort*. In: Bachtin, Rabelais, 7-46.

Lazzarato, Maurizio (1998): Immaterielle Arbeit. Gesellschaftliche Tätigkeit unter den Bedingungen des Postfordismus. In: Negri, Toni, Maurizio Lazzarato, Paolo Virno: Umherschweifende Produzenten. Immaterielle Arbeit und Subversion. Berlin: ID Verlag, 39-65.

Lovink, Geert u. Florian Schneider (2008): A Virtual World is Possible: From Tactical Media to Digital Multitudes. In: Curcic, Branka u. Zoran Pantelic (Hg.): Public Netbase: Non Stop Future. Frankfurt: Revolver, 20-27.

Lovink, Geert (2005): Tactical Media, the Second Decade.

[<http://geertlovink.org/texts/tactical-media-the-second-decade/> (14.2.11)]

Meikle, Graham (2002): Future Active: Media Activism and the Internet. Annandale: Pluto Press.

Rieder, Bernhard (2009): Demokratisierung der Suche? Von der Kritik zum gesellschaftlich orientierten Design. In: Becker u. Stalder (2009), 150-170.

Salvini, Francesco u. Raúl Sánchez Cedillo (2011): Das *mestiere* der Krise – Vereinnahmung und Autonomie. Notizen aus der Universidad Nómada. In transversal 02/2011, [<http://eipcp.net/transversal/0211>] (14.2.11)]

Stalder, Felix (2008): 30 Years of Tactical Media. In: Curcic, Branka u. Zoran Pantelic (Hg.): Public Netbase: Non Stop Future. Frankfurt: Revolver, 190-195.

Stalder, Felix u. Christine Mayer (2009): Der Zweite Index. Suchmaschinen, Personalisierung und Überwachung. In: Becker, Konrad u. Felix Stalder (Hg.): Deep Search. Politik des Suchens jenseits von Google. Innsbruck: Studienverlag, 112-131.

Surowiecki, James (2004): The Wisdom of Crowds. New York ...: Doubleday

Sützl, Wolfgang (2004): Information und Nachhaltigkeit. Zwischen digitaler Amnesie und der Last des Ursprungs. In: Göttel, Hans u. Ilse Hierschmann (Hg.): Der Geschmack von Nachhaltigkeit in der entwicklungspolitischen Polemik. Eisenstadt: Europahaus Burgenland, 48-65.

Sütl, Wolfgang (2009): Languages of Surprise: Moving Beyond Silence and Noise. In: Creating Insecurity. Data Browser 04. New York: Autonomedia, 67-81.

Sütl, Wolfgang (2011): Masken und Spiegel. Visuelle Strategien im Medienaktivismus. In: Hug, Theo u. Andreas Kriwak (Hg.): Visuelle Kompetenz. Innsbruck: IUP, 121-135.

Weibel, Peter u. Timothy Duckrey (Hg.) (2000): net condition. art and global media. Cambridge: MIT Press