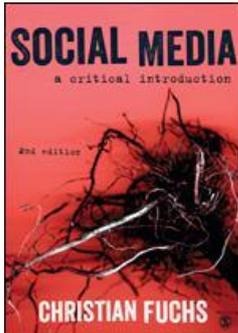


## Rezensionen



Christian Fuchs

**Social Media. a critical introduction**

2nd edition

Los Angeles; London; New Delhi et al.: SAGE, 2017. 386 Seiten

ISBN: 9781473966833 (Paperback), 9781473966826 (Hardcover)

\$44.00 (Paperback), \$134.00 (Hardcover)

### Die Politische Ökonomie von Social Media durchdringen

Christian Fuchs ist «Professor of Social Media» an der University of Westminster in London und wohl einer der auffälligsten Autoren jüngster Zeit, die international zu marx(isti)scher Theorie im Feld der Kommunikationswissenschaft publizieren. Seine Publikationsliste und -geschwindigkeit ist enorm. Alleine 2014, in dem Jahr, in dem auch die Erstauflage des vorliegenden Buches erschien, veröffentlichte er vier Monografien (davon drei als alleiniger Autor). 2017 erschien ebenfalls die deutschsprachige Übersetzung des 2016 erschienenen Bandes «Reading Marx in the Information Age» (Fuchs 2016), eine Lektüre des erstens Bandes von «Das Kapital» aus der Perspektive der «Media and Communication Studies». Fuchs war auch an der Gründung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft (KriKoWi) beteiligt, das 2017 seine erste Tagung veranstaltet.

Das Ziel des Buches «Social Media», das mit «a critical introduction» unterteilt ist, konkretisiert der Autor wie folgt: Es lade dazu ein, sich mit Theorie und Philosophie zu beschäftigen, um zeitgenössische Medien besser verstehen zu können. Sozialtheorie leite dazu an, bestimmte und v.a. kritische Fragen zu stellen. Fuchs unterstreicht dabei einen wichtigen Aspekt: «it can be fun to theorize and to discuss theories with others» (S. 8).

Jedes einzelne Kapitel schließt mit ausführlichen Hinweisen für weiterführende Lektüren und ergänzt die Literaturhinweise um Leitfragen für die Lektüre. Die Fragen rangieren von denkbar allgemeinen Definitionen und Reflexionen («What is capitalism?» S. 29) bis hin zu sehr konkreten Arbeitsaufträgen («Compare the terms of use and privacy policy of these platforms [alternative platforms; Anm. VD] to the ones of Facebook,» S. 214).

Das Kapitel «Social Media» setzt mit einem «Intro» ein (S. 1-29), in welchem erste Überlegungen zum Begriff «Social Media» und zu Auffassungen von

## Rezensionen

«the Social» präsentiert sowie das vertretene Verständnis von Kritischer Theorie erläutert werden. Es folgen theoretische Grundlagen («Foundations», S. 33-116), in denen zentrale Begriffe geklärt und theoretisch auf knapp 100 Seiten aufgeschlüsselt werden. Auf die Diskussion von «Social Media» und «Big Data» entlang der Sozialtheorien von Durkheim, Weber, Marx und Tönnies (das Soziale als «Cognition», «Communication» und «Co-operation», S. 44ff.) folgt die kritische Auseinandersetzung mit etablierten Ansätzen wie der Participatory Culture nach Henry Jenkins (Kap. 3) und Manuel Castells' Netzwerkgesellschaft (Kap. 4). Fuchs moniert in seiner Diskussion u.a. die Ökonomievergessenheit beider Konzepte und zielt folglich auf eine polit-ökonomisch informierte, kritische Sozialtheorie. Grundrisse einer solchen entfaltet er zu Beginn des nächsten Abschnitts (Kap. 5), wenn ausgehend von Ideologiekritik und Marx' Kritik der Politischen Ökonomie und dessen Schema der Kapitalakkumulation Social Media analysiert werden. Fuchs geht dabei mit Dallas Smythes Konzeption der «audience commodity» (S. 131) über Marx' Auffassung von produktiver Arbeit hinaus und bezieht dabei auch unbezahlte Formen von Online-Tätigkeiten in die kapitalistische Mehrwertproduktion ein (S. 134ff.).

Den mit Abstand längsten Abschnitt markiert der Teil zu verschiedenen «Applications» (S. 121-337). Im Anschluss an die erwähnte theoretische Hinführung werden ausgewählte Plattformen und Anwendungen entlang spezifischer, als relevant erachteter Aspekte dargestellt. Hierunter finden sich z.B. die folgenden Themenschwerpunkte: Google und z.B. die Monopolstellung der Google-Suchmaschine (Kap. 6); Facebook im Zusammenhang von Privatheit und Überwachung (Kap. 7); Twitter als neue demokratische Arena der Öffentlichkeit (in expliziter Auseinandersetzung mit Habermas) (Kap. 8) und – besonders relevant für medienpädagogische Zusammenhänge, etwa von Open Education – ein sehr positiver Abschnitt über die Wikipedia und nicht-warenförmige, kollaborative Wissensproduktion im widersprüchlichen Verhältnis zu seiner kapitalistischen Umwelt (Kap. 11).

Im Unterschied zur ersten Auflage von 2014 finden sich in der aktualisierten Fassung ein Abschnitt zu (Sina) Weibo, einem chinesischen Microblogging-Dienst, und Situiertheit im chinesischen Kapitalismus (Kap. 9) sowie ein Abschnitt über die «Political Economy of Online Sharing Platforms» und ihre ideologischen Gehalte am Beispiel von Airbnb und Uber (Kap. 10). Solche dominanten Formen der «Sharing Economy» werden alternativen, nicht-kapitalistischen Varianten des Teilens gegenübergestellt. Nicht mehr im Buch zu fin-

## Rezensionen

den ist ein Kapital über WikiLeaks, seine Machtbeziehungen, politische Positionierungen und die Rolle im Feld des Journalismus (S. 210-232 in der 1. Ausgabe von 2014). Gründe für diese Überarbeitung werden im Buch nicht genannt.

Das Buch schließt mit dem kurzen Abschnitt «Futures» (S. 341-356). Darin werden die vorgestellten Analysen zu ideologischen Verschleierungs- und kapitalistischen Ausbeutungsverhältnissen gebündelt und wünschenswerten Perspektiven gegenübergestellt. Die Hoffnung darauf speist sich aus progressiven Experimenten wie Varianten von Commons, der Krisenhaftigkeit des Kapitalismus oder auch bestehenden Kämpfen und Organisationsformen inner- wie außerhalb des Internet. Das Buch endet mit der Aussage, dass heutige Social Media gerade eines nicht sind: *Social Media*, aber auch mit einem optimistischen Ausblick: «Truly public, social and common media require as one of their preconditions not only alternative design principles, but also a society that realizes the meaning of the terms ‚public‘, ‚social‘ and ‚common‘ – the public sphere and participatory democracy. Another Internet is possible. Social media are possible.» (S. 356)

Es ist zu begrüßen, dass mit «Social Media» ein Werk vorliegt, das entsprechend den schnelllebigen Entwicklungen der medientechnologischen Sphäre nach Veröffentlichung der ersten Auflage schon nach drei Jahren aktualisiert wurde. Der darin vorrangig gewählte Ansatz einer Kritik der Politischen Ökonomie von und nach Karl Marx eignet sich hervorragend, um die Ökonomie und ihre Kritik wieder stärker im medienpädagogischen Theoriekanon zu verankern, wie letzthin mehrfach eingefordert wurde (vgl. etwa Niesyto 2017). Fuchs nutzt seinen relativ gesicherten Status als Professor, um eine Wissenschaft in dem Sinne zu betreiben, wie er sie sich vorstellt, und entsprechende Bücher zu verfassen. Und er macht sein Anliegen transparent:

«I want to stress that it is important to be concerned about alleviating inequality and creating a society of equals, in which all benefit and lead a good life. The book is based on the normative assumption that we need a society and social media that benefit not just some of us, but all of us. This universal concern makes this book a critical book.» (S. 12)

Obwohl sich die Beispielanalysen auf das Feld Social Media beschränken, sind die theoretischen Grundlagen doch in Teilen auf andere mediale Konstellationen übertragbar und lassen sich jenseits davon in der Lehre zur Anwendung bringen. Ein Hindernis mag hierfür die englische Sprache darstellen. Der Ausdruck ist zwar möglichst klar und verständlich gehalten. Dabei ist er aber doch u.a. einem marxistischen Fachvokabular verpflichtet, was das Buch

---

## Rezensionen

eher als fortgeschrittene Seminarlektüre vorstellen lässt. Aufgrund seiner reichhaltigen Theorie- und Textbezüge und der klaren Struktur eignet es sich darüber hinaus als Kompendium für eigene Re-/Lektüren und als Wegweiser für eine Kritische Theorie der Medien und Kommunikation. Fuchs' Werk erweist sich als umfassender Fundus für internationale marxistische Theorie inner- wie außerhalb der Kommunikationswissenschaft, muss dabei allerdings aufgrund der Breite der Bezüge und des Feldes Abstriche machen, was den Tiefgang betrifft.

Was dem Einführungscharakter und der Aufmerksamkeitsökonomie geschuldet sein mag, könnte dem Autor dabei böswillig als Vereinheitlichungsbestreben oder als problematische Reduktionismen ausgelegt werden. So scheint es, als spräche der junge Marx dieselbe Sprache wie der alte. Oder: Marx' Kritik der Politischen Ökonomie wird einerseits hochgehalten, während andererseits eine Interpretation von Plattformennutzung als unbezahlte Arbeit, wie sie Fuchs vornimmt, mit Marx' Theorie von Wert und Mehrwertproduktion aus «Das Kapital» unvereinbar ist. Während die gesellschaftlichen Verhältnisse als widersprüchlich verfasst beschrieben werden, scheinen diese Widersprüche im Buch nur thematisch auf, nicht als den Theorien und der wissenschaftlichen Tätigkeit inhärent.

Durch die Thematisierung globaler Arbeitsteilung und der Gewinnung und Produktion von Smartphones und ihren Bestandteilen unter Sklaverei ähnlichen Zuständen in China werden überaus wichtige Zusammenhänge in den Fokus gerückt, die der Medienpädagogik nur zu oft aus dem Blick geraten (vgl. S. 144ff.). Damit einhergehende sexistische, rassistische und andere Macht-, Herrschafts- und Ausbeutungsverhältnisse werden hingegen nur am Rande erwähnt. Durch die starke Betonung des Klassenverhältnisses bzw. des Klassenkampfes und damit des gesellschaftlichen ‚Hauptwiderspruchs‘ versäumt es der Autor weitestgehend, Brücken an Stellen zu bauen, die in manchen Theoriebezügen (z.B. Hall, Foucault, Bourdieu) im Ansatz angelegt wären (vgl. dazu etwa Dowling, van Dyk und Graefe 2017).

Stark ist das Buch an den Stellen, wo Politische Ökonomie und Ideologie im Zusammenspiel analysiert und kritisiert werden (vgl. etwa den Abschnitt 2.5 zu Big Data), wenngleich vielen Forschenden im medienpädagogischen Feld womöglich zu wenig Augenmerk auf Potenziale der Technologien gelegt wird. Angesichts der marginalen Position einer solchen umfassenden Kritik in der Medienpädagogik halte ich das an dieser Stelle jedoch für vernachlässigbar. Da medienwissenschaftliche Positionen aus kulturwissenschaftlicher Tradition kaum Einzug in das Buch gehalten haben und vielleicht auch aus diesem

## Rezensionen

Grund die Thematisierung und Problematisierung eigener sprachlicher Darstellungen weniger naheliegen mag, ist die selten aufzuspürende ironische Note eine erwähnenswerte Brechung der scheinbaren Geschlossenheit in der Darstellung. So stellt Fuchs relativ zu Beginn fest: «*Karl Marx invented the Internet!*» (S. 13; Herv. im Original) Mit der hierfür nötigen Mischung aus Schmunzeln und Hinterfragen sollte das Buch gelesen werden. Aber es sollte gelesen werden.

*Valentin Dander*

### **Literatur**

Dowling, Emma, Silke van Dyk, und Stefanie Graefe. «Rückkehr des Hauptwiderspruchs? Anmerkungen zur aktuellen Debatte um den Erfolg der Neuen Rechten und das Versagen der ‚Identitätspolitik‘». *Prokla* 47, Nr. 188 (März 2017): 411–20. <http://www.prokla.de/wp/wp-content/uploads/2017/dowling-van-dyk-graefe.pdf>

Fuchs, Christian. 2016. *Reading Marx in the Information Age. A Media and Communication Studies Perspective on Capital Volume I*. New York; London: Routledge, Taylor & Francis Group.

Niesyto, Horst. «Medienpädagogik und digitaler Kapitalismus. Für die Stärkung einer gesellschafts- und medienkritischen Perspektive». *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 27 (2017): 1–29. doi:10.21240/mpaed/27/2017.01.13.X.