

Vorwort: Reaction is King! 7

I WILLKOMMEN IN DER REAKTIONSKULTUR!

- Antwort ohne Rede 15
- Get Feedback or it didn't happen 19
- Die Reaktionskultur der Sozialen Medien 25
- Plattformspezifische Reaktionskulturen 35
- Die Gunst und Missgunst der Interpretation 43
- Verhängnisvolle Sichtbarkeit 49
- Digitale Gegnerschaft 57
- You can obviously see it's fake 63

II HYPERINTERPRETATION

- Greta Thunberg und der forensische Blick 71
- Das Problem der hermeneutischen Willkür 78
- Formen der Hyperinterpretation 88
- Wie Hyperinterpretation scheitern kann 102
- Die Kunst der schnellen Evidenzerlebnisse 105
- Die Umverteilung der Deutungsmacht 112
- Deutungsgemeinschaften 117
- Das aufgeklärte falsche Bewusstsein im digitalen Zeitalter 123
- Reagieren, ohne zu kommunizieren 130
- The left can't meme – und auch nicht hyperinterpretieren? 133
- Hyperinterpretation *in real life* 144

III HYPERREAKTIVITÄT

- Der hyperreaktive Mensch 159
- Lost in Interpretation 168
- Anmerkungen 174
- Literaturverzeichnis 184

VORWORT: REACTION IS KING!

Wer kennt es nicht: Kaum hat der Tag begonnen, schon hat man zig Posts und Storys durchgeklickt, ein Meme gelikt, gezögert, ob man ein Meme liken soll, viel zu viele Kommentare und Nachrichten gelesen (manche gelikt), sich über einen wildfremden Menschen und sämtliche Live-Ticker-Meldungen geärgert und aus Versehen eine Werbung geklickt, weswegen einem nun monatelang Thermomix-Zubehör angezeigt wird. Wir User reagieren, bevor wir denken. Wir liken, bevor wir fühlen. Wir empören uns, weil es nun mal alle tun. Die tägliche Masse an Informationen erscheint oft belanglos und überfordernd zugleich. So, als wäre man nur noch im Reaktionsmodus – unfähig, wirklich autonom und gestalterisch zu handeln.

Willkommen in der Reaktionskultur! In der digitalen Welt sind Reaktionen zur primären Form der Kommunikation geworden. Wir liken, teilen, kommentieren und bewerten – ständig, überall und meist innerhalb von Sekunden. Nicht mehr der Inhalt selbst, sondern die Resonanz auf den Inhalt bestimmt, was sichtbar wird, welche Debatten eskalieren und welche Narrative dominieren.

Natürlich waren Reaktionen schon immer Teil kultureller, politischer und wirtschaftlicher Dynamiken. Gesellschaften reagieren auf Krisen, Bewegungen formen sich als Antwort auf Missstände, und auch Kunst und Popkultur sind oft Gegenentwürfe und Reaktionen auf ihre Vorgänger. Der maßgebliche Unterschied liegt in der beispiellosen Beschleunigung und Intensivierung dieser Prozesse durch digitale Technologien. Soziale Medien haben einen permanenten Rückkopplungskreislauf geschaffen, in dem jede Handlung unmittelbare, weltweite Reaktionen provozieren kann. Die frühere räumliche und zeitliche Begrenzung von Reaktionen ist aufgehoben: Ein lokales Ereignis kann binnen Stunden globale Protestwellen auslösen, kulturelle Trends verbreiten sich in Echtzeit über Kontinente hinweg. Diese Dynamik wird durch Algorithmen systematisch verstärkt, die gezielt reaktionsintensive Inhalte priorisieren. So ist aus der menschlichen Neigung zu reagieren ein kommerzielles Prinzip geworden: In der digitalen Aufmerksamkeitsökonomie sind Reaktionen zur wichtigsten Währung avanciert: Reaction is King!

Die Reaktionskultur manifestiert sich in charakteristischen Formaten wie Memes, Stitches, Reaction-Videos oder -GIFs. Sie alle folgen einem ähnlichen Prinzip: Statt ausschließlich Originalinhalte zu schaffen, greifen die Producer auf Bestehendes zurück, das sie variieren und kommentieren. Was in der Kunst des 20. Jahrhunderts – von den Readymades Marcel Duchamps über die affirmative Pop Art von Andy Warhol bis zur Appropriation Art à la Richard Prince – noch als avantgardistische Strategie galt, ist zum Standardmodus der Kommunikation geworden.¹

Sah man in der Möglichkeit zur Partizipation in der Anfangszeit der Kommentarkultur Ende der neunziger Jahre, auf Nachrichten- und Magazin-Websites oder in eigens dafür vorgesehenen Foren, noch ein Empowerment der User, geht mit dem Gefühl, sich im ständigen Reaktionsmodus zu befinden, nun zunehmend ein negatives Selbstverständnis einher: Viele User betrachten sich als passiv, ohnmächtig, im Kreislauf des Reagierens gefangen – individuell, aber auch auf kollektiver und gesellschaftlicher Ebene. Persönlich *und* politisch: So wird Parteien und Regierungen mittlerweile häufig vorgeworfen, nicht mehr selbst Themen auf die Tagesordnung zu setzen, sondern nur noch auf Entwicklungen und Stimmungen zu reagieren, die sich in der digitalen Öffentlichkeit formieren – ob diese nun durch zivilgesellschaftliche Gruppen angestoßen oder von populistischen Strömungen lanciert wurden. Beispiele hierfür reichen von identitätspolitischen Debatten, die von Aktivisten in den Fokus gerückt wurden, bis hin zur Verschärfung der Migrationspolitik als Reaktion auf den Druck rechter Parteien. In diesem Gefühl zeigt sich mehr als nur digitale Überforderung. Es ist Symptom einer gesellschaftlichen Verunsicherung. Was als »Transformationsmüdigkeit«² beschrieben wird, ist Ausdruck eines Konflikts zwischen dem Zwang zur ständigen Anpassung und dem Bedürfnis nach selbstbestimmtem Handeln.

Ich möchte in diesem Buch deutlich machen, dass das, was ich im Folgenden als *Reaktionskultur* beschreiben werde, mehr als nur ein Nebeneffekt digitaler Beschleunigung ist. Diese Reaktionskultur hat sich zu einem strukturellen Problem entwickelt, das tief in der Architektur der Plattformen verankert ist. Soziale Medien haben grundlegend verändert, wie wir Informationen konsumieren, bewerten und verbreiten. Plattformen wie TikTok, Instagram, LinkedIn, Bluesky oder Twitter/X prägen den Alltag ihrer User, immer öfter aber auch

kulturelle und politische Debatten, die früher in anderen Medien wie Zeitungen und Fernsehen entstanden, ausgefochten und formatiert worden wären. Likes, Shares und Kommentare sind längst nicht mehr nur beiläufige Handlungen – sie forcieren und gestalten digitale Kommunikation. Dabei sind Reaktionen mehr als bloße Klicks. In ihnen spiegeln sich Macht, individuelle und kollektive Identität wider.

Die klassischen Arenen politischer und gesellschaftlicher Auseinandersetzung haben sich in den digitalen Raum verlagert: Die Kämpfe um Deutungsmacht – nicht selten als »Informationskriege« bezeichnet – werden heute in Timelines, Kommentarspalten und Chatgruppen ausgetragen. Daran beteiligt sind keinesfalls nur einige wenige Experten aus Politik oder Journalismus – sondern potenziell wir alle. Denn wer likt, teilt oder kommentiert, nimmt aktiv an den Aushandlungsprozessen der digitalen Öffentlichkeit teil. Ob bewusst oder unbewusst – wir User prägen durch unsere Reaktionen die Diskurse unserer Zeit mit. Wie der Autor Friedemann Karig im Kontext terroristischer Bildpropaganda einmal treffend formulierte: »Mit jedem Like, jedem Retweet, jedem sorgenvollen Kommentar bestimmen wir, wie groß der Erfolg der psychologischen Kriegsführung des Terrors ist.«³

Wenn über User gesprochen und geschrieben wird, dominieren häufig zwei extreme Sichtweisen. Auf der einen Seite das Bild der passiven, leicht beeinflussbaren Masse – »ähnlich unterkomplex wie Schwärme oder Horden«:⁴ Dieses Bild stellt User als empfängliche Konsumenten dar, die willenlos Informationen und Inhalte aufnehmen und durch Algorithmen, Werbung oder Fake News sowie durch emotionale oder reißerische Inhalte leicht gelenkt werden können. Auf der anderen Seite steht die Vorstellung vom manipulativen (Einzel-)Akteur, der gezielt Desinformation verbreitet, um Diskurse zu stören oder zu beeinflussen. In diesem Bild agiert ein User nicht als Teil eines reaktiven, steuerbaren Schwarms, sondern als proaktives Individuum, das gemäß seiner Agenda bewusst Narrative formt und politische Auseinandersetzungen im digitalen Raum vorantreibt.

Diese beiden Bilder prägen viele Debatten um Fake News, Trolle und rechtspopulistische Bewegungen in Sozialen Medien. Doch als kaum zu vereinbarende Extreme verstellen sie den Blick auf die Realität. Die meisten von uns, die tagtäglich ihre Instagram-, X- oder TikTok-Feeds durchforsten oder eigene Inhalte erstellen, würden sich

wohl keinem dieser beiden Extreme zuordnen. Wir gewöhnliche User sind weder willenlose Opfer der Algorithmen noch perfide Desinformanten.

Viele Nutzer begegnen Social Media sogar reflektiert und kritisch. Sie stellen Algorithmen infrage, durchschauen Clickbait und erkennen Falschinformationen – manchmal mit spielerischer Leichtigkeit. Eine durchaus solide Medienkompetenz lässt sich zudem leicht an alltäglichem Content erkennen. Formate wie Vorher-Nachher-Bilder, Instagram vs. Real Life-Memes, Filter- und Bearbeitungsanalysen oder Parody-Accounts zeugen von einem relativ aufgeklärten Umgang mit manipulativen Inhalten. Auch die Frage, inwiefern man Algorithmen beeinflussen kann oder nicht, taucht immer wieder in Netzdiskussionen auf.

Dieses Bewusstsein für Manipulation endet jedoch häufig dort, wo es um die eigene Rolle geht. Wie verantwortlich sind wir für das, was wir liken, teilen, kommentieren, interpretieren? Im Bild der passiven User wird deutlich, wann wir es versäumen, Verantwortung zu übernehmen. Im Bild der manipulativen User zeigt sich, wie eine gewisse Verantwortung von vornherein aktiv verweigert wird. Für diejenigen, die sich keinem dieser Typen zugehörig fühlen, stellt sich die Frage nach der eigenen Verantwortlichkeit jedoch kaum – aus meiner Sicht zu Unrecht. Denn nicht nur geldgierige Unternehmen oder machthungrige Parteien, nicht nur PR-Leute, Troll-Armeen oder Bots sind mitverantwortlich für die »Verrohung«⁵ der Debattenkultur, für die »große Gereiztheit«⁶ und »Vertrauenskrise«,⁷ ja für die »polarisierte Gesellschaft«.⁸ Auch wir User sind es. Mit diesem Befund möchte ich niemandem Schuld zuweisen oder eine Anklageschrift formulieren. Im Gegenteil! Diese Erkenntnis ist nicht nur eine Bürde, sondern auch eine Chance. Denn wer Teil des Problems ist, kann auch Teil der Lösung sein. Auch wenn sich das Setting und die Bedingungen der individuellen Kontrolle entziehen: Wir User sind nicht nur Beobachtende, sondern agieren durch unsere Reaktionen gestaltend – manchmal, ohne es zu merken, manchmal bewusst, ja strategisch.

Soziale Medien sind zu einem Kampfplatz um die Deutungshoheit geworden. Das mag sich heftig anhören, aber es beschreibt das Verhalten vieler im Netz doch sehr treffend. Ob es um die Bewertung aktueller Kriegsgeschehnisse, den »richtigen« Feminismus oder neueste Lifestyle-Trends geht – jede Debatte wird durch Reaktionen

weitergetrieben oder abgewürgt. Wenn Elon Musk Fake News mit seinen mehr als 200 Millionen Followern teilt, die ihm wiederum nach-eifern und seine Inhalte durch ihre Reaktionen unterstützen und weitertragen, wird Bullshit zum Volkssport.

Diese Dynamik ist es, die ich im ersten Teil des Buches untersuche. Ich möchte zeigen, wie sich in der Reaktionskultur Diskurse formen und warum Missverständnisse, Misstrauen und Empörung zu festen Bestandteilen der digitalen Öffentlichkeit geworden sind. Warum fühlen sich so viele Menschen permanent getriggert? Weshalb wird jede Nachricht sofort zum Anlass für Positionierung und Gegenpositionierung? Wie kommt es, dass ein einzelner Like zum Karriereende führen kann? Im zweiten Teil widme ich mich der nächsten Eskalationsstufe: einer besonders problematischen Form der Reaktion, die ich *Hyperinterpretation* nenne.⁹ Mit Hyperinterpretation bezeichne ich eine Technik, die hermeneutische, forensische und investigative Methoden nachahmt, um Inhalte gezielt zu instrumentalisieren. Wenn Greta Thunbergs Kuscheltier plötzlich als antisemitisches Symbol gedeutet, wenn jede Handbewegung eines Politikers auf versteckte Botschaften hin analysiert, wenn aus einem Werbeplakat eine Verschwörungstheorie konstruiert wird – dann sind das keine harmlosen Missverständnisse mehr. Reaktionen können auf diese Weise zu einer extrem wirksamen Waffe im digitalen Kampf um Deutungsmacht werden.

Hyperinterpretation arbeitet nicht mit Inhalten, sondern gegen sie und beschädigt nicht nur das, was absichtlich falsch interpretiert wird, sondern auch die Werkzeuge der Erkenntnis selbst. Die Grenzen zwischen ernsthafter Analyse und gezielter Verzerrung verschwimmen. Was früher als kritisches Hinterfragen galt, wird heute leicht zur Grundlage von Verschwörungstheorien oder destruktiven Narrativen. Und einmal hyperinterpretierte Inhalte lassen sich selten vollständig rehabilitieren – selbst nachträgliche Richtigstellungen oder Kontextualisierungen haben gegen die emotionalisierende Wirkmacht der ursprünglichen Fehlinterpretation meist keine Chance auf Sichtbarkeit in der öffentlichen Wahrnehmung.

In dieser Atmosphäre wird Misstrauen zum Standardmodus der Rezeption. Nichts darf mehr für sich stehen – jedes Bild, jeder Text, jedes Video wird zum möglichen Schauplatz für Projektionen, Lesarten und Verdachtsmomente. Sosehr die Reaktionskultur Kreativität und

»Engagement« fördern kann, ist sie doch zugleich für eine Kultur der permanenten Infragestellung und Gegnerschaft verantwortlich. Während User sich mit oder aufgrund von Hyperinterpretation gegenseitig bekriegen oder Gemeinschaften formieren, untergraben sie unbewusst die Grundlagen einer gemeinsamen Realität. Was entsteht, ist ein perfider Kreislauf: Erst wird alles in Zweifel gezogen, dann werden neue ›Wahrheiten‹ verkauft. Je brüchiger die Bedeutungen werden, desto größer wird der Hunger nach simplifizierenden Lesarten – und desto mehr floriert ein Markt, der genau solche Deutungen anbietet.

Einst hieß es, Werbung erzeuge künstlich Bedürfnisse, um dann Produkte als Lösung zu präsentieren. Heute werden auf Social-Media-Plattformen systematisch Bedeutungsverluste produziert – durch Misstrauen, Zweifel, Skandalisierung –, um im nächsten Schritt genau dort neue Interpretationen, Influencer-Wahrheiten oder Verschwörungserzählungen zu platzieren.

Wie konnte es so weit kommen? Wie lassen sich die Mechanismen dieser neuen Reaktionskultur durchschauen? Und gibt es Wege, von der zerstörerischen Hyperinterpretation wieder zu einer produktiveren Form des digitalen Austauschs zu finden?

Diesen Fragen möchte ich in diesem Buch nachgehen.