

Aufklärung 2019

Seit mehr als 50 Jahren ist in der Soziologie davon die Rede, dass sich die Industriegesellschaft in eine Wissensgesellschaft transformiert hat, die zu einem Sieg des Wissens über das Nichtwissen führen werde. Diese Erwartung war auch mit der Hoffnung verbunden, dass sich bei einer immer besseren Zugänglichkeit von Wissen die Kommunikation zunehmend rationaler gestalten werde. So hat Richard Stallman, amerikanischer Software-Entwickler und Internetaktivist, noch vor einigen Jahren erklärt: »Der fundamentale Akt von Freundschaft unter denkenden Wesen besteht darin, einander etwas beizubringen und Wissen gemeinsam zu nutzen. Dieser gute Wille, die Bereitschaft, unseren Nächsten zu helfen, ist genau das, was die Gesellschaft zusammenhält und was sie lebenswert macht«.

Das hat sich zwischenzeitlich, wie wir alle beobachten können, als gründlicher Irrtum erwiesen. Die Wissensgesellschaft zeichnet sich nicht durch eine allgemeine Verbreiterung des Wissens aus, sondern durch ein generalisiertes Misstrauen gegenüber Experten und Institutionen. Sie zeichnet sich nicht durch eine gesteigerte Rationalität von Kommunikation aus, sondern durch gesteigerte Emotionalität, nicht durch Anerkennung, sondern durch Herabsetzung, die sich in unterschiedlichen Konstellationen und mit zunehmender Dynamik verbreitet. Herabsetzung ist damit zu einem zentralen Modus gesellschaftlicher Kommunikation geworden.

Der Gegenbegriff zur Wissensgesellschaft ist der Begriff der postfaktischen Gesellschaft: [Es kommt zwar nicht] grundsätzlich zu einer Reduktion des verfügbaren Wissens, [aber] zu einer Reduktion des tatsächlich nachgefragten und erworbenen Wissens. ... Die Algorithmen von Google, Facebook und Twitter tragen dazu bei, dass Menschen zunehmend in ihren eigenen Filterblasen leben, in denen Wissen durch Scheinwissen verdrängt wird, und sich Gemeinschaften bilden, die jedes Wissen, das nicht mit ihrer eigenen Vorstellung übereinstimmt, ablehnen. Hinzu kommt, dass Social Bots inzwischen zunehmend leibhaftige Trolle ersetzen, die im Netz im Sinne ihrer Auftraggeber Stimmung machen. Sie schüren Hass, sorgen vor allem dafür, dass ihre Botschaften im Netz mit Hilfe der Algorithmen verbreitet werden. Zwischenzeitlich hat sich gezeigt, dass sich nicht nur Produktpräferenzen, sondern auch Wahlpräferenzen auf diese Weise steuern lassen. Die rechtspopulistische Forderung nach dem Einsatz von Volksentscheiden hat insofern eine gänzlich andere Zielrichtung als die Steigerung der demokratischen Beteiligung – sie steigert die Beeinflussungsmöglichkeit.

Bemerkenswerterweise gibt es viele Hinweise darauf, dass die Bildung emotionalisierter Gemeinschaften über negative Emotionen wie Wut, Zorn und Hass, die sich in Schmähungen, Herabsetzungen und Stigmatisierungen äußern, sehr viel effektiver und politisch ausschlagbarer sind als die Bildung positiv emotionalisierter Gemeinschaften. Die Plattformdemokratien, und das könnte das sein, worauf wir zusteuern, produzieren eine Logik der Herabsetzung. Sich ihr zu stellen und ihr entgegenzutreten dürfte eine der zentralen Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte sein.

(Marina Münkler: Die Logik der Herabsetzung. In: Die Deutsche Bühne, 09/2019.)