WIR INFORMIEREN UNS ZU TODE

Gerald Hüther

Robert Burdy

Ein Befreiungsversuch
für verwickelte Gehirne

HERDER

Gerald Hüther | Robert Burdy

Wir informieren uns zu Tode

Ein Befreiungsversuch für verwickelte Gehirne

HERDER
FREIBURG · BASEL · WIEN

© Verlag Herder GmbH, Freiburg im Breisgau 2022
Alle Rechte vorbehalten
www.herder.de

Umschlaggestaltung: © Verlag Herder
Umschlagmotive: © Christian Grube (Foto Robert Burdy),
© Michael Liebert (Foto Gerald Hüther),
© Shutterstock 1879917223

E-Book-Konvertierung: Carsten Klein, Torgau

ISBN Print: 978-3-451-60900-8
ISBN E-Book (EPUB): 978-3-451-82800-3
ISBN E-Book (PDF): 978-3-451-82902-4

Inhalt

Vorbemerkungen

Teil 1: Absturz

1.1 Die schöne neue Welt der Verwirrung

- Wer gut informiert ist, spart angeblich Zeit und Geld
- Wer alles gleichzeitig aufnimmt, bekommt angeblich mehr mit
- Der Algorithmus als Wegweiser
- Das Kerngeschäft der sozialen Medien
- Wer etwas verkaufen will, muss über seine Angebote informieren
- Wer eine Rolle spielen will, muss sich gut darstellen
- Selbstdarstellung führt zur »Egotalisierung« unserer Wahrnehmungswelten
- Die Gestaltungshegemonie des Digitalen
- Die Welt ist kein globales, digitales Dorf

1.2 Die Schönheit der neuen Informationswelt liegt im Auge und im Gehirn des Betrachters

- Was eine Information ist, bestimmt der Empfänger
- Menschen nehmen wahr, was sie wahrnehmen wollen
- Künstliche Intelligenzen steuern den Informationsmarkt in den sozialen Medien
- Fake News und das dämmrige Licht der Wahrheit
- Toxische Informationsgewohnheiten sind auch nur Gewohnheiten

1.3 Der Informationsmarkt folgt den Marktgesetzen

- Klassische Medien zwischen Selbstreflexion und Selbstaufgabe
- Das große Wettrennen der »Informierer« und die Verbreitung sich selbst beschleunigender Botschaften
- Bangemachen gilt! – Warum schlechte Nachrichten gute Nachrichten sind
- Willkommen im Emotionengroßhandel
- Der Preis der Information
- Nachrichten aus zweiter und dritter Hand
- Verwirrung führt zu Verunsicherung und die führt zu Vertrauensverlust

1.4 Zwischen Orientierung und Manipulation – Die Bewerter und die Bewertung von Informationen haben sich verändert

- Der Kampf um die Deutungshoheit
- Gerüchte, Glaubensfragen und Gelehrte
- Bewertungsinstanzen in der Lieferkette
- Was ist eine objektive Information?
- Konstanten in der konstanten Veränderung – Alles und jeder sind nur jetzt, in diesem Moment, so, wie sie sind!
- Die Welt ist ein Chor – singen wir dasselbe Lied?

Teil 2: Reset

2.1 Rückbesinnung auf das, was Informationen wirklich sind und was wir daraus gemacht haben

- Weshalb ist die Evolution des Lebendigen eine Evolution der Informationsverarbeitung?
- Welche Vorstellung liegt unserem heutigen Informationsbegriff zugrunde?
- Was betrachten wir als »Informationen« und wozu werden sie verbreitet?

2.2 Rückbesinnung auf das, was uns Menschen so abhängig von verlässlichen Informationen macht

- Weshalb sind wir Menschen so sehr auf den Austausch von verlässlichen Informationen angewiesen?
- Wie funktioniert Informationsverarbeitung im Gehirn?
- Wie funktioniert die Verarbeitung von Informationen in menschlichen Gemeinschaften?

2.3 Rückbesinnung auf das, was uns verwirrt und in eine Informationsflut geführt hat

- Was macht uns mit unseren Gehirnen so leicht verführbar?
- Weshalb verwickeln wir uns auf der Suche nach dem Glück?
- Was führt uns bei der Suche nach Lösung in Sackgassen?
- Wie verwickeln wir uns auf der Suche nach Entscheidungen?
- Von welchen Informationen lassen sich Menschen berühren?
- Wann, wie und weshalb wird Information für Propaganda und Manipulation missbraucht?

Teil 3: Neustart

3.1 Befreien kann sich nur, wer auch wirklich frei sein will

- Wer unbedingt dazugehören will, muss in Kauf nehmen, verwickelt zu bleiben
- Wer möglichst lange lebendig bleiben will, darf keine Angst davor haben, etwas früher zu sterben
- Wer nach schnellen Lösungen sucht, läuft Gefahr, sich noch weiter zu verwickeln

3.2 Frei werden kann nur jemand, der kein Bedürftiger mehr ist

- Wer nicht mehr ständig Informationen verbreiten will, darf keine Angst davor haben, unwichtig zu sein
- Wer nicht mehr ständig nach neuen Informationen suchen will, darf keine Angst davor haben, etwas zu verpassen
- Wer frei sein will, darf nichts mehr von anderen haben wollen

3.3 Es gibt einen Ausweg aus der selbst verschuldeten Unmündigkeit

- Menschen sind keine Objekte
- Ausbildung ist keine Bildung
- Erklärungen sind keine Berührungen

Nachbemerkung

Über die Autoren

Vorbemerkungen

»Irgendwas geht hier schief!« Dieses Gefühl äußern – meist in vertraulichen Gesprächen, oft aber auch öffentlich – immer mehr Menschen. Und es handelt sich dabei keineswegs nur um die immer Zweifelnden, die beruflichen Infragesteller und ideologischen Ablehner. Da ist der Vorstandschef einer großen Bank genauso wie die Studentin im ersten Semester und der Arbeiter im Gebäudemanagement. Sie stimmen immer häufiger und immer beherzter ein in jenen Chor des Irgendwas-geht-hier-schief. Sie tun das ohne Hass und ohne Hetze. Sie weisen weder Schuld zu noch Verantwortung von sich. Sie suchen weder den großen Führer noch die Deutungshoheit für sich selbst. Sie stellen nur einfach die Sinnfrage neu. Was machen wir hier eigentlich und warum? Dass sie das tun, ist gut und es gibt Hoffnung. Die StudentInnen und SchülerInnen auf der Fridays-for-Future-Demo sind da gar nicht so weit entfernt von dem Rentnerehepaar, das noch nie bei einer Protestkundgebung war, aber das Gefühl hat, die Welt nicht mehr zu verstehen. Sie alle stellen dabei auch fest, dass es schwerer geworden ist, miteinander zu reden. Weil es so sehr ums Rechthaben geht, wird immer vehementer aufeinander eingeredet. So lassen sich die wichtigen Fragen nicht beantworten.

Dabei stand doch nie zuvor in der Geschichte der Menschheit so vielen Menschen so viel Wissen frei zur Verfügung. Noch nie hatten Menschen von Delhi bis Delitzsch, von San Pedro de Atacama bis Swerdlowsk die Möglichkeit, ihre Stimmen zu erheben und die ganze Welt teilhaben zu lassen an ihren Erfahrungen und Bestrebungen. Und noch nie ist die Kommunikation so kläglich und so wortreich gescheitert. Das ist kein Widerspruch, sondern deutet nur darauf hin, dass wir uns

mit unseren globalen digitalen Informationstechnologien hocheffiziente Werkzeuge geschaffen haben, die wir aber noch gar nicht so recht bedienen können. Fast wirkt es so, als hätten diese digitalen Medien eine lenkende Macht über uns gewonnen, der wir kaum zu entkommen imstande sind.

Haben wir Menschen diese hocheffizienten Informationstechnologien nicht ursprünglich deshalb erfunden und eingeführt, um voneinander zu lernen und möglichst viele in die gemeinsame Gestaltung unseres Lebens einzubeziehen? Ist uns da etwas entglitten, hat sich diese neue Technologie – oder besser: ihre Nutzung durch uns – verselbstständigt? Und wenn ja, wie finden wir wieder zurück in unsere eigene Gestaltungskraft? Wie gelangen wir zu gemeinsamen Vorstellungen, entlang derer wir unser Leben und unser Zusammenleben ausrichten? Das sind Fragen, denen wir in diesem Buch nachgehen wollen.

Im Vergleich zu den großen Erfindungen und Technologien, die das Maschinenzeitalter eingeleitet hatten, ist die digitale Revolution praktisch über Nacht über uns hereingebrochen. Und nun laufen wir Gefahr, dem Zauberlehrling immer ähnlicher zu werden, der etwas in Gang gesetzt hat, dem er selbst nicht gewachsen ist. Wir möchten dabei helfen und uns mit Ihnen auf den Weg machen, das Zauberwort wiederzufinden, das den losgelassenen Besen zu einem Segen für uns macht statt zu einem Fluch.

Es könnte sein, dass es in der von uns selbst noch nicht so recht verstandenen Arbeitsweise unserer Gehirne zu suchen ist. Die im menschlichen Gehirn angelegten, unser Denken, Fühlen und Handeln lenkenden Nervenzellverknüpfungen, die neuronalen Netzwerke, sind zeitlebens veränderbar. Die Vernetzungen der Nervenzellen bilden sich erst »unterwegs«, also als strukturelle Verankerungen der im Lauf unseres Lebens gemachten

Erfahrungen, heraus. Wir haben also niemals ein »fertiges« Gehirn. Es ist ständig im Umbau und formt seine Vernetzungen so ähnlich heraus wie ein Baum seine Äste – je nach Standort und in Abhängigkeit von Wind und Wetter.

Deshalb ist es kein Wunder, dass wir zeitlebens auf der Suche nach passenden Lösungen sind. Wie jeder Baum im Wald müssen wir diese Lösungen im Einklang mit den Erfordernissen des Zusammenlebens mit anderen Menschen erst finden. Weil diese aber ebenfalls nach für sie geeigneten Lösungen suchen, sind wir auf einen ständigen Austausch mit diesen anderen Menschen angewiesen.

Es gibt vieles, das diesen überlebenswichtigen Informationsaustausch behindert, oft sogar unmöglich macht: Was da alles tagtäglich, stündlich, minütlich an Informationen auf uns hereinprasselt, kann sehr schnell zu einer Flutwelle werden, in der wir ertrinken. Menschen, die sich angesichts dieser Überflutung nicht mehr miteinander verständigen und sich auf das einigen können, worauf es für ein friedliches Zusammenleben ankommt, werden ihre jeweiligen Interessen noch stärker durchzusetzen versuchen als bisher und gegebenenfalls auch übereinander herfallen. So laufen wir Gefahr, uns zu Tode zu informieren.

Mitte der achtziger Jahre eines – so fühlt es sich an – lange vergangenen Jahrhunderts, warnte der US-amerikanische Medienwissenschaftler Neil Postman mit seinem wichtigsten Werk: »Wir amüsieren uns zu Tode!« Es war eine Klageschrift gegen die Medien, vor allem das Medium Fernsehen, das mit seinen Bildern und inhaltlichen Verflachungen die Urteilsfähigkeit der Bürger einschränke und zu einer beinahe epidemischen Sinnbefreiung von Politik und Kultur beitrage.

Es wäre völlig überzogen zu behaupten, dass allein diese Entwicklung oder gar Postmans treffliche Analyse uns in dieses *Zeitalter der Verwirrung* geführt hätten. Aber das ist

es, wo wir uns nun befinden: Wir leben in einem Zeitalter der Verwirrung, das alle Anstalten macht, die freiheitlichen Demokratien in ihren Grundfesten zu erschüttern. Die um sich greifende Verwirrung agiert wie ein tödlicher Virus, der danach strebt, den Körper, auf den er übersprang und der ihn nährt, zu zerstören. Wir sind nicht geimpft gegen diesen Virus und heißen die tödliche Krankheit mit kindlicher Naivität und Hilflosigkeit sogar willkommen. Und viele behaupten, es gebe diesen Virus nicht, nur damit sie als Verbreiter und Konsumenten von Informationen so weitermachen können wie bisher.

Neil Postman hatte damals recht. Seine Analyse war visionär. Aber sie war nur der Vorbote einer Entwicklung, die viel breiter wurde, viel tiefer ging und viel nachhaltigere Folgen hatte als ein schlechtes Fernsehprogramm. Dass dieses Buch eine Anlehnung an sein berühmtes Werk im Titel trägt, soll keine Anmaßung sein, sondern eine Verbeugung. Auch wenn unser Buch einen bedrohlichen Titel trägt, will es eine Botschaft der Hoffnung verbreiten: der Hoffnung auf Einsicht und Umkehr. Deshalb ist es keine Klageschrift gegen diejenigen, die uns zu manipulieren versuchen mit Botschaften, die nur vortäuschen, Informationen zu sein. Und auch kein Klagelied über den Niedergang politischer Kultur und zivilisierten gesellschaftlichen und menschlichen Umgangs. Auch wenn es in beiden Fällen genug zu sagen und zu lamentieren gäbe. Es geht aber nicht um »die anderen«. Es geht um uns! Es geht darum zu verstehen, warum wir uns manipulieren lassen. Und wie wir lernen können, uns der Informationsflut entgegenzustellen. Wir werden nicht zu Tode informiert, wir informieren uns zu Tode. Und wir können uns entscheiden, ob wir das wollen.

Beim Schreiben dieses Buches haben wir versucht, außerhalb »der Box« zu denken, ja sogar ganz herauszutreten aus der Kiste unserer Denkmuster und der

Erklärungsversuche für das, was gerade in unseren modernen Gesellschaften geschieht. Denn eines scheint sicher: Die neue Lösung liegt nicht da, wo die alten Lösungen entstanden sind. Die verloren gegangene Ordnung kann nicht nach denselben Maßstäben in Form von Selbst-, Menschen- und Weltbildern und auch nicht mit denselben Verfahren der Belehrungen und Bewertungen wiederhergestellt werden. Es gibt keinen Weg zurück, der Geist geht nicht mehr in die Flasche und der Besen des Zauberlehrlings stellt sich nicht freiwillig wieder in die Ecke.

Was wir für ein friedliches Zusammenleben brauchen, ist eine gemeinsame, sinnstiftende Orientierung. Aber nicht eine durch irgendwelche Anführer oder einheitliche Medieninformationen vorgegebene. Sie kann nur durch die Suche nach dem gefunden werden, was möglichst vielen Menschen gleichermaßen am Herzen liegt. Natürlich gibt es da eine ganze Reihe von Anliegen: unser Leben schützen, die Erderwärmung eindämmen, unsere natürlichen Lebensräume und die Artenvielfalt bewahren. All das und noch viel mehr ist in einer gemeinsamen Anstrengung zu erreichen. Aber wird die Lösung all dieser von uns selbst geschaffenen Probleme dann auch dazu führen, dass wir aufhören, ständig selbst wieder neue Probleme zu erzeugen? Indem wir uns weiter auf diese Weise im Kreise drehen und von einer Baustelle zur nächsten hetzen, werden wir die Frage nach dem Sinn unseres Daseins nicht beantworten können. *Wofür* wollen wir gesund bleiben, unsere natürlichen Lebensräume schützen oder die Artenvielfalt erhalten? Um eine Antwort auf diese Fragen zu finden, brauchen wir etwas anderes als möglichst viele und möglichst zuverlässige Informationen. Und genau darum geht es in diesem Buch.

Teil 1: Absturz

Wie zu viele und zu widersprüchliche Informationen unsere Gehirne überfluten: Das Informationszeitalter ist zu einem Zeitalter um sich greifender Verwirrung geworden

Im Märchen »Der süße Brei« der Gebrüder Grimm ist die Geschichte unserer aktuellen globalen Informationsflut bereits erzählt. Symbolisch natürlich und mehr als ein Jahrhundert bevor irgendjemand auch nur an einen digitalisierten, weltweiten Wissensaustausch gedacht hat. »Der süße Brei« erzählt von einem armen, kleinen Mädchen, das hungrig und bettelnd durch die Stadt streift, bis ihm eine alte Frau einen Zaubertopf schenkt. Ein kurzer Befehl genügt und der Topf beginnt, einen süßen Brei zu produzieren, der fortan das Mädchen und seine geplagte Mutter ernährt. Das geht so lange gut, bis die Mutter in Abwesenheit des Mädchens den Zaubertopf anwirft und dann das magische »Mutabor« vergisst, um die segensreiche Breiproduktion wieder einzustellen. So läuft der Zaubertopf über, flutet Haus und Hof, Stadt und Land mit seinem süßen Brei und der Segen wird zur Heimsuchung. Erst im letzten Moment kehrt das Mädchen zurück, spricht die Zauberformel und rettet Mutter und Welt vor dem bitter-süßen Tod durch Breivergiftung.

Das kleine, hungrige Mädchen sind wir alle, die wir nach Unterhaltung und Ablenkung hungern, genauso, wie es Neil Postman in *Wir amüsieren uns zu Tode* prophezeit hat. Der Zaubertopf der globalisierten Digitalisierung schüttet auf einen Mausklick, also die digitale Version des

Zauberwortes »Töpfchen, koche!«, seinen süßen Brei über uns aus. Und der Brei fließt und fließt und wir werden dick und fett und doof davon und können weder aufhören, die klebrige Masse zu verschlingen, noch den Quell der Misere ausschalten. »Töpfchen, steh!« reicht schon lange nicht mehr. Seine moderne Version »Alexa, hör mit dem Scheiß auf!« auch nicht! Also schlürfen wir und schlabbern und schlingen die ungesunde Masse in uns hinein, verwundert über jene Verstopfung globalen Ausmaßes, die das zwangsläufig auslöst! Niemand hat uns gewarnt. Niemand hat uns verraten, dass die alte Frau, die uns den Zaubertopf namens Internet schenkte, Zuckerberg hieß und Gates und so ähnlich. Dass die scheinbar ungeschickte Mutter, die angeblich das Zauberwort vergaß, um den Topf zu stoppen, in Wirklichkeit gar kein Interesse daran hatte, weil sie längst einen Onlinehandel für den Brei aufgemacht hatte. Wir wissen nicht mal, dass wir gar kein Zauberwort brauchen, um die Flut der süßen Masse, die uns die Gehirne verklebt, zu stoppen. Wir müssten den Brei nur einfach nicht mehr konsumieren, das würde den Zauber brechen.

Hier kommt das Fest für alle Verschwörungstheoretiker! Es sind mehrere große Entwicklungen, die sich gegen uns und unsere Gehirne verschworen haben.

1.1 Die schöne neue Welt der Verwirrung

Unsere neue globalisierte und digitale Informationswelt gibt uns den Eindruck, mehr Kontrolle über unseren Austausch mit anderen zu haben als jemals zuvor in der Menschheitsgeschichte. Das stimmt, wenn wir auf die Möglichkeiten des Informationsaustausches schauen. Aber in dieser Welt gibt es auch Mechanismen, die dazu geeignet sind – und manche von ihnen sind speziell so angelegt – dass wir Kontrolle abgeben. Dann droht uns die Informationsflut mitzureißen und wir werden vom aktiv

kommunizierenden Menschen zum Objekt fremder Interessen.

Wer gut informiert ist, spart angeblich Zeit und Geld

Wir leben in einer Zeit des Unmittelbaren. Alles geschieht sofort. So kommt es einem zumindest immer häufiger vor. Natürlich gibt es noch diese althergebrachten analogen Dinge wie Leben, Lieben und Sterben, die nach wie vor ihre Zeit brauchen. Aber wir werden mit ihnen auch schnell ungeduldig, weil wir diese unerträgliche Langsamkeit des Menschseins einfach nicht mehr gewohnt sind.

In jenen schwarz-weißen Tagen, als der Fernseher noch einen Drehknopf für die Auswahl zwischen zwei oder drei verschiedenen Programmen hatte, war es für einen Menschen gesunden Geistes ganz normal, zur Straßenbahnhaltestelle zu gehen und dort zu warten, bis die nächste Bahn in die richtige Richtung fuhr. Wir haben uns dabei nichts gedacht. Heute gehen wir gar nicht erst los, bevor wir nicht die entsprechende App konsultiert, einen Fahrschein aufs Handy heruntergeladen und die Anschlussverbindungen zu anderen Mobilitätsarten gebucht haben. Und wenn diese ärgerlich analoge Straßenbahn dann vier Minuten und 48 Sekunden verspätet kommt, sind wir erbost, weil solche Nachlässigkeiten einfach nicht in unser durchdigitalisiertes Leben passen. Wie gut, dass wir uns wenigstens die Zeit mit dem Konsum zahlloser kleiner Botschaften auf unseren Smartphones vertreiben konnten! Nur wenige der vielen Botschaften, die uns so täglich erreichen, berühren tatsächlich unser Leben. Die meisten sind inhaltlich weit von unserer Lebenswirklichkeit entfernt und haben praktisch keine Relevanz für uns. Trotzdem dringt die Nachricht über ein neues Immobilienprojekt in der Schweiz, das eine frühere Schulfreundin betreut, mit derselben Dringlichkeit ans Ohr und ins Blickfeld wie die

Nachricht von der Tochter, die in einer persönlichen Angelegenheit um Hilfe bittet.

Alleine per E-Mail werden jeden Tag 330 Milliarden Botschaften versendet. Pro Minute werden nur über die Plattform iMessage weltweit zwölf Millionen Messages verschickt – in einer Minute! (Wir benutzen hier bewusst den Anglizismus »Messages«, denn dies sind nicht wirklich Nachrichten oder Informationen. Mehr dazu später.) Fast die Hälfte der Weltbevölkerung nutzt soziale Medien. Und in Deutschland beträgt die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Tag knapp eineinhalb Stunden. Zum Vergleich: Laut statistischem Bundesamt spielen Eltern in Deutschland pro Tag rund eine halbe Stunde mit ihren Kindern. Zählt man die gemeinsame Zeit im »Elterntaxi« mit dazu, also die Fahrten zur Schule, zum Ballett, zum Klavierunterricht oder zum Einkaufen, dann sind es rund 80 Minuten, die wir mit unseren Kindern verbringen. Das heißt, selbst wenn wir die meistens stressige Zeit im Auto und das Zuschauen beim Fußballtraining mitzählen, in der viele Eltern ja gleichzeitig auch digital unterwegs sind, dann ist uns das Umfeld der sozialen Medien genauso viel Lebenszeit wert wie unsere Kinder. Ist das eine von uns bewusst getroffene Entscheidung? Die meisten Eltern wären wohl eher peinlich berührt angesichts dieser Zahlen. Und sie würden eine solche Gewichtung von Prioritäten für sich selbst weit von sich weisen. Aber irgendwo kommen die Zahlen her. Und auch wenn es Durchschnittswerte sind – sie beschreiben ein gesellschaftliches Phänomen.

Wer alles gleichzeitig aufnimmt, bekommt angeblich mehr mit

Bis zur Digitalisierung waren unsere Gehirne – gleichgültig, ob wir als Straßenfeger oder als Gehirnchirurg unterwegs waren – in der Lage, alle Informationen, die unser Leben betrafen, aufzunehmen und

zu verarbeiten. Wir mussten nicht so viel wissen, um mitzukommen. Obwohl ihr Leben deutlich weniger komfortabel und in vielerlei Hinsicht erheblich herausfordernder war als unsere modernen Existenzen, hatten die Generationen unserer Großeltern und jene vor ihnen noch gute Chancen, sich in ihrer Welt wiederzufinden. Ihre Egos waren kleiner und ihre Welt war kleiner. Und jene von uns, die noch vor der großen Informationsflut geboren wurden, erinnern sich noch daran: Da gab es Zeiten herrlicher Langeweile. Schier endlose Urlaubsfahrten auf dem Rücksitz des elterlichen Autos zum Beispiel, auf denen nichts mehr geschah als das Plärren eines krächzenden Radios und das gelegentliche Gezänk mit den Geschwistern. Wir hatten Phasen des Nichtstuns, der Kontemplation aus Mangel an Stimulation. Lesen Sie diesen Satz mal einem »Digital Native« vor. Sie werden feststellen, dass Begriffe wie Nichtstun, Langeweile und Kontemplation dort Angst und Schrecken verbreiten. Ein Urlaub ohne WLAN und Internet erscheint den meisten Teenagern – und auch vielen ihrer Eltern – heute wie ein Aufenthalt in Guantanamo Bay, dem US-Gefangenenlager für Terrorverdächtige.

Dabei geht es nicht unbedingt um Müßiggang. Wie aus der Zeit gefallen mutet die wunderbare Geschichte von Beppo Straßenkehrer an, die Michael Ende in seinem Buch *Momo* erzählt. Beppo Straßenkehrer erklärt darin seiner Freundin Momo, wie er eine Straße kehrt, die einem auf den ersten Blick fürchterlich lang und damit wie eine viel zu große Herausforderung vorkommen kann. »Man muss immer nur an den nächsten Schritt denken, an den nächsten Atemzug, an den nächsten Besenstrich. Dann macht es Freude; das ist wichtig, dann macht man seine Sache gut. Und so soll es sein. Auf einmal merkt man, dass man Schritt für Schritt die ganze Straße gemacht hat.« Beppo konnte es egal sein, was derweil in der Welt geschah. Er war Straßenfeger. Er fegte eine Straße. Und er

wusste, wie er das so tun konnte, dass danach die Straße sauber und er selbst zufrieden war.

Heute denken wir permanent, versuchen andauernd, neuen Botschaften einen Sinn zu geben. Wir versuchen, uns einzuordnen in die Welt, die wir wahrnehmen. Allein die Tatsache, dass wir ständig das Gefühl haben, nicht mehr alles mitzubekommen, erzeugt Stress und Verunsicherung in jedem Einzelnen. Das neue »alles« ist einfach zu viel. Und zu viel Verunsicherung macht uns empfänglicher für negative Botschaften. Schon bevor die digitalen Helfer in unser Leben eindrangen, begann Multitasking zur vermeintlichen Tugend zu werden, für jeden, der in der Gesellschaft, bei der Arbeit oder auch zu Hause Verantwortung übernehmen wollte. Der Manager, der mehrere Bälle gleichzeitig jonglierte, die Mutter, die Beruf und Kinder und Haushalt und Beziehung unter einen Hut und damit in ein Gehirn bekommen wollte … wir alle waren gefordert, mehrere Dinge gleichzeitig zu tun. Wer so aussah, als könne er das, galt und gilt als erfolgreich, als Macher oder als Powerfrau.

Die Digitalisierung hat diese Entwicklung noch weitergetrieben: Heute ist es normal, dass Menschen auf Fahrrädern durch dichten Innenstadtverkehr fahren, während sie gleichzeitig mithilfe ihrer Ohrhörer telefonieren und das Handy in der Hand halten, um Nachrichten zu lesen. Vor einem halben Jahrhundert noch hätten Menschen, mit diesem Bild konfrontiert, ungläubig den Kopf geschüttelt und das Ganze für eine unglaubliche Persiflage auf den menschlichen Versuch des Multitasking gehalten.

Es reicht ein Blick auf die Unfallstatistiken, um zu erkennen, dass Multitasking nicht funktioniert. Im Straßenverkehr sterben allein in Deutschland rund 500 Menschen jährlich, weil sie auf ihr Smartphone statt auf die Straße schauen. 25 000 werden verletzt. Ein Fünftel aller Fußgängerunfälle sind auf Handynutzung

zurückzuführen. Und es vergeht kaum ein Tag, an dem die Nachrichtenagenturen nicht von jemandem berichten, der geradewegs unter eine Straßenbahn oder einen heranrauschenden Zug spaziert ist. Oder von Autofahrern, die auf Landstraßen in lang gezogenen Kurven ohne ersichtlichen Grund geradeaus und geradewegs gegen einen Baum kutschiert sind. Wir können einfach kein Multitasking. Zumindest dann nicht, wenn es sich um Tätigkeiten handelt, die Aufmerksamkeit erfordern. Natürlich kann ich in einem Kochtopf rühren, mich mit der anderen Hand am Gesäß kratzen und gleichzeitig per Freisprechanlage ein Telefongespräch führen. Aber in dem Moment, in dem mir die Brille in den Topf fällt, bekomme ich von meinem Telefongespräch nichts mehr mit. Und ich kratze mich auch nicht mehr am Gesäß. Probieren Sie es aus!

Genauso zwingt uns die Überdosis an Botschaften, die wir empfangen, zu einer schnellen Abfolge in der Bearbeitung. Weiter als bis zu einer raschen, emotionalisierten Reaktion kommt man aber nicht, wenn man sich diesem Mechanismus nicht sehr bewusst verweigert. Die Botschaften kommen zu schnell und es sind zu viele. Am Ende des Tages ist der größte Teil der eingegangenen Botschaften dann liegen geblieben. Die »In-Box« läuft über. Und der nächste Tag beginnt mit einer neuen Flut von Informationen. So führt der Versuch, alles gleichzeitig aufzunehmen, zu einem chronischen Mangel an Stille, Langsamkeit und Achtsamkeit. Der Feierabend zwischen dem alten Tag und dem neuen fällt dann allzu oft aus.

Verweigerung? Ist das wirklich eine Option? Zumindest hat die Entscheidung, sich der Nachrichtenflut zu entziehen, indem man auf die Nutzung der entsprechenden Geräte verzichtet, weitreichendere Konsequenzen, als es auf den ersten Blick aussieht. Mit dem Überangebot der als Informationen daherkommenden Botschaften steigen nämlich die Erwartungen an unsere individuelle

Informiertheit. Mit anderen Worten: »weiß nicht« gilt nicht! Früher reichte »Ich habe heute noch keine Nachrichten gesehen« als Entschuldigung für eine Informationslücke aus. Diese Zeiten sind vorüber. Die Nachrichtenschwelle liegt heute nicht mehr bei 20 Uhr, wenn der Gong der Tagesschau das Wichtigste des Tages einläutet. Informationen sind inzwischen rund um die Uhr und global erhältlich, in beinahe jeder Sprache, an jedem Ort und zu jeder Zeit. Wir erwarten voneinander, ständig über alles informiert zu sein. Das heißt, wer sich der Überflutung verweigert, leistet sich einen Luxus, der extrem unmodern geworden ist, nämlich keine Ahnung zu haben. Und das ist heute ein beinahe unentschuldbarer Zustand. Es scheint, als fühle sich jedermann berufen, zu allem eine Meinung zu haben, nicht nur zum Thema Fußball. Außerdem ist es nahezu unmöglich, sich zu entziehen. Unser Ich definiert sich permanent mit unseren Gedanken, unserem inneren Dialog. Und dieser Dialog wird in seinen Inhalten und seiner Begrifflichkeit aus unserer Kommunikation gespeist.

Das menschliche Gehirn ist in seiner Komplexität und seiner Lern- und Anpassungsfähigkeit unübertroffen. 100 Milliarden Nervenzellen werden dort durch insgesamt 5,8 Millionen Kilometer Nervenbahnen verbunden. In jedem einzelnen Gehirn. Trotz seiner verblüffend komplexen Konstruktion droht dieser erstaunliche Denkapparat, nicht mehr mitzukommen. Die Flut der Botschaften beliefert zu einem weit überwiegenden Teil unser begriffliches Denken und setzt in jedem von uns einen fortwährenden inneren Dialog in Gang. Dieser Dialog ist Denken in Begriffen. Also Sprache. Und die wird geprägt durch unsere Kommunikation. Wenn diese Kommunikation aber unsere Gehirne überflutet, kommt es zu einem Ungleichgewicht. Gefühle, Vorstellungskraft, Entdeckerfreude, Neugier, ganzheitliches Verständnis gehen verloren. Und weil unser Gehirn solche Ungleichgewichte auszugleichen sucht,

macht es irgendwann zu, entscheidet sich, angesichts der Informationsflut anzulegen in vermeintlichen Heimathäfen im Verständnis unseres Ich und der Welt. Das heißt, wir treffen Entscheidungen nach dem Motto »So isses!«, nur um selbst eine Art Gewissheit über unsere Welt herzustellen.

Der *Vielfaltsbericht der Landesmedienanstalten* aus dem Jahr 2021 stellt fest, dass Internetplattformen wie Suchmaschinen eine immer stärkere Rolle bei der Meinungsbildung in Deutschland spielen. Das heißt: Der Algorithmus eines globalen Werbekonzerns wie Google entscheidet, was wir an Botschaften empfangen, die dann als Informationen verstanden werden. Dem Bericht zufolge nutzen rund 33 Millionen Menschen diese Dienste als Informationsquellen. Das entspreche rund 46 Prozent, also fast der Hälfte der Bevölkerung in der Altersgruppe 14 plus. Rund drei Viertel der Bevölkerung (72,5 Prozent laut Statista) nutzten 2020 das Internet als Informationsquelle, wenn sie sich über etwas näher informieren wollten.

Die Wahrnehmung unserer Erlebniswelten wurde zu einem großen Teil in die digitale Welt transferiert: Zunehmend suchen wir alle unsere Informationen über die Welt, in der wir leben, mithilfe digitaler Medien. 98 Prozent der 16- bis 44-Jährigen nutzen das Internet. Bei den 65- bis 74-Jährigen sind es noch 79 Prozent. Dagegen liegt das Durchschnittsalter der Zuschauer aller großen öffentlich-rechtlichen Fernsehsender bei oder deutlich über 60 Jahren.[1]

Mehr als die Hälfte der jungen Zuschauer nutzen Streamingdienste oder Mediatheken und befinden sich so auch bei der Nutzung eigentlich linearer Medien im digitalen Raum. Auf dem globalen, digitalen Medienmarkt konkurrieren etablierte und gesellschaftlich verankerte Informationsquellen mit allen anderen Anbietern von Informationen.

Der Algorithmus als Wegweiser

Was bei den linearen, klassischen Medien aus gutem Grund sauber getrennt wurde, ist bei den neuen Informationsquellen absichtlich und mit bislang nicht gekannter Perfektion vermischt: Verkaufen und Verstehen. Kommerz und Kompetenz. Transparenz und Transaktion. Die großen Internetplattformen, auf denen sich die meisten von uns praktisch täglich bewegen, sind vorrangig keine Wissenswerkzeuge. Die Information ist hier nur Kollateralgewinn oder -schaden, je nachdem. Sie sind in erster Linie Verkaufswerkzeuge. Würde ein TV- oder Radiosender auf derart perfide Art Werbung, Direktverkauf und Information nicht nur vermischen, sondern auch bewusst die Grenzen unkenntlich machen …, der Laden hätte in Windeseile seine Lizenz verloren. Nicht so die neuen Global Player der virtuellen Welt.

Egal was man mithilfe einer Suchmaschine wie Google auch recherchiert, es werden in den Ergebnissen immer kommerzielle Angebote gleich neben Wissensangeboten gelistet, ganz vorne jene, die für die beste Platzierung bezahlen. Und natürlich taucht auch der entsprechende Link zum themenrelevanten Video auf der Schwesterwebseite YouTube auf. Das sieht aus wie ein Service, aber machen wir uns doch bitte nichts vor: Das ist knallhartes Geschäft. Und dessen Währung sind die sogenannten Klicks. Jedes Mal, wenn unser Informationsbedürfnis uns aus der Google-Suche auf die Videoplattform YouTube führt, wird Geld verdient. Durch das Anklicken der Videos werden Werbeeinnahmen generiert. Sogenannte Influencer, die für Geld Meinungen beeinflussen, deshalb heißen sie so (»to influence«, *engl.* = beeinflussen), machen nichts anderes, als in braver Kooperation mit kommerziellen Anbietern oder manipulativen Meinungsanbietern ihre »Informationsempfänger« … ja, gezielt zu beeinflussen!

Und alle bedienen sich dieser Meinungsheinzelmännchen, vom Automobilhersteller bis zum Kinderbekleidungsgeschäft. Während wir glauben, dass wir eine selbstbestimmte Recherche nach Informationen im Netz betreiben, zerren sie uns am unsichtbaren Strick des Algorithmus in Richtung ihres Produktes, ihrer Meinung, ihrer Bewegung. Und sie machen eine Menge Geld damit.

Ausschlaggebend in dem Geschäft ist die Anzahl der Follower. Die »kleinen Fische« der Branche mit einer virtuellen Gefolgschaft von 1000 bis 5000 verdienen immerhin zehn bis knapp 60 Euro pro Beitrag, den sie posten. Prominente und sogenannte Mega-Influencer kommen auf rund 14 000 Euro pro Post.[2] Auch wenn diese Zahlen vielleicht den einen oder anderen überraschen, es ist wahrhaftig kein Geheimnis, dass mit der gezielten Beeinflussung unserer Meinungen sehr viel Geld verdient wird. Das tragen manche dieser Influencer dann auch gern zur Schau. Da posieren Zwanzigjährige bräsig vor Maseratis. Teenager zeigen sich in sündhaft teuren Outfits. Menschen, die nur prominent sind, weil sie als Prominente gelten, halten ihre chirurgisch perfektionierten Hinterteile, nur vage kaschiert durch halb durchsichtige Leggings, formatfüllend ins Bild. Oder die Influencerin zeigt sich stolz an exotischen Traumreisezielen, als sei sie dort aus dem virtuellen Boden gewachsen. Und ihre Follower bewundern sie dafür, ohne zu ahnen, dass es diese Bewunderung ist, die das profitable Schneeballsystem der Meinungsmanipulation überhaupt erst möglich macht.

Warum ist diese Pornografie des neuen, digital generierten Reichtums ein Problem? Die Antwort hat wenig mit Moral zu tun und viel mit Informationsüberflutung, wer hätte das gedacht! Die virtuelle Komplizenschaft der neuen Meinungsmanipulatoren mit ihren schicken kleinen Influencer-Gehilfen und den Algorithmen der verkaufsoptimierenden Konzerne trägt wesentlich zur Radikalisierung bei, zur Polarisierung von Gesellschaften