

Die Logik der Herabsetzung

Mit ihren „Überlegungen zu den Veränderungen der gesellschaftlichen Kommunikation und ihrer Grundlagen“, als Vortrag¹ gehalten bei der Jahreshauptversammlung des Deutschen Bühnenvereins in Nürnberg, zeichnet die Literaturwissenschaftlerin Marina Münkler ein ernüchterndes Bild der sozialen Medien

Text_Marina Münkler



Marina Münkler beim Vortrag vor der Hauptversammlung des Deutschen Bühnenvereins in Nürnberg

Einige kontraintuitive Beobachtungen

Seit mehr als 50 Jahren ist in der Soziologie davon die Rede, dass sich die Industriegesellschaft in eine Wissensgesellschaft transformiert habe, die zu einem Sieg des Wissens über das Nichtwissen führen werde. Diese Erwartung war auch mit der – wie es schien – begründeten Hoffnung verbunden, dass sich bei einer immer besseren Zugänglichkeit von Wissen die Kommunikation, da Wahrheitsfähigkeit und Überzeugungskraft zusammenfallen sollten, zunehmend rationaler gestalten

werde. 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 Kommunikationen aus, sondern durch gesteigerte Emotionalität, nicht durch Anerkennung, sondern durch Herabsetzung. *Invektivität*, das heißt die Modalität der Herabsetzung, die sich quasi ubiquitär in unterschiedlichen Konstellationen und mit zunehmender

Dynamik verbreitet, ist damit zu einem zentralen Modus gesellschaftlicher Kommunikation geworden.

Der Begriff der Invektivität, den ich hier benutzt habe, ist ein Neologismus und der Leitbegriff des Sonderforschungsbereichs *Invektivität. Konstellationen und Dynamiken der Herabsetzung*, der seit 2017 an der Technischen Universität Dresden besteht. Abgeleitet ist er von der römischen Gattung der *oratio inveciva*, der Schmäherede, die nicht zuletzt im Theater seit seiner Entstehung eine der wichtigen performativen Formen der Rede gebildet hat.

Invektivität bezeichnet ein Phänomen, das sich nicht nur in der Rede, sondern in unterschiedlichen kommunikativen Modalitäten äußert und in verschiedenen Konstellationen auftritt und das nicht zuletzt durch Anschlusskommunikationen bestimmt wird. Kennzeichnend für invektive Konstellationen ist zum einen ihre Dynamik, zum anderen aber auch ihre Durchsetzungsfähigkeit gegenüber anderen kommunikativen Modalitäten.

Um Ihnen dies zu erläutern, möchte ich einleitend ein paar Worte zur Wissensgesellschaft und ihrer Innovationsfähigkeit sagen, um im Anschluss deren Rückseite, die Herrschaft der Plattformen und die Logik der Herabsetzung, vorzustellen.

Wissensgesellschaft

Dass dem Wissen in der modernen Gesellschaft eine immer größere Bedeutung zukommt, scheint sich im Begriff der *Wissensgesellschaft* zu spiegeln. Der amerikanische Soziologe Daniel Bell hat das Konzept der Wissensgesellschaft bereits 1973 mit seiner Studie „The Coming of Post-Industrial Society“ bekannt gemacht². Darin hat er die Überzeugung vertreten, die westliche Gesellschaft befindet sich im Übergang von der Industrie zur Wissensgesellschaft, dessen Wirkung ebenso dramatisch sei wie der Übergang von der Agrar- zur Industriegesellschaft im 19. Jahrhundert. Innovationen, so Bell, werden immer stärker von Forschung und Entwicklung getragen (Bell 1985, S. 219). Während in der Industriegesellschaft Arbeit, Rohstoffe und Kapital die wichtigste Basis des gesellschaftlichen Reichtums waren, ist in der postindustriellen Gesellschaft theoretisches Wissen die wichtigste Ressource. Nach Bell lässt sich der Strukturwandel der Gesellschaft auf ökonomischer Ebene an der Entwicklung zur Dienstleistungsökonomie und in kognitiver Hinsicht an der Einbeziehung von Wissenschaft und Wissensarbeit in die Produktion selbst beobachten.

„Die Wissensgesellschaft zeichnet sich nicht durch eine allgemeine Verbreiterung des Wissens aus, sondern durch ein generalisiertes Misstrauen gegenüber Experten und Institutionen.“

Marina Münkler

Das Wesentliche an der Wissensgesellschaft ist demnach, dass auch in der Industrie der Faktor Wissen zum entscheidenden Wachstumstreiber geworden ist. Die Industrie wird damit keineswegs völlig abgelöst, aber ihre Aufgaben verschieben sich. Die Aufgabe besteht demnach zunehmend darin, nicht allein ein physisches Produkt herzustellen, sondern Bedürfnisse der Kunden zu kennen und zu befriedigen. Nicht die Maschine repräsentiert den eigentlichen Wert, sondern die Bedürfnisse, die zu befriedigen sie imstande ist. Das Wissen um die Bedürfnisse der Zielgruppe und die Angemessenheit der Organisation sind damit zum wesentlichen Faktor geworden.

Der Rohstoff Wissen ist freilich überaus komplex, wie sich seit einiger Zeit am Begriff der *Wissensarbeit* zeigt. Wissensarbeit ist dadurch gekennzeichnet, dass das relevante Wissen kontinuierlich revidiert, permanent als verbesserungsfähig angesehen, prinzipiell nicht als Wahrheit, sondern als Ressource betrachtet wird und untrennbar mit Nichtwissen gekoppelt ist. Damit einher geht eine höhere Unsicherheit. Traditionelles Wissen wird entwertet, aber auch das neue Wissen erscheint nun nicht mehr als ein für alle Mal errungene Quelle stabilen Wissens, sondern als ein Wissen, das selbst schon seiner Revision harret. Die Erwartung, dass der mit der Wissensgesellschaft ver-

bundene Wandel kein Ende haben wird und das eigene Wissen ständig einer Revision unterzogen werden muss, führt jedoch zur Zunahme von Unsicherheit.

Gegen diese Unsicherheit scheinen in allererster Linie Experten Abhilfe schaffen zu können. Nicht zuletzt aus diesem Grund ist die Vorstellung von der Wissensgesellschaft stark durch den Begriff des Experten geprägt. In Lexika werden Experten gewöhnlich als Sachverständige, Fachleute, Kenner charakterisiert. Der Experte ist jemand, so heißt es in der *Encyclopaedia Britannica*, der sachkundig ist und über Spezialwissen verfügt. Expertenwissen und Expertise spielen inzwischen in postindustriellen Gesellschaften eine zentrale Rolle, und zwar nicht nur in Technik und Wissenschaft, sondern in praktisch allen Bereichen des Lebens. Das zeigt sich auf ganz unterschiedlichen Feldern. Individuen handeln in vielen Fällen nicht (mehr) intuitiv oder traditionsgeleitet, sondern auf Basis wissenschaftlicher Expertise – bei der Wahl des Studienorts genauso wie bei Gesundheitsproblemen oder in der Kindererziehung. Auch im letzteren Fall lernen Eltern heute nicht mehr von ihren Eltern, sondern aus speziellen Zeitschriften, Fernsehsendungen, Internetinformationen und anderen Quellen, wie sie ihre Kinder erziehen. Auch die so gegebene Wissensabhängigkeit vieler privater Lebens- und Arbeitsbereiche hat zur Plausibilität der Diagnose beigetragen, dass wir heute in einer Wissensgesellschaft leben³.

Genau hier zeichnen sich seit einiger Zeit aber deutliche Veränderungen ab. Maßgebliche Expertise wird heute nicht mehr nur von der Wissenschaft, sondern praktisch in allen Bereichen der Gesellschaft produziert, in Thinktanks, NGOs, Unternehmen und Bürgerbewegungen (Peter Scott, Helga Nowotny, Michael Gibbons: „Rethinking Science: Knowledge and the Public in an Age of Uncertainty“, Cambridge 2001, bes. S. 215–230). Die so konstatierte Ubiquität und Diversität von

Expertise hat freilich nicht zur Präzisierung des Expertenbegriffs beigetragen, im Gegenteil. Sie trägt vielmehr zum Eindruck bei, dass mittlerweile alle auf irgendeine Art zu Experten geworden seien. Und nicht nur das: In dem Maße, in dem Lebens- und Karrierewege immer weniger von Bildung und Traditionen abhängen und Individuen immer mehr als Planungsbüro ihrer eigenen Biographie fungieren, sind sie gezwungen, sich in vielen Dingen schlaue zu machen, um keine Chancen zu verpassen⁴.

Das könnte man zunächst uneingeschränkt positiv betrachten: Eine Wissensgesellschaft zeichnet sich dadurch aus, dass möglichst viele Bürger über Voraussetzungen verfügen, die es ihnen erlauben, das Angebot an Informationen kritisch und uneingeschränkt zu nutzen, um sich ein eigenes Urteil im Sinne bilden zu können. Mit der erleichterten Informationsbeschaffung durch das Internet könnte man insofern davon ausgehen, dass die Wissensgesellschaft eine Gesellschaft ist, in der sich die Zahl der Experten durch geteiltes Wissen immer stärker erweitert. Und für viele Pioniere des Internets war damit die Utopie einer besseren Gesellschaft verbunden. 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, unserem Nächsten zu helfen, ist genau das, was die Gesellschaft zusammenhält und was sie lebenswert macht.“⁵

Postfaktische Gesellschaft, Filterblasen, Echokammern

In den letzten Jahren ist jedoch zunehmend deutlich geworden, dass dies keineswegs der Haupteffekt der stärkeren Zugänglichkeit von Wissen in der Wis-

„Solche Filterblasen reduzieren Informationen, weil sie auf die Wiederholung des immer Gleichen setzen, dessen Inhalte dann als ein stabiles Wissen erscheinen.“

Marina Münkler

sensgesellschaft ist. Hinter deren Rücken hat sich nämlich ein Umgang mit Informationen entwickelt, der die Wissensgesellschaft ad absurdum zu führen scheint. Der Gegenbegriff zur Wissensgesellschaft ist deshalb der Begriff der postfaktischen Gesellschaft. Die Redaktion des *Oxford English Dictionary*, des umfangreichsten Wörterbuchs der englischen Sprache, hat das Wort *post-truth* (postfaktisch) im November 2016 zum internationalen Wort des Jahres gewählt. In der Begründung für die Wahl hieß es, angetrieben vom Aufstieg der sozialen Medien als Nachrichtenquelle und einem wachsenden Misstrauen gegenüber Fakten, die vom (sogenannten) Establishment angeboten würden, habe sich ein Phänomen herausgebildet, das entgegen der Annahme, die immer leichter verfügbaren Informationen würden das faktische Wissen erheblich mehren, tatsächlich auf eine Reduktion des Wissens hinauslaufe, und zwar nicht grundsätzlich auf eine Reduktion des verfügbaren Wissens, sondern auf eine Reduktion des tatsächlich nachgefragten und erworbenen Wissens.

Der amerikanische Internetaktivist Eli Pariser hat dafür in seinem gleichnamigen Buch das Wort *Filterblase* (englisch: filter bubble) oder Informationsblase (englisch: informational bubble) geprägt⁶. Nach Parisers Analyse entsteht die Filterblase, weil Plattformen versuchen, algorithmisch vorauszusagen, wel-

che Informationen der Benutzer auffinden möchte – basierend auf den verfügbaren Informationen über den Benutzer (beispielsweise Standort des Benutzers, Suchhistorie und Klickverhalten). Daraus resultiert eine Isolation gegenüber Informationen, die nicht dem Standpunkt des Benutzers entsprechen.

Weniger auf Algorithmen als auf die Neigungen von Menschen setzt dagegen der von dem amerikanischen Rechtswissenschaftler und Politikberater Cass Sunstein geprägte Begriff der *Echokammer* (echo chamber)⁷. Echokammer bedeutet, dass man in Informationen nur noch das Echo seiner eigenen Stimme, das heißt seiner eigenen Überzeugung wahrnimmt. Mit dem Wort Echokammer wird das Phänomen beschrieben, dass viele Menschen in sozialen Netzwerken dazu neigen, sich mit Gleichgesinnten zu umgeben und sich dabei gegenseitig in der eigenen Position zu verstärken. In den Netzwerken bildet sich dadurch eine fatale Dynamik. Befeuert durch die Echokammer verbreiten sich nur innerhalb einer Gruppe konsensfähige Inhalte und ihnen zugeordnete verstärkende Kommentare innerhalb der Netzwerke wie ein Lauffeuer. Wer den Konsens der Gruppe am besten trifft, wird „geteilt“ und „gelikt“ und erhält zahlreiche Freundschaftsanfragen.

Die Einführung des Like-Buttons durch Facebook im Jahr 2009 hat dieses Phänomen erheblich verstärkt. Zwar hat Facebook bislang darauf verzichtet, einen Dislike-Button einzuführen, aber mit der Einführung von fünf neuen Emojis im Jahr 2016 (Herz, lachendes Gesicht, ein erstauntes Gesicht mit aufgerissenem Mund, ein trauriges Gesicht mit heruntergezogenen Mundwinkeln und ein wütendes Gesicht mit zusammengezogenen Augenbrauen, verkniffenem Mund und rotem Kopf) hat es extrem steuernd in die Kommunikation eingegriffen. Sie sind sehr viel geeigneter, um eine Echokammer zu reproduzieren, weil sie nicht

ein begründbares Urteil, sondern eine Emotion symbolisieren. Mit den emotionalisierten Icons wächst die Echokammer und damit auch der Eindruck, man sei selbst keine Minderheit, sondern eine gesellschaftlich relevante Mehrheit, die nicht nur gleich denkt, sondern auch gleich fühlt. Offenbar sind die am häufigsten verwendeten Emojis der Lach- und der Wut-Button. Lachen ist im Prinzip ambig, weil es ganz unterschiedliche Grundhaltungen transportieren kann; aber aus der Kombinatorik von Kommentaren und Emojis ergibt sich, dass das Lachen zumeist im Sinne von hämischem Gelächter oder als Ausdruck von Schadenfreude eingesetzt wird. Damit bilden sich nicht nur Meinungs- oder

Überzeugungsgemeinschaften, sondern emotionale Gemeinschaften, die als Schmähgemeinschaften funktionieren.

Dieser Effekt wird durch die Filterblase extrem verstärkt. Google, Facebook und Co. unterstützen ihn dadurch, dass die von ihnen eingesetzten Algorithmen dafür sorgen, dass man prioritär Inhalte angezeigt bekommt, die von Gleichgesinnten stammen oder von ihnen „gelikt“ wurden. Das Netz sorgt dafür, dass man vor allem Dinge zu sehen bekommt, die das eigene Weltbild stützen, während unbequeme, dem eigenen Weltbild zuwiderlaufende Informationen herausgefiltert werden. Der moderne Nutzer sozialer Netzwerke befindet sich also, wenn er

nicht gezielt nach seinen Überzeugungen entgegenlaufenden Informationen sucht, in einer Filterblase.

Die Herrschaft der Narrative

Solche Filterblasen reduzieren Informationen, weil sie auf die Wiederholung des immer Gleichen setzen, dessen Inhalte dann als ein stabiles Wissen erscheinen. Auf diese Weise werden nicht zuletzt Verschwörungstheorien verstärkt, in denen wissenschaftliche Experten als Teil oder als unterwürfige Speichellecker des „Establishments“ gelten, denen man keinen Glauben mehr schenkt. Narrative wie

ANZEIGE

BESUCHER

Komödie von Botho Strauß
Premiere: Sa, 5. Oktober 2019, Gr. Haus

DIE PERSER

Tragödie von Aischylos
Premiere: Sa, 9. November 2019, Gr. Haus

NACH MITTERNACHT

Bühnenfassung von Gottfried Greiffenhagen nach dem Roman von Irmgard Keun
Premiere: So, 10. November 2019, Studio

DRACULA

Rockballett von Daniela Meneses nach dem Roman von Bram Stoker
Premiere: Fr, 24. Januar 2020, Gr. Haus

DER REST

Ein Stück von Roland Spranger
Premiere: So, 16. Februar 2020, Studio

STALLERHOF

Oper von Gerd Kühr
Premieren: Sa, 14. März 2020, Gr. Haus
Sa, 21. März 2020, Gr. Haus

DIE VERGEWALTIGUNG

Schauspiel von Saadallah Wannus
Premiere: Sa, 4. April 2020, Gr. Haus

DIE RATTEN

Tragikomödie von Gerhart Hauptmann
Premiere: Sa, 16. Mai 2020

THEATER
HOF
19/20



Der komplette Spielplan unter
www.theater-hof.de

Intendant: Reinhardt Frieße



LANDESTHEATER
SCHWABEN

ES KOMMT DARAU AN



SPIELZEIT 2019/2020

DIE RÄUBER

von Friedrich Schiller ★ I: Julia Prechsl

DEMUT VOR DEINEN TATEN BABY

von Laura Naumann ★ I: Anne Verena Freybott

EIN DEUTSCHES MÄDCHEN (UA)

nach Heidi Benneckenstein ★ I: Mirko Böttcher

DER REISENDE (DE)

nach Ulrich Alexander Boschwitz ★ I: Kathrin Mädler

LIEBE!!! (UA)

von Jens Schnarre ★ I: Jens Schnarre

KONRAD oder DAS KIND AUS DER KONSERVENBÜCHSE

von Christine Nöstlinger ★ I: Ingrid Gündisch

EWIG JUNG

von Erik Gedeon ★ I: Peter Kesten

MUTTER COURAGE UND IHRE KINDER

von Bertolt Brecht ★ I: Pia Richter

ICH RUFE MEINE BRÜDER

von Jonas Hassen Khemiri ★ I: Oliver D. Endreß

VÖGEL

von Wajdi Mouawad ★ I: Thomas Ladwig

37. BAYERISCHE THEATERTAGE
20. bis 31. Mai 2020



Kartenreservierung: 08331 94 59 16
www.landestheater-schwaben.de

etwa die, wir würden alle von der amerikanischen Regierung vergiftet, die Atombombe habe es nie gegeben, der Klimawandel sei eine Erfindung von Spinnern etc. treten damit an die Stelle von evidenzbasierten Fakten. Diese Narrative, also Ausgangspunkte von Erzählungen oder Erzählmuster, treten aber nicht als Erzählungen auf, sondern selbst als Fakten. Dass die amerikanische Regierung uns alle vergifte, wird als ein mit vielen Beispielen belegtes Faktum behauptet, wie dem angeblichen Anstieg der Krebsrate, die von der Regierung und den Experten geheim gehalten würden. Gegenläufige Zahlen werden als Lügen ausgegeben. Mit solchen Narrativen verbindet sich dann häufig auch ein fundamentaler Angriff auf die Wissenschaft, die entweder nur Pseudowissen oder Lügen produziere.

Christian Schwägerl hat in seinem Artikel „How the Attack on Science Is Becoming a Global Contagion“ für das Magazin *Yale Environment 360* (October 3, 2016) die Angriffe auf die Wissenschaft als globale, ansteckende Krankheit bezeichnet, welche von den Akteuren postfaktischer Politik ausgehe: „Es gibt (...) Beispiele in Europa und den USA, wie eine Welle der postfaktischen Politik den wissenschaftlich fundierten Fortschritt gefährdet.“ Als solche Beispiele nennt er das Bestreiten des Klimawandels und die Verweigerung einer evidenzbasierten gemeinsamen Fischereipolitik in der EU durch britische Politiker. Es zeigt sich auch in der Parole der Brexiteers „take back control“, die alle Aspekte eines klassischen Narrativs umfasst: Sie behauptet einen vorgängigen Kontrollverlust, der negativ markiert ist, sie macht ein Zukunftsversprechen, nämlich, dass man die Kontrolle zurückerlangen und damit alle Probleme lösen könne, und sie fordert zur Aktion auf: Hol dir zurück, was dir genommen worden ist!

„Fraglos sind die sozialen Netzwerke zum idealen Nährboden für jedwede Propaganda geworden, zumal der Einsatz der Roboter für die Betreiber risikolos und schwer nachweisbar sei.“

Marina Münkler

Die Herrschaft solcher Narrative zeigt sich nicht nur an der Abwertung von Expertenwissen, sondern auch an der Abwertung des Qualitätsjournalismus⁸. Im Internet sind die etablierten Massenmedien als Nachrichtenlieferanten zwar weiterhin relevant, aber sie sind nicht mehr tonangebend. Sie reagieren eher auf die Kommunikationen der Plattformen, als dass ihre Informationen dominieren. Und mit den eingeräumten Kommentarmöglichkeiten ermöglichen sie – bei allen Versuchen der Grenzziehung durch Netiquette und die Moderation von Kommentaren – das Überschwappen von emotionalisierter Kommunikation auf ihre Seiten.

Die digitale Revolution hat Journalisten als Schleusenwächter des öffentlichen Diskurses in den Augen vieler überflüssig gemacht. Die Zahlungsbereitschaft des Publikums für Journalismus ist geschwunden, die Werbeerlöse, aus denen sich Redaktionen finanzieren lassen, sind rapide geschrumpft. Werbung lässt sich aufgrund der von Google, Facebook und anderen verwendeten Algorithmen, die auf einem immer genaueren Nutzerprofil basieren, im Internet sehr viel gewinnbringender platzieren. Das dürfte anfangs der Hauptgrund für den Einsatz von Algorithmen ge-

wesen sein, deren fataler Nebeneffekt darin besteht, dass zahlreiche Menschen heute in Filterblasen leben. Zwischenzeitlich hat sich, wie der Fall von *Cambridge Analytica* verdeutlicht hat, gezeigt, dass sich nicht nur Produktpräferenzen, sondern auch Wahlpräferenzen auf diese Weise steuern lassen. Zwischen Politik und Waren besteht insofern kein Unterschied mehr. Die rechtspopulistische Forderung nach dem Einsatz von Volksentscheiden hat insofern eine gänzlich andere Zielrichtung als die Steigerung der demokratischen Beteiligung – sie steigert die Beeinflussungsfähigkeit.

Die Algorithmen von Google, Facebook und Twitter sorgen zusätzlich dafür, dass Narrative sich in den Filterblasen der sozialen Netzwerke mit enormer Geschwindigkeit ausbreiten. Algorithmen tragen dazu erheblich 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. Der amerikanische Rechtswissenschaftler Frank Pasquale (University of Maryland) spricht deshalb von einer *Black Box Society*, in der wir mehr und mehr leben⁹.

Hinzu kommt, dass Social Bots inzwischen zunehmend leibhaftige Trolle ersetzen, die im Netz im Sinne ihrer Auftraggeber Stimmung machen. Sie schüren Hass, sorgen durch tausendfach variierte Kommentare, vor allem aber durch Likes, Shares und Emojis dafür, dass ihre Botchaften im Netz mithilfe der Algorithmen verbreitet werden. Der Politologe und IT-Experte Simon Hegelich (TU München) hat 2016 bei einer Klausurtagung der österreichischen Verleger vorgeführt, wie einfach das geht: 10.000 Twitter-Konten sind für 499 Dollar zu haben. Diese mit Roboterintelligenz auszustatten kostet ebenfalls so gut wie nichts. Bereits ein Drittel aller Twitter-Nutzer, so schätzt Hegelich, könnten Social Bots sein – Tendenz

steigend¹⁰. Facebook veranschlagt die Zahl der Bot-Accounts weltweit auf rund 15 Millionen – was zweifellos deutlich untertrieben ist. Like-Buttons können noch sehr viel billiger erworben werden, und mittlerweile ist deren Steuerung so intelligent, dass sie nicht mehr sofort auffallen, wie noch vor wenigen Jahren, als die Internetadressen der Fans von bestimmten Politikern plötzlich alle aus Russland kamen. Mittlerweile sind die Tarnungen sehr viel professioneller, und es ist nur wenig teurer, sich echt aussehende Bots zu kaufen. Fraglos sind damit die sozialen Netzwerke zum idealen Nährboden für jedwede Propaganda geworden, zumal der Einsatz der Roboter für die Betreiber risikolos und schwer nachweisbar sei.

Die Illusion der Unmittelbarkeit

Emotionale Gemeinschaften, die einmal ein zentraler, wenngleich flüchtiger Aspekt des Theaters als Ort der Anwesenheitskommunikation gewesen sind, haben sich zunehmend in die Abwesenheitskommunikation der Internetplattformen verlagert, die allgemein als soziale Medien bezeichnet werden. Diese Begriffsprägung diente einmal dazu, sie von den Informationsmedien, insbesondere den klassischen Informationsmedien, zu trennen und zu betonen, dass es sich um Orte der vorwiegend privaten Kommunikation handele, die eine stabile Vernetzung mit abwesenden Freunden, Familienmitgliedern etc. ermögliche. Tatsächlich handelt es sich aber um Plattformen, die zu einer Vermischung von privater und öffentlicher, von persönlicher und politischer, informationeller und emotional geprägter Kommunikation geführt haben. Diese Vermischung wird von den Algorithmen der Internetgiganten vorangetrieben, die Kommunikationen in hohem Maße steuern. Sie wird aber auch von dem Bedürfnis nach Gemeinschaftsbildung und Übereinstimmung vorangetrieben, die zu Echo-kammern führen. Die scheinbare Unmit-

**SPIELZEIT
2019/2020**

Erwartungen

MUSIKTHEATER

DON GIOVANNI

Wolfgang Amadeus Mozart

ABENTEUER IM SPIELZEUGLAND (DE)

Victor Herbert

DAS LÄCHELN EINER SOMMERNACHT

Steven Sondheim

DIE LETZTEN FÜNF JAHRE

Jason Robert Brown

HOFFMANN'S ERZÄHLUNGEN

Jacques Offenbach

DIE LUSTIGE WITWE

Franz Lehár

AIDA

Giuseppe Verdi

KIND, ICH SCHLAFE SO SCHLECHT

Jürgen Pöckel

DER LIEBESTRANK

Gaetano Donizetti

BALLETT

GISELLE

Annett Göhre

DIE MÖWE JONATHAN (UA)

Annett Göhre

MAX PECHSTEIN BEWEGT (UA) – „ARBEITEN! RAUSCH! GEHIRN ZERSCHMETTERN!“

Annett Göhre

GLASHÄUSER (UA) בתי זכוכית

Oded Ronen

DIE VIER JAHRESZEITEN (UA)

Annett Göhre

SCHAUSPIEL

WIR SIND AUCH NUR EIN VOLK

nach Jurek Becker

DIE BESSEREN ZEITEN SAGEN GUTEN TAG

Prosa, Lyrik und Songs über die politische Wende 1989

RUMPELSTILZCHEN

nach den Gebrüder Grimm

HONIG IM KOPF

Florian Battermann

DER BESUCH DER ALTEN DAME

Friedrich Dürrenmatt

AUF EIS

Petra Wüllenweber

DER ZERBROCHNE KRUG

Heinrich von Kleist

FRANKENSTEIN – DAS MONSTER IN UNS

nach Mary Shelley

ROCK OF AGES

Chris D'Arienzo

DIE KUH ROSMARIE

Andri Beyeler

theater
plauen zwickau

www.theater-plauen-zwickau.de

telbarkeit der Kommunikation ist tatsächlich extrem vermittelt.

Gleichzeitig hat die Illusion der Unmittelbarkeit eine mediale Dauerkommunikation befördert, die emotionalisierte Kommunikation zum eigentlichen Daseinszweck macht. Man muss nie mit sich allein sein, sondern kann sich stets mit Freunden, Fans und Followern umgeben oder kann sich in Fans und Follower bestimmter Personen verwandeln. Das Zeitalter der Langeweile und der Einsamkeit scheint so abgeschafft. Um sich mit anderen zu verbinden und zu verbünden, muss man nirgendwo mehr hingehen.

Bemerkenswerterweise gibt es viele Hinweise darauf, dass die Bildung emotionalisierter Gemeinschaften über negative Emotionen wie Zorn, Wut und Hass, die sich in Schmähungen, Herabsetzungen und Stigmatisierungen äußern, sehr viel effektiver und politisch ausschlagbarer ist als die Bildung positiv emotionalisierter Gemeinschaften. Jedenfalls wird über negative Emotionalisierung die Grenze zwischen privat und öffentlich in einer anderen Weise eingerissen als bei positiv emotionalisierter Kommunikation. Positive Emotionalisierung taugt eher zur rührseligen Kommunikation von Freundschaft oder Anhängerschaft. Negative Emotionalisierung hingegen fördert die Bildung von Aktionsgemeinschaften, die von Schmähgemeinschaften bis extremen Bewegungen und politisch motivierten Anschlägen reichen. Sie drängt insofern in anderer Weise zur Aktion als positive Emotionalisierung. Sie schafft andere Möglichkeiten von Anführerschaft, die nicht zuletzt durch die Überbietungslogik der Herabsetzung funktioniert.

Die Logik der Herabsetzung beruht auf Steigerung: dem noch schärferen bösen Witz, der noch kränkenderen Formel, der noch deutlicher schmähenden Äußerung, die einem mehr Anhänger einbringt. Die Logik dieser Kommunikation produziert so Formen der Anführerschaft, die nicht

zuletzt von Virilitätsmodellen gesteuert werden, bei denen Schmähung als Steigerung von Männlichkeit funktioniert. Die Logik der Herabsetzung wird zwar auch von Frauen reproduziert, aber die Logik dieser Herrschaft ist in erster Linie männlich geprägt. Donald Trump – an den Sie vermutlich alle bereits gedacht haben – ist einer der Prototypen dieses Kommunikationsmodells, zu dem aber auch Putin, Erdoğan und Bolsonaro gehören, ebenso zahlreiche Rechtsradikale.

Die Plattformdemokratien, und das könnte das sein, worauf wir zusteuern, produzieren damit eine Logik der Herabsetzung, die ein durchgängiges Kennzeichen ihrer Funktionsmodi ist. Sich ihr zu stellen und ihr entgegenzutreten dürfte eine der zentralen Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte sein. ■

¹ Die Vortragsform wurde bewusst beibehalten, Belege wurden in den Fußnoten ergänzt.

² Deutsche Übersetzung: *Die nachindustrielle Gesellschaft*, Frankfurt a. M. 1985.

³ Zu Theorien der Wissensgesellschaft vgl. Alexander Bogner: *Gesellschaftsdiagnosen. Ein Überblick*, 3. überarbeitete Auflage, Weinheim/Basel 2018, S. 173–194.

⁴ Vgl. Ulrich Bröckling: *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*, Berlin 2007.

⁵ Vgl. Richard Stallman, in: *WOS1*, 7/1999. *Wizards of OS. Offene Quellen und Freie Software, Konferenz, am 16.–17.7.1999, im Haus der Kulturen der Welt, Berlin*, https://archive.org/details/WOS1_170799_1600_HOFMANN

⁶ Vgl. Eli Pariser: *Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden*, München 2012.

⁷ Vgl. Cass R. Sunstein: *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton University Press 2017, bes. S. 5–13 und 114–118.

⁸ Vgl. Stephan Ruß-Mohl: *Auf dem Weg in die Desinformationsökonomie?*, in: Karl Nikolaus Renner, Tanjev Schultz, Jürgen Wilke (Hg.): *Journa-lismus zwischen Autonomie und Nutzwert*, 2017, S. 185–212.

⁹ Vgl. Frank Pasquale: *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Cambridge, Mass. 2015.

¹⁰ Vgl. Simon Hegelich: *Invasion der Meinungsroboter. Konrad-Adenauer-Stiftung: Analysen und Argumente*, Ausgabe 221, September 2016 [<https://www.kas.de/analysen-und-argumente/detail/-/content/social-bots>]; letzter Zugriff am 14.7.2019]. Vgl. auch Simon Hegelich, Dietmar Janetzko: *Are Social Bots on Twitter Political Actors? Empirical Evidence from a Ukrainian Social Botnet*, in: *Proceedings of the Tenth International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2016)*, S. 579–582.



UNSERE AUTORIN

Professor Dr. Marina

Münkler hat seit Januar 2010 die Professur für Ältere und frühneuzeitliche deutsche Literatur und Kultur an der TU Dresden inne. Sie ist stellvertretende Sprecherin des Sonderforschungsbereichs „Invektivität. Konstellationen und Dynamiken der Herabsetzung“ und leitet das Teilprojekt E: „Sakralität und Sakrileg. Die Herabsetzung des Heiligen im interkonfessionellen Streit des 16. Jahrhunderts“. Seit Februar 2017 ist sie Mitglied des Wissenschaftsrats.

Schwerpunkte ihrer Lehr- und Forschungstätigkeit sind unter anderem Invektivität, Figurationen und Narrative von Risiko, die Tradition der Faustbücher in der deutschen und europäischen Literatur sowie Migration und Integration.

Ihre wichtigsten Veröffentlichungen:

- » „Erfahrung des Fremden“, Berlin 2000
- » »Narrative Ambiguität. Die Faustbücher des 16. bis 18. Jahrhunderts“, Göttingen 2011
- » „Marco Polo“, München 2015
- » „Die neuen Deutschen“ (gemeinsam mit Herfried Münkler), Berlin 2016
- » In diesem Herbst erscheint bei Rowohlt Berlin: „Abschied vom Abstieg. Eine Agenda für Deutschland“