

## ***BIG PLAYER - ESSAY ZU GOOGLE, FACEBOOK, AMAZON***

### **Teil 1 – Über Gespräche, Events, Likes und eine geschlossene Tür**

Während der letzten Wochen habe ich mehrere längere Gespräche bzw. Interviews mit anspruchsvollen Inhalten transkribiert. Beim Verschriftlichen eines mündlichen Gesprächs von einer mp3-Datei in Text kann man gut *beobachten* bzw. hören, wie sich Gedanken formen: langsam, zögernd, tastend von einem Punkt zum nächsten nimmt ein Gespräch, die Kommunikation zwischen den Gesprächsparteien, seinen Gang. Als derjenige, der transkribiert, ist man (zu)hörender Beobachter, ein Ohrenzeuge. Neben dem Inhalt des Gesprächs, auf den es natürlich in erster Linie ankommt, registriert man auch Kleinigkeiten am Rande. Man nimmt wahr, wenn gegessen und getrunken wird; man hört, wenn gezögert wird; man hört die Stille, wenn das Gespräch stockt und man hört auch, wenn sich die Gedanken überschlagen und gegenseitig befruchten. Wenn alle reden, wird es schwierig, auch mit einer guten Transkription.

In den sozialen Medien äußern sich (fast) alle und mehr oder weniger laut; auch dort ist es schwierig der Poly- oder Kakophonie der Meinungen und Bilder zu folgen. Bei Twitter wird in Kurzform *gezwitschert*, vieles ohne Belang – in den meisten Fällen reine Effekthascherei, eine Jagd nach *Aufmerksamkeit*. Auf Instagram werden laut einer älteren Statistik rund 350 Millionen Fotos und auf Facebook 2 Milliarden Fotos pro Tag hochgeladen; 2015 registrierte Snapchat ca. 1,25 Milliarden Bilder pro Tag und Facebook registrierte für das Jahr 2017 weltweit ca. 1,2 Billionen Fotos, davon 85% via Smartphone: eine Entwertung der Fotografie. Qualität verschwindet und geht auf in der Masse.

Die Tätigkeit des Transkribierens hat mir einmal mehr klar gemacht, dass eine gelungene Kommunikation oder ein gelungenes Gespräch Lichtjahre entfernt ist von der Kommunikation wie sie häufig in den sogenannten *sozialen Medien* stattfindet. Worum es hier geht, ist, phänomenologisch ein *Unbehagen an der social-media-Kultur* zu beschreiben. In den *sozialen Medien* kann man nicht zuschauen und erleben, wie sich Gedanken langsam durch die Sprache formen; dort gibt es wenig miteinander, sondern in der Hauptsache die schnell verfasste Meinung, die Aufmerksamkeit in Form von Likes

generieren will. Kaum verfasst sind diese Art Gefechte im digitalen Raum schon Vergangenheit, eingeholt und überholt vom nächsten Tweet, der Aufmerksamkeit erregen will. Einzig ein *Shitstorm* sorgt gelegentlich noch für ein etwas längeres Echo, einen etwas längeren Nachhall. Vielleicht beschädigt (korrumpiert) die Kurz- und Nullkommunikation via Twitter die Form eines guten Gesprächs ebenso wie der Konsum von Pornographie die Sexualität.

Sinnhaltige Gespräche, Debatten und Diskussionen, in denen es um den Austausch von Argumenten geht und nicht um die Frage, ob etwas ein schönes oder gelungenes Event gewesen ist, finden woanders statt, definitiv aber nicht auf/in den sozialen Medien, die ihrerseits zu einer *Gesellschaft des Spektakels*<sup>1</sup> passen. Letztere sind keine Vorbilder für eine vernünftige Diskussion oder einen Diskurs. In diesen *Medien* überwiegt das Meinen und das Recht-haben-müssen, nicht das Argument oder die längere, ausführliche und mitunter langsame Argumentation mit Gründen. Die *Kunst* des Selbst-Marketings der sozialen Medien besteht u.a. darin, viel von sich (selbst) zu sprechen und nichts zu erzählen (zu haben), was zum Beispiel als Nebeneffekt dazu führt, aus kulturellen Veranstaltungen *Events* zu machen und diese kompatibel für die *sozialen Medien* gestalten zu müssen, so dass weniger über Inhalte und mehr über den *Performance-Charakter* von kulturellen Veranstaltungen gesprochen wird. War die Performance gut, war die Veranstaltung gut. Ideen, Argumente und Gedanken werden in diesem Zusammenhang eher als (ver)störend wahrgenommen. Sie stören das Vergnügen. Event und Performance als Formen verdrängen zuerst und ersetzen später Denken und Erzählen. (Medien-)Stars und *Namen* füllen Säle sowie Feuilletons und Talkshows.

Nun ist es nicht so, dass ich keinen Spaß verstünde, keinen Humor hätte, Unterhaltung nicht schätzen würde oder nie auf/in *sozialen Medien* präsent gewesen wäre. Ich hatte wie andere auch Accounts bei Facebook, Twitter, Instagram, Google +, LinkedIn, Diaspora und auf anderen Plattformen. Abwechslungsreich war, mit Menschen *vernetzt* gewesen zu sein, die man über längere Zeit zum Beispiel nach dem Abitur oder nach dem Studium

---

<sup>1</sup> Guy Debord: *Die Gesellschaft des Spektakels*. Edition Tiamat, Berlin 1996 - (Erstveröffentlichung 1967)

oder nach dem Wechsel eines Wohnortes oder Arbeitsplatzes aus dem Auge verloren hatte. Diese Art der Vernetzung konnte so etwas wie verloren geglaubte Nähe (wieder) herstellen bzw. die Illusion davon; denn man sah sich ja nicht wirklich, saß sich nicht Auge in Auge gegenüber, musste es nicht miteinander in einem Raum aushalten. Dennoch war es schön, manchmal die eine oder andere *Nachricht* zu bekommen oder selbst zu verschicken.

In der Zwischenzeit scheinen *soziale Medien* zu *a-sozialen Medien* geworden zu sein. In ihnen sind zunehmend Extreme präsent, in ihnen herrscht in vielen Postings zum Beispiel aus dem politischen Raum ein mehr oder minder unterschwelliger oder offener Hass. (Anonyme) Diffamierungen scheinen fast schon alltäglich zu sein. Ein Gespräch aber, wie zum Beispiel das zwischen S. Clarke und G.W. Leibniz über den Raum, das freilich in Briefen stattfand, wird man wahrscheinlich weder bei Facebook noch bei Twitter finden. Qualität kostet in den *sozialen Medien* Zeit und langweilt eher und schnell – die *Währung* in den *sozialen Medien* ist Aufmerksamkeit. Dazu braucht man Schnelligkeit, um ein Thema zu (be)setzen, bevor es jemand anderes macht. Auch in der realen Welt scheint Aufmerksamkeit wichtiger denn je zu sein (zu werden). Bedacht, Langsamkeit, Genauigkeit, das Zögern, das Abwägen, das Argumentieren, das Denken oder auch das Erzählen, das Geschichte(n) ausbreitet und entfaltet, scheinen durch eine Applausmaschine der Likes<sup>2</sup>, die die Meinung, aber nicht das Urteil, oder den schnell produzierten Satz mag, verdrängt und untergeordnet zu werden. *Bullshit* scheint Konjunktur zu haben, so dass „wie die Fettaggen auf der Suppe (...) im heutigen Medienzeitalter viele Schaumschläger und Skandalnudeln oben mit(schwimmen). (...) Der Schriftsteller Norman Mailer meinte dazu lakonisch: *Die Stillen haben heutzutage nicht die geringste Chance, ausgenommen auf dem Friedhof.*“ So schrieb die WELT.

Im Informationszeitalter haben „wir den Ausbau eines Bedeutungsnetzwerks heute so weit getrieben, dass wir längst mehr Zeit in der Informationswelt als in einer von dieser unberührten Natur zubringen.“<sup>3</sup> Wir sitzen vor den Bildschirmen, den *schwarzen Spiegeln*

---

<sup>2</sup> *Die Applausmaschine* war ein Buchtitel von Ana Blandiana. – Wozu permanentes Liken und Bewertungen führen können, zeigt die Folge *Abgestürzt* aus der Serie *Black Mirror* (Netflix)

<sup>3</sup> Markus Gabriel: *Der Sinn des Denkens*. Ullstein, Berlin (2) 2019, S. 107

unserer Smartphones oder Notebooks und warten auf Ereignisse: auf ein Like, eine Mail, eine SMS oder eine Antwort, statt in der Welt zu sein oder in die Welt zu gehen.

Diese Aspekte zu den *sozialen Medien* sind hier angeführt, damit klar wird, dass mir die *sozialen Medien* nicht fremd sind. In/auf den sozialen Medien *befreundet* gewesen zu sein mit Biologinnen und Biologen, Literaturwissenschaftlerinnen und Literaturwissenschaftlern, Schriftstellerinnen und Schriftstellern, Physikerinnen und Physikern, Chemikerinnen und Chemikern, Juristinnen und Juristen, Philosophinnen und Philosophen, Sportlerinnen und Sportlern, Journalistinnen und Journalisten, Fotografinnen und Fotografen, Lehrerinnen und Lehrern, Personalberaterinnen und Personalberatern, Unternehmensberaterinnen und Unternehmensberatern, Politikerinnen und Politikern, Familienangehörigen, Freunden, zufälligen und weniger zufälligen Bekannten u.v.a.m. im In- und im Ausland hat auch Spaß gemacht. Es war ein Zeitvertreib, aber auch ein Zeitfresser. Man konnte sich schnell, unkompliziert und bei passender Gelegenheit eine Nachricht oder ein Lebenszeichen schicken, aber diese Nachricht oder das Lebenszeichen ersetzt(e) nicht das Gespräch. Und das in-Kontakt-bleiben ginge und funktioniert auch per Telefon, Brief, Postkarte, Mail oder persönlich; niemand braucht *WhatsApp* wirklich. Und - Google sowie Facebook und auch andere wüssten jetzt schon, wer mit diesen in der Aufzählung genannten *Freunden* gemeint sein könnte, wenn dies ein *Posting* oder *Tweet* wäre. Diskretion und Privatheit sind nicht die Sache der *sozialen Medien*, die neben anderem Plattformen für Werbung und Marketing sind. Ganz nebenbei gilt auch, dass überflüssiger Datenverkehr digitaler Müll ist, der noch dazu eine schlechte Klimabilanz hat. Serverfarmen verbrauchen immens viel Energie. In der Hauptsache aber sind Firmen wie Facebook oder Google in eigener Sache unterwegs und *Freunde* von Niemandem, außer von sich selbst.

Ein Facebook Motto war: "Move Fast And Break Things." Das hieß für die Geschäftspolitik von Facebook, *innovativ* und schnell Dinge einfach zu machen und zu etablieren, bevor der Kunde oder auch der Gesetzgeber überhaupt bemerkt, was läuft. Denn sind die Dinge erst einmal etabliert, lassen sie sich kaum noch berichtigen und zurückdrehen schon gar nicht. Datenschutz und Privatheit gibt es nicht in/auf den sozialen

Kanälen. Es ist wie bei den Banken: Too big to fail. Die (virtuellen) Geister, die man rief und freudig willkommen hieß, wird man nicht mehr los, außer man hält es wie Peter Handke – „Von dem, was die anderen nicht von mir wissen, lebe ich.“ – und schließt eine Tür.

---

## **THOMAS BRASCH** **Schließ die Tür und begreife**

SCHLIESS DIE TÜR UND BEGREIFE,  
daß niemandem etwas fehlt,  
wenn du fehlst, begreife,  
daß du der einzige bist der ohne Pause  
über dich nachdenkt,  
daß du die Tür schließen kannst  
ohne viel Aufhebens und ohne Angst,  
es könne dich einer beobachten.  
Dich beobachtet keiner.  
Du fehlst keinem.  
Wenn du das begriffen hast,  
kannst du die Tür schließen hinter dir.

**Fortsetzung folgt:** TEIL 2 – Zu S. Zuboff: *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*

---