

Anmerkung:

1

Kucklick, C.:
Die granulare Gesellschaft.
Wie das Digitale unsere
Wirklichkeit auflöst.
 Berlin 2014

Wie verändert sich unser Zusammenleben durch die Digitalisierung? Dieser Frage geht Dr. Christoph Kucklick in seinem Buch *Die granulare Gesellschaft*¹ nach. Kucklick ist Soziologe und Chefredakteur der Zeitschrift „GEO“. Seine These: Aufgrund der Datenmassen, die digital erfasst werden, erhalten wir eine neue Wahrnehmung von der Welt, infolgedessen sich gesellschaftliche Institutionen auflösen. tv diskurs sprach mit ihm darüber, was das für die klassischen Medien bedeutet.

„Wir müssen unsere Intelligenz mit Maschinenintelligenz paaren!“

In Ihrem Buch *Die granulare Gesellschaft* beschreiben Sie drei Revolutionen, die durch die Digitalisierung ausgelöst werden. Worin bestehen diese?

Im Kern bedeutet Digitalisierung eine Art Messrevolution. Wir sind durch digitale Sensoren, Kameras und Rechner in der Lage, alle Phänomene in unserer Welt – unsere Gesellschaft, Körper, Natur – auf neue Weise zu erfassen: feinkörniger, granularer, wie Computerwissenschaftler sagen. Und das verändert buchstäblich die Wirklichkeit, in der wir leben – so wie einst Galileo Galileis hochauflösendes Fernglas die Realität verändert hat.

Aus der Granularisierung ergeben sich drei große Umwälzungen. Die erste nenne ich die Intelligenzrevolution. Das heißt, die Daten, die bei der Vermessung anfallen, können wir nur noch mithilfe von intelligenten technischen Systemen verarbeiten und auswerten. Ohne sie können wir uns und unsere Welt nicht mehr verstehen. Für unsere Zukunft wird daher entscheidend sein, wie sich Menschen- und Maschinenintelligenz miteinander verbinden. Wir stehen also nicht, wie etwa Bill Gates und Stephen Hawking behaupten, davor, von den Maschinen unterjocht zu werden, sondern werden mit ihnen kooperieren.

Das zweite ist die Differenzrevolution. Sie wird von einem einfachen Umstand mit großer Wirkung getrieben: Je genauer wir messen, desto genauer treten Unterschiede hervor. Beispiel Medizin: Aufgrund der granularen Messungen, die durch digitale Sensoren möglich werden, erkennen Ärzte jetzt die enormen individuellen Unterschiede bei Krankheiten, die sie vorher für ziemlich ähnlich gehalten haben. Schon sagen Forscher, die bisherigen groben medizinischen Kategorien beginnen zu zerfallen, kurz gesagt: Wenn mein Diabetes sich von deinem so gründlich unterscheidet, ist es dann noch dieselbe Krankheit? Ähnliches passiert auch im Sozialen oder in der Politik: Überall verstärken digitale Technologien die Unterschiede. Unsere Gesellschaft wird von Differenzen überschwemmt – damit müssen wir umgehen lernen.

Die dritte Umwälzung bezeichne ich als Kontrollrevolution. Im Medium des Digitalen stellen sich Machtfragen ganz neu: Wem gehören jene wirklichkeitsverändernden Daten? Wer deutet sie? Nach welchen Kriterien? Welche Regelungen benötigen wir? Bisher haben wir darauf relativ wenig Antworten. Das, was in unseren Datenschutzgesetzen formuliert wird, reicht überhaupt nicht aus; die neue Europäische Datenschutzrichtlinie ist ein gutes Beispiel für diese Unzulänglichkeit.

**Bleiben wir zunächst bei der Intelligenzrevolution.
Wie könnte man die Daten intelligent nutzen?**

Das geschieht ja bereits massenhaft. Google hat eine sehr intelligente Weise erfunden, im Meer des Internets zu navigieren; die (digitale) Sequenzierung des Genoms hat mit neuer Intelligenz unsere Innenwelt erschlossen; Maschinenlernen, Präzisionslandwirtschaft, selbstfliegende Flugzeuge, Frühchenstationen, auf denen hochsensible Sensornetzwerke Leben retten – die Zahl von Beispielen sinnvoller Datenintelligenz ist schier endlos. Dabei ist mein Begriff von Intelligenz nicht sonderlich anspruchsvoll. Ich gehe nicht davon aus, dass diese Maschinen in irgendeiner Weise Bewusstsein haben oder auch nur ansatzweise den ganzen beeindruckenden Umfang menschlicher Fähigkeiten besitzen. Davon sind wir noch sehr weit entfernt. Aber schon unser jetziger Stand maschineller Intelligenz wirft gewaltige Probleme auf. Denken Sie z. B. an selbstfahrende Autos. Wie regulieren wir mehr oder weniger selbsttätig agierende Dinge? Welche Ethik geben wir ihnen? Das sind Fragen, die tatsächlich radikal neu sind in der Menschheitsgeschichte. Bislang haben wir nur menschliche Subjekte als Akteure behandeln müssen, das wird sich ändern. Aber wie? Davon haben wir noch keine Vorstellung.

Ethische Fragen stellen sich auch durch die Differenzrevolution. Wenn alle Menschen individueller erfasst werden als bisher, führt das dazu, dass Solidarsysteme infrage gestellt werden können, die ja darauf basieren, alle Menschen im Großen und Ganzen als gleich anzusehen. Welche Folgen erwarten Sie von der Differenzrevolution?

Sehr viele. Versicherungen beginnen etwa damit, kleine Telematikkästen in Autos einzubauen und genau zu verfolgen, wie Autofahrer fahren – um dann jedem gemäß der Fahrweise personalisierte Versicherungsleistungen anzubieten. Ähnliches deutet sich bei Gesundheitsversicherungen an: Wer seine Sportaktivitäten und seine Vitalwerte überwachen lässt, erhält maßgeschneiderte Tarife. Das setzt unsere bisherigen Versicherungssysteme extrem unter Druck, die ja darauf beruhen, dass sie nicht viel über die Einzelnen wissen und daher alle mehr oder weniger gleich behandeln. Auf diesem „Schleier des Nichtwissens“ beruht unser Solidarsystem – und der beginnt sich aufzulösen.

Gilt das auch für den Staat? Womöglich personalisiert auch er seine Dienstleistungen. Die Höhe des BAföG würde sich dann vielleicht nach den individualisierten Profilen von Studierenden richten, die verraten, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass die Studierenden den Kredit rechtzeitig und in voller Höhe zurückzahlen. Auch könnten Steuern extrem differenziert und nach neuen Kriterien erhoben werden.



Wir kommen aus einer relativ grobkörnigen Welt, wo wir nicht genau wussten, was mit den Einzelnen los ist – und haben darum sehr erfolgreiche Sozialsysteme gebaut. Müssen wir jetzt neue erfinden für die granulare Welt? Oder die Granularität in diesen Bereichen verbieten?

Das heißt, wir müssen uns jetzt entscheiden, was uns wirklich wichtig ist. Man könnte z. B. sagen: Wir wollen gar nicht jeden so individuell erfassen. Uns ist das Solidarprinzip lieber. Dazu müsste sich die Gesellschaft aber bewusst entscheiden.

Bisher war das keine Frage der Entscheidung, denn wir hatten kaum eine andere Wahl. Nun müssen wir uns politisch neu verständigen. Das schlägt bis auf grundlegende Gerechtigkeitsvorstellungen durch. Die Überlegung, jeden nach seinen Möglichkeiten und Meriten zu behandeln und nicht nach abstrakten Gleichheitskriterien, widerspricht den Überzeugungen der Moderne – aber dahinter stecken durchaus auch alte philosophische Gerechtigkeitsgrundsätze, die nicht per se völlig abwegig sind. Aber der Schritt von dem einen System zum anderen wäre gewaltig und würde ganz viele unserer sozialen Institutionen infrage stellen.

Damit verbunden ist auch die Frage, ob mehr Individualität zu mehr Egoismus oder zu mehr Empathie führt.

Zum einen könnte man natürlich erwarten, dass hyper-individualisierte Wesen, zu denen wir werden oder schon geworden sind, eine große Toleranz für die Unterschiedlichkeit der anderen entwickeln – und dass man sich gewissermaßen auf der Gleichheit der Unterschiede zusammenfindet. Das wäre eine zuversichtliche Annahme. Oder werden die Unterschiede unüberbrückbar? Ich habe gerade von einer Studie gehört, die sich damit beschäftigt hat, wie wir im Digitalen potenzielle Partner daten und Beziehungen anbahnen. Ergebnis: Es wird immer schwieriger, ein passgenaues Gegenüber zu finden. Die granularen Unterschiede werden nicht toleriert, sondern führen dazu, dass immer weniger Partner infrage kommen. Das wäre für mich ein Hinweis darauf, dass Sozialformen eher geschwächt werden.

Kann das zu einem Zerfall der Gesellschaft führen?

Das ist eine der spannendsten Fragen überhaupt. Ich sehe komplett gegenläufige Entwicklungen. Digitale Medien erlauben uns einerseits ein viel intensiveres Gespräch und mehr Möglichkeiten, uns zu informieren, miteinander in Kontakt zu treten, uns auszutauschen. Andererseits spricht vieles für den Gedanken, dass sich Gesellschaften polarisieren, ökonomisch eh, aber auch sozial. Dass also die Kommunikationen härter werden, dass Leute in ihrer Filter Bubble bleiben oder sich in kleinen Unter-Communities isolieren. Wir wissen noch nicht genau, worauf es hinausläuft. Bislang war ich eher auf der optimistischen Seite und bin gerade im Begriff, die Fragmentierungserscheinungen als bedrohlicher zu empfinden, als ich das noch vor Kurzem getan hätte. Möglicherweise auch aufgrund der aktuellen Ereignisse in Europa und Deutschland.

Sie schreiben in Ihrem Buch, dass sich durch die Digitalisierung Institutionen auflösen werden. Dazu zählen auch die klassischen Medien. Wie wird sich das entwickeln?

Es entwickelt sich ja schon. Netflix und andere Streamingdienste bedeuten ja schon eine Auflösung des linearen Fernsehens. Man kann nach seinem eigenen Bedürfnis sein Programm zusammenstellen. Das wird sich meiner Meinung nach durchsetzen, allerdings nicht so schnell, wie es die Befürworter dieser Systeme behaupten. Wie dann Geschäftsmodelle aussehen, was das für den sozialen Zusammenhang, das Gespräch in unserer Gesellschaft bedeutet, ist schwer abzusehen. Es wird auf alle Fälle komplexer werden.

Von dieser Komplexität könnten aber die klassischen Fernsehsender auch profitieren. Sie können ja die Daten von ihren Zuschauern auswerten und das Fernsehprogramm entsprechend zuschneiden?

Das passiert bereits. Für viele erfolgreiche Serien, von Breaking Bad über House of Cards bis zu Homeland, wurden die Vorlieben der Zuschauer datenanalytisch durchleuchtet. Damit nähern sie sich Computerspielen an, die ja die am intensivsten analysierten Medien der Erde sind. Die Folge ist zum Glück, dass die Komplexität der Serien steigt – im engen Feedback von Daten und Menschen schrauben sich die Anforderungen an Spannung, also an die in den Serien erzeugte Unsicherheit, immer weiter hoch. Digitale Medien sind, um ein Wort von Natasha Dow Schuell zu benutzen, „anschmiegsame Technologien“ – was, wenn es missbraucht wird, bis hin zur systematischen Erzeugung von Spielsucht – etwa an den Slot Machines von Las Vegas – führen kann.

Wird es daneben immer noch die berühmten Lagerfeuer geben, vor denen sich die Nation versammelt?

Man hat vielleicht viele Lagerfeuer, sehr hell brennende und sehr heiße. Aber sie müssen jetzt viel aufwendiger inszeniert werden. Die Lagerfeuer lodern irre schnell auf, was man – im Bösen – etwa bei Anschlägen in Paris im vergangenen Jahr gesehen hat: instantane globale Maximalaufmerksamkeit. Oder bei von langer Hand geplanten großen Events, die deswegen auch immer bedeutsamer werden, wie die Fußball-WM.

Wie sehen Sie die Zukunft der Medienmarken, wie wir sie heute kennen? Unter dem Stichwort „Homeless Media“ wird darüber diskutiert, dass diese sich zunehmend auflösen und in die sozialen Netzwerke verschwinden. Daneben gibt es Inhalte-Aggregatoren, Apps für Smartphones, in die alle Inhalteanbieter zuliefern. Sind soziale Netzwerke und Anbieter von Apps auf lange Sicht die neuen Hausherrn für Inhalte?

Wir erleben einen grundlegenden Wechsel der Plattformen. Bisher waren Verlage, Fernsehsender und Radiostationen die Plattformen, gewissermaßen die Facebooks der Moderne. Das Besondere an ihnen war, dass sie sowohl die Inhalte bereitgestellt haben als auch die Infrastruktur – Artikel und Zeitung, Film und Übertragung. Diese Kopplung zerbricht im Digitalen und die Infrastrukturen, die Plattformen selbst, werden dominant. Der (Mehr-)Wert wandert in die Vernetzung und die datenanalytische Deutung des Nutzerverhaltens.

Die bisherigen „Plattformen“ stehen vor der Wahl, zu reinen Inhalteproduzenten zu werden und sich mit den neuen Herrschern zu arrangieren, wobei die Ökonomie dieses Modells unklar ist. Oder selbst in Formen der Vernetzung zu investieren, ebenfalls hochriskant. Ich vermute, dass Medienmarken reagieren werden, indem sie sich selbst granularisieren. Noch wird das Geld sowohl im Print als auch im Fernsehen mit linearen Angeboten verdient. Aber ich vermute, wir müssen auf sehr vielen unterschiedlichen Kanälen sehr unterschiedliche Sachen machen. Entscheidend wird dabei sein, dass wir anfangen umzudenken und unsere Intelligenz mit Maschinenintelligenz paaren. Ein Artikel, den man digital veröffentlicht, egal wo – sei es in Social Media, auf der eigenen Webseite oder im Netz –, der ist etwas grundsätzlich anderes als ein Artikel, den man auf Papier publiziert. Dort ist es eine Botschaft von uns an den Leser. Im Digitalen ist ein Artikel ein Sensor, der etwas darüber sagt, wer ihn liest, wie mit dem Produkt umgegangen wird. Wir haben eine zweiseitige Kommunikation. Wir senden und gleichzeitig können wir erfahren, was User damit machen. Aber das bekommt man nur heraus, wenn man die Daten, die dabei anfallen, genau analysiert. Anders gesagt: Ein Artikel, der nichts über seine Leser erfährt, ist dumm.

Als dritte große Umwälzung hatten Sie die Kontrollrevolution genannt. Welche Befürchtungen haben Sie hierbei?

Die Seuche des Digitalen ist Intransparenz. Auf der einen Seite entsteht Transparenz, nach dem Motto: Wir wissen viel und können viel recherchieren. Auf der anderen Seite sind die technischen Systeme, die das Wissen erzeugen, weitgehend intransparent für uns Bürger. Und das führt zu einem enormen Misstrauen: Die Tatsache, dass wir ausgerechnet werden, aber nicht zurückrechnen können auf die, die uns ausrechnen, ruft Verdacht hervor. Wir brauchen ganz neue Verfahren, um in die Blackbox der technischen Systeme, der Algorithmen Licht zu bringen.

Was mich besonders beunruhigt, ist das Verhalten vieler, auch demokratisch gewählter Regierungen: Durch systematische Überwachungen zerstören sie jenes Vertrauen, das wir benötigen, um Transparenz-Regeln durchzusetzen. Die wahren Schurken, so scheint es oft, sind nicht Datenkonzerne, sondern unsere eigenen Regierungen.

Fragwürdig ist auch, dass in den USA durch die Politik die Öffentlichkeit in kleine Grüppchen unterteilt wird, sodass die verschiedenen Teile gar nicht mehr wissen, was die anderen machen.

Der Wahlkampf von Barack Obama ist ein gutes Beispiel dafür. Er hat sein Volk enorm hochaufgelöst, sein Datenteam besaß detaillierte Datensätze über rund 170 Mio. Wähler, Namen, Adressen, Facebook-Freunde und Tausende Datenpunkte mehr. Sie wurden genutzt, um die Wahlbotschaften möglichst passgenau zu individualisieren. Das erzeugt, wie Studien inzwischen ergeben haben, eine komplett andere Dynamik der Demokratie. Es gibt etwa Hinweise darauf, dass diese Form von Datenwahlkampf die Polarisierung im Volk verstärkt: Es wird erzeugt, was dann beklagt wird. Auch werden die uns bislang vertrauten Mechanismen der Meinungsbildung unterlaufen, ohne dass wir wissen, was stattdessen passiert. Man darf sich übrigens nicht der Hoffnung hingeben, dass Deutschland davor gefeit wäre. Eine große Volkspartei hat versucht, den Wahlkampf-Chef von Obama anzuwerben.

Worüber muss sich die Gesellschaft als Nächstes verständigen?

Gesellschaftlich wird ganz entscheidend sein, welche Regeln wir finden, um die vielen Chancen, die in der Digitalisierung und in der Erhebung von Daten liegen, zum Guten zu nutzen. Und um gleichzeitig die große Gefahr der Intransparenz und der Misstrauensproduktion abzumildern. Für Medien heißt das: Wie werden wir datenschlau? Wie gehen wir mit den Daten verantwortungsbewusst um, sodass uns auch unsere Leser, User, Zuschauer vertrauen? Und wo und wie finden wir für unsere Inhalte über die bisherigen Medien hinaus gute Orte, um Menschen zu erreichen und damit auch noch Geld zu verdienen? Die Zahl dieser Orte vermehrt sich dramatisch und wird dies wahrscheinlich noch weiter tun. Wir müssen uns neu organisieren, zusätzliche Kompetenzen erwerben und das machen mit unseren Marken, was Novalis schon in der Romantik formuliert hat: Der Mensch sei zu einer Selbstheterogenisierung gezwungen. Ein Monster von einem Wort, aber genau das ist es. Wir müssen auch unsere Marken und unsere Inhalte selbst heterogenisieren. Für sehr viele unterschiedliche Bedürfnisse und auf sehr vielen unterschiedlichen Kanälen gute Sachen präsentieren. Dann werden wir überleben.

Das Interview führte Vera Linß.