

Verwirrung durch Kommunikation

Kürzlich ging es in einem Gespräch zuerst um den bedenklich verwirrten Zustand der Welt und endete mit einer Debatte über Kommunikationsmittel.

Wenn man zurück schaut, dann war es wohl noch nie so einfach zu kommunizieren, wie heute. Aber was geschieht? A nutzt SMS, B E-mail, C Brief, D Postkarte, E Whatsapp, F Facebook, G Instagram, H Videotelefonie, I Snapchat, J Twitter, K Telefon, L Telegram, M irgend welche anderen, weniger bekannten Dienste. Was passiert? A verpasst B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, weil er einen anderen Kommunikations-Kanal benutzt, als die. Daher scheitert die Kommunikation.

Was der Mensch sicher braucht ist ab und zu ein Gespräch, mal tief-schürfend, mal oberflächlich. Das Medium zur Übermittlung von Botschaften der letzten paar tausend Jahre war die Schrift. Mal mit Kreide auf einer Tafel, mal in Ton- oder Wachstafeln, mal auf Papyrus, mal auf Pergament, auf Leder (velum), Papier oder in Stein gemeisselt. Alle schriftlichen Nachrichten mussten von Menschen als Gegenstände transportiert werden.

Neue Medien begannen mit Morsen, Telegraf, Telegramm und Fax bis sie schließlich ins Internet verlegt wurden und mit Hilfe von Elektrizität Texte, Bilder, Filme und Töne versenden.

Aber je mehr Kommunikations-Kanäle es gibt, desto mehr wird die Kommunikation zersplittert (im obigen Beispiel auf 12 Wege). Also verpassen sich immer mehr Menschen und fühlen sich genötigt weitere Kanäle zu benutzen, weil sie Angst haben etwas zu verpassen.

Und wer bezahlt das? Die große Lüge des Internets ist, dass es umsonst sei. Es gibt aber „keine kostenlose Mahlzeit“, wie die Amerikaner sagen. Die Rechner, der elektrische Strom, die Leitungen, die Dienste, all das muss bezahlt werden. Die Anbieter wollen ja damit auch noch etwas verdienen. Sie tun das auf zwei Wegen:

a) Sie sammeln die Daten der Benutzer, was diese nicht spüren und daher kaum verweigern. Ganz Naïve meinen sogar, sie hätten nichts zu verbergen. Spätestens wer ein Hotel bucht und feststellt, dass der Preis sich ändert, je nachdem mit welchem Rechner und über welche Adresse man buchen will, dürfte man merken, dass das Unsinn ist.

b) Sie fördern, dass die Leute sich selbst durch Schreiben und Lesen, Empfangen und Senden fesseln lassen. Dafür haben sie eine ganze Armee von Robotern, die im Internet Daten und Inhalte (für Suchmaschinen) sammeln. Dadurch können Google und andere ständig neue Dinge anbieten, die die Benutzer interessieren könnten. Das Ziel ist nicht -

wie einst bei der Zeitung - den Benutzer möglichst rasch über das Wesentliche zu informieren, indem er die Überschriften liest und dann nur das, was ihn interessiert, sondern er soll so lange wie möglich auf der Webseite bleiben und möglichst viel anklicken, damit man um so mehr Daten von ihm abziehen kann.

Diese Daten werden verkauft, sei es für Werbung, sei es für andere Zwecke (sobald man auf eine Seite geht, wird im Hintergrund verhandelt, wer einem dort welche Werbung zeigen darf und auch gleich abgerechnet).

Facebook verdient an jedem Nutzer 5 Euro im Monat, indem es dessen Daten verkauft. Kein Wunder ist Zuckerberg reich. Wüsste der Benutzer, dass ihn Facebook im Jahr 60 Euro kostet, die er aber in Form von Daten bezahlt, er würde vielleicht diesen und andere Dienste nicht mehr benutzen.

Was viele Leute nicht merken ist, wie viel Zeit sie online zubringen, weil sie denken, dass sie ja ihren Freunden, Bekannten und der Familie etwas Gutes tun, wenn sie sich melden. Da mag sich für sie so anfühlen, aber vor allem dienen sie den Anbietern der Dienste mit Daten, die Geld wert sind. Technische Laien können ihre Daten auch kaum schützen oder geheim halten. Ihre Neugier und ihr guter Wille unterstützen die Anbieter, indem sie auch noch einen Teil dessen selbst erzeugen, was sie und ihre Empfänger an die Geräte fesselt. Die gleichen Leute beklagen sich aber darüber, dass sie zu wenig Zeit haben, für sich selbst, für Wichtiges oder ein Hobby.

Ein Beispiel: Wer auf die Webseite einer Tageszeitung geht (und nicht alle Cookies und Werbung blockiert), dessen Daten werden an über 200 Adressen weltweit vermittelt. Niemand weiß, was die mit den Daten machen, ob sie „nur“ Werbung senden, oder die Daten benutzen, um den Krankenkassenbeitrag zu erhöhen, weil man raucht, trinkt und andere Gesundheitsrisiken hat. Niemand kontrolliert, was da im Hintergrund geschieht.

Die Anbieter haben zuerst immer neue Kommunikationskanäle geschaffen und versuchen nun sich gegenseitig die Kunden abzujagen, so ähnlich, wie die etwa hundert Fernsehprogramme, die miteinander konkurrieren. Daher meinen Viele sie müssten möglichst auf allen Kanälen dabei sein, um nur ja nichts zu verpassen. Sie opfern einen Teil ihrer Lebenszeit, um über diese Medien immer auf dem neuesten Stand, oder im Kontakt mit Freunden und Bekannten zu sein, anstatt ihr Leben zu genießen und sich in der Wirklichkeit zu treffen. Je mehr Kanäle das Fernsehen oder die Dienste im Internet anbieten, desto kleiner wird zwangsläufig die Gruppe derer, die sie nutzen. Je mehr Kommunikations-Kanäle, desto schlechter wird die Verständigung!

Manche erinnern sich noch an Zeiten, als man in der Schule über den „Film von gestern Abend“ sprach und alle Bescheid wussten, denn es gab nur ein Programm. Heute kann man so viele verschiedene Filme sehen, dass man dessen Titel und vielleicht auch noch Mitwirkende nennen muss, damit die Andern wissen worum es geht, oder auch nicht.

Noch ein Rückblick: Als es nur die Zeitungen gab, konnten es sich nur ganz wenige Leute leisten mehrere, gar viele davon täglich zu lesen. Und sie haben viel gelesen, aber trotzdem erfuhren sie nicht Alles. Die Nachrichtenagenturen erfassten etwa 10 % von dem, was geschah und eine Zeitung brachte davon auch nur 10 %. Allerdings nicht alle dieselben 10%. Heute, wo jeder im Internet Nachrichten oder Unsinn verbreiten kann, ist es allein durch die Menge unmöglich alles mit zu bekommen. Es gibt einfach viel mehr, das man verfolgen könnte, als in den Zeiten der Zeitung, die Nachrichten sammelte, aber auch auswählte.

Weil es unmöglich ist alles zu verfolgen wurde die Funktion des Verfolgens (follow) von den Anbietern geschaffen, die das Problem nicht löst, sondern nur verlagert.

All das erklärt, weshalb die Zunahme an Kommunikationsmöglichkeiten zu immer mehr Verwirrung beiträgt. Man kann am Tag bestenfalls einige wenige Themen gründlich bedenken, aber mehr, gar alles, was die Medien anbieten, überfordert uns. Folglich fühlt man sich ständig überfordert und unsicher, was los ist, wie die Regierung handeln sollte, oder wie man selbst etwas für die eigene Zukunft, oder für die Zukunft von Anderen tun könnte. Vermutlich wissen das die Anbieter und versprechen als Lösung immer neue Kanäle und Techniken. Dass „mehr vom Selben“ nicht funktioniert hat schon Paul Watzlawick in der „[Anleitung zum Unglücklichsein](#)“ beschrieben.

Was die Menschen wirklich bräuchten wäre, dass sie entscheiden, was für sie selbst wirklich wichtig ist und sich dann darauf zu konzentrieren. Solange wir uns ablenken lassen durch Medien, deren Dienste und andere Sachen, werden wir nie glücklich, geschweige denn ein klein bisschen weise.