

Globaler Kulturwandel durch Corona? (Teil 2)

„Tod oder Upload“? ist die Frage in der Serie „Upload“ auf „Amazon Prime“, welche dort Menschen am Ende ihres Lebens gestellt wird („Der Spiegel“, Nr. 36, S. 64). Antwortet man „Upload“, wird das Bewusstsein des Menschen in einer „wunderbaren Welt“ hochgeladen und damit seine „Unsterblichkeit“ realisiert...

Ohne Zweifel berührt das Sujet dieser Serie eine unseren gesellschaftlichen Diskurs bewegende Frage: Können wir tatsächlich bald sämtliche Konflikte (sogar den Tod) mit Technologie „lösen“? Und, wenn ja: Ist das „absolut cool“, wie Investor Frank Thelen jüngst im Spiegel-Interview jubelte, oder „verkommen“ wir dabei nicht zu von Algorithmen und Technologien fremdbestimmten „Haustieren“, wie Philosoph R. D. Precht, Antagonist von Thelen im zitierten Spiegelgespräch, es formulierte?

Ganz unbegründet sind solche Ängste nicht, betrachtet man die technologische Entwicklung aus sozialgeschichtlicher Perspektive, etwa von 1950 bis heute. Vereinfacht gesagt, ist diese Geschichte geprägt durch den Paradigmenwechsel von „Maschinen sind dazu da, um dem Menschen zu dienen“ (Auto, TV, Flugzeug, Video usw.) zum heutigen Bestreben des Menschen, Maschinen bestmöglich zu entsprechen (Apps, Algorithmen, Modetrends usw.), will er beachtet und nicht als defizitär eingestuft werden.

Doch wie kam es zu diesem sukzessiven „Kontroll-Verlust“? Bernd B. Schmidt beschreibt in „Die Macht der Bilder“ (Aachen, 2002), den Zusammenhang zwischen den Umbrüchen in der sozialen Kommunikation und der Entwicklungsgeschichte technischer Medien (S. 87 ff.). Demzufolge ist zu jeder Geschichts-Epoche ein bestimmtes kollektives „Symbol-Verhalten“ vordergründig „Trend“, das in der Folge „Technik“ hervorbringt, die zu diesem Trend passt – und selbst den Ausgangspunkt für ein „neues“ kollektives „Symbol-Verhalten“ bildet!

Wenn also in der bleiernen Nachkriegszeit der kollektive Wunsch nach Mobilität aufkommt, ist der anschließende Siegeszug des „VW“ nur folgerichtig, denn er entspricht komplett dem Trend der Zeit nach Bewegung. Und bringt seinerseits einen neuen Trend hervor: Den Wunsch nach einzigartigen Bewegungen, nach Individualität!

Der Bruch mit den damaligen, bürgerli-

chen Rhythmen durch „schlagende Beat-Rhythmen“ erfüllte diese Sehnsucht nach Individualität ebenso wie der in den 1960er Jahren als Massenmedium aufkommende TV-Apparat. Der TV „bewegte“ die Leute durch Spielfilme, Serien, Abendshows emotional stark (häufig mehr, als reale Beziehungen), die kollektive Psyche liebte es, auf diese Art „massiert“ zu werden, wie M. McLuhan in „Die magischen Kanäle“ (Wien 1968, S.13 ff.) eindrücklich beschreibt.

Dass ausgerechnet am Weihnachtsfest (1965), dem Fest der Liebe, beide oben beschriebenen Entwicklungslinien in der weltweiten TV-Übertragung eines „Beatles“-Konzertes („All you need is Love“) kulminierten, ist weit mehr als eine Ironie der Geschichte: Es ist der Umschlagpunkt des Paradigmenwechsels von „Maschine dient Mensch“ zu „Mensch dient Maschine“! Denn die Menschen sind es, die sich am Heiligen Abend massenhaft nach der Sendezeit des Konzertes (20.00 Uhr) richten und vor der „Kiste“ versammeln, nicht umgekehrt! Den emotionalen Höhepunkt des wichtigsten Tages im Jahr stellt nicht die Bescherung in der Familie dar, sondern ein TV-Ereignis! (vgl. J. Meyrowitz: „Die Fernsehgesellschaft“, Basel 1987).

Dass ein TV-Ereignis emotional so stark wirken kann, brachte die Gewissheit, dass man als TV-Rezipient per Knopfdruck in die Welt seiner Bedürfnisse, geheimen Wünsche usw. „abtauchen“ kann. Der Zuschauer kann jederzeit jene Welt einschalten, die dem eigenen Befinden, der eigenen Gefühlslage entgegenkommt. Das somit allzeit mögliche Ausweichen aus realen Situationen, das Umschalten auf eine „Wunsch-Welt“ wird zum „Symbol-

Verhalten“ dieser kulturellen Wandlungsphase der späten 1960er und 1970er Jahre (vgl. Schmidt 2002, S.100 ff.).

Diese Tendenz, reale Konflikte und Bedürfnisse lieber digital statt analog zu regeln, verselbständigt sich, ausgehend



Roman Auchter, Geschäftsführer von vita regulativ

von der „Fernsehgesellschaft“, in der weiteren kulturellen Entwicklung, von der „Erlebnis-Gesellschaft“ (Gerhard Schulze), der „Kindlichen Gesellschaft“ (Robert Bly) zur aktuellen „Simulationsgesellschaft“ (Bernd B. Schmidt) zunehmend. Dabei kann man beobachten, wie permanent neue Technologien auf den Markt kommen, die unsere Sehnsüchte, Wünsche immer präziser, komfortabler erfüllen (PC, Internet, Handy, 3D-Technik usw.).

Ob dies in einer nächsten Phase des kulturellen Wandlungs-Prozesses die immer stärkere Angleichung des Menschen an die „Maschine“ zur Folge hat, wird die Zeit zeigen! Ethisch verantwortlicher erscheint es ohnehin, immer aufs Neue bewusst zu entscheiden, welche Bedürfnisse, Themen usw. besser digital bzw. analog reguliert werden können – um damit aktiv-gestaltend unsere „Art“ zu erhalten...

Lesen Sie im nächsten Teil mehr über die mögliche Bedeutung von „KI“ innerhalb des kulturellen Wandlungs-Prozesses.

Zum Autor: Roman Auchter ist Geschäftsführer von „vita regulativ“. Sie erreichen ihn über www.vita-regulativ.de bzw. unter 0176 64215630.

