

Wahlen, Werbung, Manipulation
Freier Wille im Daten-Zeitalter
Gerd Eisenbeiss, 6.01.2017

Die aktuelle Diskussion hat ein neues Thema: werden wir manipuliert? Von Facebook und Google? Von Putin bis hinein in demokratische Wahlen? Geht es um neue Gefahren für Freiheit, Demokratie und Rechtsstaat oder „nur“ um neue Formen der Einflussnahme?

Demokratie und Rechtsstaat, unsere wichtigsten Errungenschaften, leben von der gesellschaftlichen Übereinkunft, dass der Mensch frei ist und souverän, seine Entscheidungen zu treffen, also auch strafmündig bei Verfehlungen. One man, one vote! Freiheit und Verantwortung gehören zusammen.

Wir halten diese Konvention für elementar, obwohl wir alle schon an uns selbst erkennen können, dass wir ein Produkt unserer Umwelt im weitesten Sinne sind. Erbgut, Erziehung, Freunde und ungewollte Erfahrungen prägen uns, immer schon auch aufgenommene Informationen. All diese prägenden Einflüsse können wir nur begrenzt kontrollieren oder bewusst ändern; allerdings ist es Teil unserer **Freiheit zu entscheiden, wem wir vertrauen**. Ein Krisensymptom unserer Zeit ist sicherlich, dass zurzeit Lügner, Verschwörungstheoretikern und skrupellosen Alles-Versprechern unerträglich viel Vertrauen geschenkt wird.

Vertrauen ist in Demokratie und Rechtsstaat ebenso wie in jedem Lebensaspekt eine zentrale Frage. Denn aus eigenem Wissen und Verstehen können wir fast nichts beurteilen. Als Kleinkind in der noch unbewussten Phase beherrschen uns die Bezugspersonen, in der Regel also die Eltern, fast total. Die in dieser Phase gemachten Erfahrungen scheinen großen Einfluss auf die spätere Persönlichkeit zu haben. Ich vermute, dass man die Menschen unter anderem auch nach Kategorien ihrer „Vertrauensfähigkeit“ einteilen könnte.

Am einen Ende diejenigen, die mit einem positiven Grundvertrauen ins Leben treten, die alle Menschen für wohlwollend und ehrlich halten, bis berechtigte Zweifel oder gar Enttäuschungen bestimmten Menschen dieses Vertrauen entziehen.

Am anderen Ende tief verunsicherte Menschen ohne gute Bindungserfahrung, die überall Feinde wittern, Betrug und Übervorteilung.

In beiden Fällen ist eine selbstverstärkende Rückkopplung zu erwarten. Wer mit Vertrauen auf andere zugeht, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit mit Gegenvertrauen belohnt; der Misstrauische wird sehr häufig die bestätigende Erfahrung von Misstrauen erleben.

Nach dieser notwendigen Einführung ein paar weitere Selbstverständlichkeiten. Es ist geradezu ein Wesensmerkmal einer freiheitlichen Ordnung, dass jeder für seine Ansichten und Interessen werben darf, was natürlich die Beeinflussung des anderen beinhaltet. Ob man das Manipulation nennt, ist Geschmackssache; die Grenze des Hinnehmbaren muss die subjektive Wahrhaftigkeit des Arguments sein, d.h. bewusstes Lügen ist nicht zu erlauben.

Die westlichen Gesellschaften haben diese Grenze unglücklich weit ausgedehnt, indem sie der kommerziellen Werbung Unwahrheiten gestatten - richterlich begründet mit dem Hinweis, das glaube ja sowieso kaum jemand. Auch im politischen Meinungs- und Wahlkampf wird sehr viel toleriert; den Höhepunkt der skrupellosen Nutzung dieses „Freiraums“ haben wir in den Wahlkämpfen in USA oder Österreich gerade erst erlebt.

Da es also die Einflussnahme auf jeden Einzelnen und ganze Gesellschaften immer gegeben hat, ist Manipulation als Phänomen nicht neu, gewachsen ist nur die Skrupellosigkeit der Lügner und die Hemmungslosigkeit der Autokraten, ihre Meinung zur einzig richtigen und einzig patriotischen Haltung zu erklären, wie in Russland, Türkei, Ungarn und Polen.

Digitalisierung, Big Data und die Globalisierung der Informations- und Kommunikationskanäle bieten nun für jede Form der Werbung neue Möglichkeiten, insbesondere das Mikro-Targetting, also jede Zielperson auf Grund von Datenanalysen mit höherer Wirkungswahrscheinlichkeit ansprechen zu können - ob es sich nun um kommerzielle Produkt- oder politische Wahlwerbung handelt. Da die Methode allen Wettbewerbern zur Verfügung steht, wird es ein neues „Gleichgewicht“ der Beeinflussung geben. Schlimme Konsequenz in Wahlkämpfen ist, dass der werbende Kandidat sich nicht mit einer für alle gleichen Programmbotschaft präsentiert, sondern die Möglichkeit erhält, jedem nach dem Munde zu

reden und Versprechungen zu machen, ohne dass andere das mitbekommen. Guter Journalismus würde das aufdecken. Soweit er überhaupt noch existiert, erreicht er aber nur eine Minderheit.

Ebenso wenig neu, aber verstärkt wirksam, ist die „Selbstmanipulation“ derjenigen, die sich nur noch mit Gleichgesinnten zusammen finden, sei es in der Kneipe oder in Facebook.

Insofern hat wohl kaum Putin die Wahl Trumps entscheidend beeinflusst, sondern Trump war der Ober-Manipulator, wenn er tatsächlich diese Methoden des Mikro-Targetting eingesetzt hat. Darum hat er neben allgemeinen Sprüchen gegen die da oben und „America great again“ keine spezifischen Inhalte b.z.w. Problem-Lösungsstrategien vorgestellt, außer „Ich rufe einfach den Chef von Ford oder China an und sage, was er zu tun und zu unterlassen hat“. Niemand sollte merken, was er tatsächlich meinte (oder dass er keine Strategie jenseits des Sieges hatte). Ganz neu ist das auch nicht, denn in allen Demokratien haben Wahlkämpfer immer „Verbesserungen“ für jedermann versprochen, ohne zu sagen, wer das wie zu bezahlen hätte.

So haben wir das Ergebnis der US-Wahlen hinzunehmen als Ausdruck des freien Willens der Wähler, so abzustimmen und ein Wahlrecht als demokratisch zu akzeptieren, das dem Verlierer alle Macht zuschanzt, obwohl diese Wahl durch Lügen schwerwiegend manipuliert worden war.

Fazit:

Gesellschaften ohne Beeinflussung des Einzelnen oder der Allgemeinheit sind so unmöglich wie menschliches Leben ohne Luft. Das ist nicht neu! Neu ist das Ausmaß an Skrupellosigkeit im Verbreiten von Unwahrheiten, die Ächtung des Sachverstandes und der Mühen, komplexe Sachverhalte zu verstehen. Und neu ist die fehlende allgemeine Empörung, als sei Lügen, als „postfaktisch“ verharmlost, nur ein neuer Modetrend und nicht die Abkehr von Moral und Zivilisation.