

wie dies bei vielen Bestandsaufnahmen zu aktuellen Herausforderungen heutzutage geschieht, sondern ausgestattet mit Handlungsideen und Denkipulsen für ein Zeitalter der digitalen Aufklärung.

Marlis Prinzing, Köln

Literatur

Huxley, Aldous (©2014): *Schöne neue Welt. Ein Roman der Zukunft.* Frankfurt am Main.

Geert Lovink: *Digitaler Nihilismus. Thesen zur dunklen Seite der Plattformen.* Bielefeld: transcript 2019, 240 Seiten, 24,99 Euro.

Wenn ein Buch das Wort „Nihilismus“ im Titel trägt, reklamiert es eine Position innerhalb einer ebenso einflussreichen wie radikalen Denkrichtung. Das sprichwörtliche Nichts (von lateinisch „nihil“) steht dabei stark vereinfacht ausgedrückt für die Negierung aller positiven Ansätze. Friedrich Nietzsche spricht in einem nachgelassenen Fragment folgerichtig davon, dass sich die obersten Werte entwerten. Zwei Jahrhunderte später hat der niederländische Medientheoretiker Geert Lovink (Hogeschool van Amsterdam) einen Text vorgelegt, der vorgeblich das tradierte Phänomen des Nihilismus mit dem modernen Problem der Digitalisierung verknüpft. „Thesen zur dunklen Seite der Plattformen“ werden dabei im Untertitel von „Digitaler Nihilismus“ angekündigt. Der Klappentext formuliert das Programm des Buchs so: „Facebook, Twitter, Instagram, Tinder und Co. – all das Klicken, Scrollen, Wischen und Liken lässt uns am Ende sinnentleert zurück. Traurigkeit ist zum Designproblem geworden, die Höhen und Tiefen der Melancholie sind längst in den Social-Media-Plattformen kodiert.“

Nun könnte man diese polarisierende These tatsächlich (so wie übrigens der offenbar treffendere Originaltitel „Sad by Design. On Platform Nihilism“) als Ausgangspunkt dafür nehmen, um differenziert über die dysfunktionalen Elemente der Kommunikation im Umfeld Sozialer Medien zu diskutieren. Ihre Existenz ist unbestritten: Natürlich gibt es Phänomene wie Flaming und Trolling, Hatespeech und Cyberbullying. Ihre schädliche Wirkung ist Gegenstand zahlloser relevanter Diskurse, die sich um Begriffe wie Angst, Trauma oder eben Trauer drehen. Auf der anderen Seite existieren jedoch auch jene Ansätze, die



sich an Phänomenen wie Pluralismus, Partizipation oder – als denkbare Gegenposition zur angesprochenen Trauer – Wohlbefinden orientieren.

Wer den vorliegenden Titel zur Hand nimmt, wird darin nur wenig davon finden. Das Buch gleicht eher dem Ausflug in ein düsteres Paralleluniversum, in dem die gesellschaftliche Realität der Gegenwart einem dystopischen Science-Fiction-Film entsprungen zu sein scheint. Der behauptete Albtraum ist dabei unentrinnbar, denn „wir können es uns nicht leisten, unsere Accounts zu löschen, weil dies sozialem Selbstmord gleichkäme“ (S. 27). Schlimmer noch, die „Sozialen Medien verlangen eine niemals endende Show – und wir sind die Performer“ (S. 46). „Vom Zauber des Sozialen hypnotisiert“ (S. 45) werden wir angeblich unablässig „von den Denkweisen und Meinungen unseres unmittelbaren sozialen Zirkus beeinflusst“

In diesem Buch finden Gegenpositionen keine Beachtung, was zu einem erheblichen Missverhältnis von Behauptung und Beleg führt.

(S. 46). Entrinnen werde es nur für eine „Offline-Elite“ geben, „die ihre Online-Präsenz an persönliche Assistenten delegiert hat“ (S. 64). Dem Gros der Menschheit, immerhin den übrigen „verzweifelten 99 %“ (ebd.), stünden die Qualen permanenter Erreichbarkeit in Kombination mit mehr oder weniger ausgeprägter Prekarisierung ins Haus.

Wenn all dies in dieser Form zuträfe, wäre „Digitaler Nihilismus“ ein mehr als überfälliger Weckruf. Es wäre vielleicht sogar eines der wichtigsten Bücher der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Medien überhaupt, da die Menschheit der Argumentation zufolge offenbar gerade kollektiv in einen Abgrund stürzt. Was daran jedoch erhebliche Zweifel aufkommen lässt, ist zunächst einmal der vertretene Begriff von medienbezogener Forschung. So behauptet der Autor, ohne Beleg, dass die wissenschaftliche Internetforschung von der Komplexität des Problems überwältigt worden sei. Der Blickwinkel habe sich auf „die ‚Kartierung‘ der Wirkungsweisen des Netzwerks eingeeengt“ (S. 46). Was aber ist damit gemeint? Die kommunikationswissenschaftlich betriebene Rezeptions- und Wirkungsforschung kann es nicht sein, da sie empirisch belegbare Gegenpositionen zum allumfassenden Pessimismus des Buchs vorzuweisen hat. In „Digitaler Nihilismus“ finden diese Gegenpositionen keine Beachtung, so wie die Welt der durch Peer Review abgesicherten und in internationalen Journals publizierten Befunde unberücksichtigt bleibt. Dies führt mitunter zu einem erheblichen Missverhältnis von Behauptung und Beleg, etwa wenn ein nicht-