

Wokeismus, die neoliberale Weltordnung und der Teufel

16. Februar 2023 | Gerardo Papalia

Wer und was ist „woke“?

„Woke“ ist zum neuesten Schimpfwort geworden, mit dem viele konservative Kommentatoren Progressive verbal geißeln. Im *Webster Dictionary* wird der Begriff definiert als „sich wichtiger gesellschaftlicher Tatsachen und Fragen (insbesondere Fragen der Rassen- und sozialen Gerechtigkeit) bewusst sein und aktiv darauf achten“. In der Praxis beziehen sich diese „wichtigen gesellschaftlichen Tatsachen und Themen“ im Allgemeinen auf Konzepte wie geschlechtliche und rassische Identitäten, Umweltschutz und antikoloniale Geschichten, wie im Fall der Sklavengeschichten. Im Gegensatz zum „Aufgewachten“ setzen sich konservative Kommentatoren für traditionelle Werte, Geschlechterrollen, Umweltpolitik und Geschichte ein. Auf diese Weise wird ein Binärsystem geschaffen, bei dem man entweder „woke“ oder „anti-woke“ sein kann. [Oder non-binär – nach woker Logik!]

Ich argumentiere hier, dass diese Zweiwertigkeit letztlich die zugrunde liegenden wirtschaftlichen Prozesse und Realitäten verschleiert, die in Wirklichkeit genau diese Probleme, auf die sich der Begriff „woke“ bezieht, hervorbringen und fördern. Diese Prozesse sind tief in der neoliberalen Weltordnung verwurzelt, die Ausdruck des heutigen Finanzkapitalismus ist. Ein gutes Beispiel dafür ist das „globale Netzwerk des Einflusses“, das von dem milliardenschweren Börsenspekulanten George Soros geschaffen wurde, der zurzeit eine ganze Reihe von Medien- und Aktivistenorganisationen wie die *Open Society Foundation* [finanziert](#). Man könnte argumentieren, dass die von Soros finanzierten Ziele genau mit den Zielen vieler „Woke“-Organisationen übereinstimmen. Aber unterstützt Soros auch [Wachheit](#), d. h. das Bewusstsein für gesellschaftliche Probleme, oder fördert er stattdessen „Wokeismus“, d. h. die Unterdrückung abweichender Standpunkte? Und warum sollte ein Finanzkapitalist dies tun? Die Antwort liegt in der Natur des fortgeschrittenen Finanzkapitalismus selbst.

Möge der Käufer aufpassen (Caveat Emptor)

Um Waren verkaufen zu können, muss die kapitalistische Produktionsweise den Käufer definieren. In den früheren Jahren des Kapitalismus war es einfach, den Käufer zu bestimmen: Die Bedürfnisse der Käufer waren für den Produzenten offensichtlich. Der Bedarf an Schuhen, Brot, Stühlen usw. ist schließlich offensichtlich. Der Stil des Schuhs, die Art des Brotes und die Qualität des Stuhls waren zweitrangig. Im Laufe der Zeit wurde das Produktionssystem effizienter und wettbewerbsfähiger und damit nahm die Bedeutung der Unterscheidbarkeit von Produkten zu: der Stil des Schuhs, die Art des Brotes und die Qualität der Möbel bestimmten die „Anziehungskraft“ eines Produktes. Doch um Käufer anzuziehen, musste man in der Lage sein, sie zu differenzieren und sie mit Werbung anzusprechen. Welcher Käufertyp wäre beispielsweise an diesem Schuhmodell interessiert und wie kann ich für dieses Produkt werben? Das bedeutete, die Käufer zu untersuchen und in Marktsegmente einzuteilen. Das war die Geburtsstunde der gezielten Werbung und des Verbrauchers.

Ursprünglich bestand diese Segmentierung darin, die breiten sozialen Schichten der Verbraucher zu bestimmen: ob sie Arbeiter oder Angestellte waren, ob sie in Städten oder auf Bauernhöfen lebten, ob sie gebildet waren oder nicht. Im Laufe der Zeit, als das Produktionssystem immer ausgefeilter wurde, wurden die Verbraucher in immer kleinere und spezifischere Gruppen aufgeteilt. Die Werbung begann, in immer genauer definierte Subjektivitäten einzudringen: demografische Gruppen, ob alleinstehend, verheiratet oder verheiratet, Altersgruppen, ob Jugendliche, mittlere Altersgruppen oder ältere Menschen, Geschlechtsidentitäten, ob männlich, weiblich oder fließend, Interessengruppen, ob im Sport, in der Politik, in der Kunst oder in anderen Bereichen, kulturelle Identitäten, ob autochthon, einheimisch oder in der Diaspora, und so weiter.

Anstatt bereits bestehende Gruppen widerzuspiegeln, begann die Werbeindustrie, zweckgebundene Subjektivitäten zu formen oder zu schaffen, um ihnen vorgefertigte Produkte verkaufen zu können. Die Medienindustrie wurde zum Hauptträger dieses Prozesses, wobei die Unterscheidung zwischen Werbung und künstlerischem Schaffen weitgehend verschwand. Dieser Prozess spiegelt sich in dem Grundsatz wider, dass der Kapitalismus letztendlich künstliche Bedürfnisse schaffen wird, um sie zu befriedigen.

Mit dem Beginn des digitalen Zeitalters haben es die Algorithmen ermöglicht, gesellschaftliche Gruppen fast auf die Kategorie des einzelnen Individuums zu reduzieren. Infolgedessen hat sich die Gesellschaft in immer spezifischere Nischen aufgespalten, die einer ganzen Palette von Identitäten und Orientierungen in einer sich ständig verstärkenden zentrifugalen Dynamik entsprechen. Als Verbraucher werden die Menschen immer mehr zu fragmentierten Subjektivitäten, wobei sie davon ausgehen, dass ihre Existenz letztlich völlig „monadisch“ und isoliert ist, ein Zustand, in dem sie jeder äußeren Kraft oder jedem äußeren Einfluss ausgeliefert sind und kaum in der Lage sind, sich einen positiven sozialen Wandel vorzustellen.

Seht, der Mensch! (Ecce homo)

Der ideale Mensch aus kapitalistischer Sicht ist ein Wesen, das vollständig von den Produkten und Dienstleistungen abhängig ist, die sein System liefern kann, und dessen einziger Beitrag in seiner atomisierten Arbeit besteht. Die Schwachen und Verletzlichen sind immer die besten Konsumenten. Dies gilt auch für sexuelle und geschlechtliche Identitäten, von denen angenommen wird, dass sie als essenzialisierte Quanten innerhalb einer Ökonomie ebenso diskreter und hohler Körper funktionieren, die von allgemeineren Belangen oder Wünschen nur insoweit getrennt werden können, als sie von demselben Produktionssystem erfasst und erfüllt werden können.

Dementsprechend haben sich im Kapitalismus die zwischenmenschlichen Beziehungen von historisch einvernehmlichen oder kooperativen Paradigmen zu transaktionalen – handlungsauslösenden – entwickelt. Gemeinschaftliche Aktivitäten, die einst das Funktionieren von Gesellschaften ermöglichten, wie z. B. politischer Aktivismus, die Beteiligung an Gewerkschaften, soziale Interessengruppen, werden nun zunehmend von Individuen bevölkert, die fragen, welchen direkten materiellen Nutzen sie im Austausch für ihren Beitrag erwarten können. Sogar im Bereich der Wohltätigkeit hat das Geben von Geld den tatsächlichen physischen oder intellektuellen Einsatz weitgehend ersetzt. Dies ist die einzige Art des Austauschs, die für den Kapitalismus von Interesse ist: Alle anderen Beziehungen sind nur eine illusorische „Maya“ im Vergleich zur Produktivkraft des Systems selbst. Die Produktivkraft ist nun ausreichend artikuliert und flexibel geworden, um auch einzelne Wünsche zu befriedigen.

Für die Oligarchen dieser Welt existiert der Mensch nur noch als Fetisch oder Zombie, als eine völlig berechenbare und manipulierbare Kreatur, so wie Sklaven von ihren Herren betrachtet wurden und unterworfenen Menschen auf der ganzen Welt von den neokolonialen Mächten gesehen werden.

Die Werbetreibenden hoffen weiterhin, dass sie den menschlichen Austausch in eine Richtung lenken können, mit der sich Geld verdienen lässt, und dennoch versuchen die Menschen immer wieder, dieser Konditionierung zu entkommen. Werbefachleute nennen diesen Prozess [Coolhunting](#) oder Trendjagd.

Selig sind die Armen im Geiste

Das ist der Punkt, an dem der Kapitalismus ins Wanken gerät. Denn der Mensch ist kein statisches Wesen, das sich präzise in einzelne Einheiten aufteilen lässt. Menschen existieren in einer diachronen Dimension, in einer Art Eigenzeit: Sie verändern sich auf unvorhersehbare Weise und sind viel komplexer, als es der Kapitalismus zulässt. Es ist immer möglich, dass sie sich auf eine Art und Weise entwickeln, die die Werbeindustrie [und Sozialklemptner] nicht erfassen oder sich auch nur vorstellen können.

Die Menschen kennen den Unterschied zwischen echter Großzügigkeit und eigennützigem Wohlwollen. Sie werden auf eine Art und Weise handeln, die nicht transaktional ist und keinen wirtschaftlichen Sinn ergibt, wie z. B. großzügig und freundlich zu sein und, welch ein Graus, andere tatsächlich für das zu lieben, was sie sind. Sie werden solidarisch handeln und nicht nur Geld geben. Sie werden Freundlichkeit zeigen, großzügig sein, ohne eine Gegenleistung zu erwarten, und jeder für sich zum Gemeinwohl beitragen. Sie werden auch weiterhin mit anderen zusammenarbeiten und für sie sorgen, und zwar auf nicht-transaktionale Weise. Mit anderen Worten, die Menschen werden sich in Selbstlosigkeit üben, was jedem klassischen Wirtschaftsprinzip zuwiderläuft.

All diese Verhaltensweisen stellen einen enormen blinden Fleck in der klassischen Wirtschaftstheorie dar: ihre Unfähigkeit, die so genannte „unbezahlte“ Arbeit zu berücksichtigen. Es ist nicht verwunderlich, dass die Arbeit im häuslichen Bereich weitgehend aus den Berechnungen der Wirtschaftsleistung ausgeklammert wird, insbesondere der Beitrag der Frauen. Marx, der dem Beitrag der Arbeit zur Wirtschaft große Aufmerksamkeit schenkte, bezeichnete diese lebenswichtige Leistung als die Fähigkeit des Proletariats zur „Reproduktion“. Unbezahlte Arbeit ist der kleinste gemeinsame Nenner, und ich wage zu behaupten, die Voraussetzung für jedes Wirtschaftssystem seit Anbeginn der Zeit.

Die Menschen schaffen sich selbst einen Sinn, indem sie füreinander leben, was [Margaret Thatcher](#) vielleicht wirklich meinte, als sie sagte: „So etwas wie eine Gesellschaft gibt es nicht.“ Daher werden die Menschen sich verpflichten, nach besten Kräften zu arbeiten, nicht in erster Linie für materiellen Gewinn, sondern um ihrer eigenen Würde als Individuen willen und zum Wohle des größeren Ganzen. Aus denselben Gründen werden sie auch die Unterschiede annehmen und nicht nur tolerieren, in Anerkennung der Würde, die jedem einzelnen Menschen zukommt und die ihm zusteht. Ein solcher Ansatz kann als „Wachheit“ bezeichnet werden. Wir brauchen uns nur umzusehen, um dies in Familien, unter Freunden und sogar in Nationalstaaten zu sehen.

Heute ist das soziale Schlachtfeld nicht nur, wie Marx es sich vorstellte, ein Kampf um die Kontrolle über die Produktionsmittel, sondern es ist ein sozialer, ja sogar ein geistiger Kampf zwischen

Kapitalismus und Menschheit geworden. Jede Form der Spaltung, der Aufteilung der Menschen in verschiedene Gruppen auf der Grundlage essenzieller Identitäten, ein Ausdruck des [Wokeismus](#) im Gegensatz zur Wachheit, wird den Kapitalismus fördern und letztlich die menschliche Solidarität zerstören.

Wir sollten uns den Ursprung des Wortes „Teufel“ vor Augen halten: Es leitet sich vom altgriechischen *daimōn* ab, was „der, der trennt“ bedeutet. Wenn wir uns auf das konzentrieren, was uns von unseren Mitmenschen trennt, tun wir letztlich das Werk des Teufels.