Musteraufgabe 1

1. Analysieren Sie, wie der Autor seine Position argumentativ entwickelt. Berücksichtigen Sie dabei auch ausgewählte sprachliche Mittel.
2. Erörtern Sie die Position des Autors zu Beteiligungsmöglichkeiten im „partizipativen Web“.

Der Schwerpunkt der Gesamtaufgabe liegt auf der zweiten Teilaufgabe, der argumentativen Auseinandersetzung mit der Textvorlage.

Bernd Graff

Die neuen Idiotae – Web 0.0

[…]

Seit fast einem halben Jahrzehnt gibt es das „partizipative Web“. Das klingt nach Leistungskurs, meint aber neue Formen der Beteiligung und der Berichterstattung im Internet. Diese Formen werden von engagierten Zeitgenossen genutzt, weil sie – sei es aus Idealismus, sei es, weil sie sonst keine Beschäftigung haben – eine Rolle in der allgemeinen Informationsbildung übernehmen wollen. Man spricht auch schon von „Bürger-Reportern“ und „Graswurzeljournalisten“.

Eine Art: Vierte Digitalgewalt? Schlaue Menschen werden darauf hinweisen, dass das Internet immer schon ein Beteiligungsnetz war, und dass die Ansätze zu dieser Berichterstattung wesentlich älter sind als fünf Jahre. Leider nun sind jene Schlauen, die wir aus unserem gut gewärmten Mainstreammedia-Bett heraus und hinein in ihr debattenknisterndes Web grüßen: das Problem.

Sie zerfleddern – wie es gerne auch wir Zeitungsmenschen tun – jedes Thema. Sie tun dies aber oft anonym und noch öfter von keiner Sachkenntnis getrübt. Sie zetteln Debattenquickies an, pöbeln nach Gutsherrenart und rauschen dann zeternd weiter. Sie erschaffen wenig und machen vieles runter. Diese Diskutanten des Netzes sind der Diskurstod, getrieben von der Lust an Entrüstung.

Haben wir Entrüstung gesagt? Setzen Sie dafür bitte beliebig ein: Sabotage, Verschwörung, Häme, Denunziation, Verächtlichmachung, Hohn, Spott. Ja, wir müssen uns die Kräfte des freien Meinungsmarktes als äußerst destruktiv vorstellen.

Nun könnte man sagen: Diese Inquisitoren in eigener Sache, das sind halt Querulanten und Leute mit seltsamen Präferenzen. Freizeitaktivisten mit ein bisschen Schaum vor dem Mund. Die gibt es eben. Das könnte man so sehen. Man sollte es aber nicht.

Das von US-Visionären importierte Problem ist, dass man dem unter dem Mantel des Web 2.0 rumorenden Plebiszit die Zukunft anvertrauen möchte.

So zimmert sich der Wired-Autor[1] Kevin Kelly in „We Are the Web“ daraus bereits das Internet als globale Hirnmaschine zurecht, die ihre überragende Intelligenz noch entwickeln wird. Kelly tut das mit einem Pathos, das man nur magengestärkt erträgt: „Es gibt nur eine einzige Epoche in der Geschichte jedes Planeten, in der seine Bewohner ungezählte Einzelteile zu einer einzigen großen Maschine zusammenbauen. Diese Maschine wird immer weiter laufen, aber es gibt nur eine Zeit, in der sie geboren wird. Du und ich dürfen dies gerade erleben.“

Man schwärmt von „SchwarmIntelligenz“ und attestiert, wie der Autor James Surowiecki, eine Weisheit der Vielen. Strikt selbstorganisierend – womit vornehm umschrieben ist, dass Geschwätz keine Organisation benötigt. Genauso gut könnte man allerdings einem Fliegenschwarm guten Geschmack unterstellen. […]

[1] *Wired:* 1993 gegründetes US-amerikanisches Technologie-Magazin

Zugegeben: Klage darüber zu führen, dass Internet und Beliebigkeit siamesische Zwillinge sind, ist so sinnvoll, wie gegen den Wind zu pusten. Denn das Internet gibt es nicht – es ist alles, es ist nichts. Und, ja, es gibt hervorragende Expertenzirkel und phantastische Communities mit hoher Sachkenntnis. Niemand bestreitet den Wert, den die zum Weltarchiv gewordene Video-Abspielplattform Youtube bereits jetzt hat. Und, ja, es gibt diese schöne Open-Source-Bewegung, die so wunderbare Dinge wie Linux über uns gebracht hat. Hier werden Werte geschaffen. Kein Mensch würde das ernsthaft in Zweifel ziehen. Genauso wenig wie die Tatsache, dass in Wikipedia viel brauchbares Wissen zu finden ist, wie gerade wieder eine vom *Stern* in Auftrag gegebene Studie belegt.

Aber wieso all das grundsätzliche Hallelujah auf den „User Generated Content“,[2] der nicht selten ein „Loser Generated Content“ ist? Wollen wir uns nur über die paar Gala-Vorstellungen freuen, wenn Fehlinformation, Denunziation und Selbstdarstellung das Tagesgeschäft der Laufkundschaft im Netz ist?

Man sollte sich darum vergegenwärtigen, was diese angebliche Web 2.0-Gegenöffentlichkeit neben der Wikipedia als Erfolge preist: Das ist zumeist praktizierter Warentest, gefolgt von einem Aufschrei der Vielen. Es geht um knackbare Fahrradschlösser, Kopierschutz auf DVDs und gefilmte Ratten in einer Fastfoodfiliale. Wollen wir diesen Aufstand der Konsumenten mit der Aufdeckung des Watergate-Skandals[3] vergleichen? […]

Warum aber sollten Menschen, die lediglich neue technische Möglichkeiten nutzen, etwa um ihre Poesie-Alben zu veröffentlichen oder um ihrer Trauer über kaputte Computer Ausdruck zu verleihen, warum sollten diese Menschen Produktionsbedingungen für Medien diktieren und Meinungsführerschaft beanspruchen? Ist die produktive Vernetzung von wandelbaren sozialen Identitäten schon deswegen gegeben, weil jemand ein Chatprogramm anschmeißen kann oder sich in einem Blog wenigstens selbst beweist, dass er ja bloggt, also irgendwie noch lebt? […]

Obwohl etablierte Formen der Informationsbildung, zum Beispiel aus Tageszeitungen und Magazinen, als „Mainstream Media“ verspottet werden (sie gelten als korrumpiert, hierarchisch, hirngewaschen, langsam und überaltert), obwohl der Schwarmgeist also triumphieren möchte, darf erinnert werden: Es macht immer noch den Unterschied, wer etwas sagt. Und wo er es tut.

Die etablierten Medien verfügen über rigide Aufnahmeverfahren und praktizieren bei journalistischem Fehlverhalten im besten Fall Sanktionierungen. Es darf also eben nicht jeder überall mitschreiben – und der, der schreibt, macht dies nie unbeobachtet und zum Beispiel auf der freien und anonymen Wildbahn der Wikipedia, die so einfach anzuklicken ist und wohl auch deshalb vor Fehlern strotzt. Was aber wiegt dann mehr? Dass das immer elitäre Denken der Mainstream-Medien im Zweifel undemokratisch ist? Oder, dass daraus Qualität entsteht? […]

„Die Menschen“, schreibt Norbert Bolz[4], „werden immer mehr zu – wie man im Mittelalter sagte – idiotae: also zu eigensinnig Wissenden. Die neuen Idiotae lassen sich ihr Wissen, ihre Interessen und Leidenschaften nicht mehr ausreden.“ Mag sein. Verlangt ja auch keiner. Aber sollen wir uns deshalb von jeder Idiotie in die Zukunft führen lassen?

(Süddeutsche Zeitung vom 08./09.12.2007, gekürzte Fassung;
Text online verfügbar unter http://www.sueddeutsche.de/digital/die-neuen-idiotae-web--1.335426,
zuletzt aufgerufen am 22.03.2012)

---

[2] *„User Generated Content“:* von Internetnutzern erstellte Inhalte, z. B. in Form von Weblogs, Internetforen usw.

[3] *Watergate-Skandal:* Anspielung auf die herausragende Rolle der Presse bei Aufdeckung des Machtmissbrauchs durch den republikanischen US-Präsidenten Richard Nixon. Nixon musste deshalb 1974 zurücktreten.

[4] *Norbert Bolz:* Medienwissenschaftler