

Transparentes Leben

Chris Cox, Produktverantwortlicher von «Facebook», jener Online-Community, die in diesen Tagen die Schwelle von 200 Millionen Benutzern überschreiten wird, stellt sich vor, dass wir, bevor wir zum Mittagessen gehen, ein Update mit Ort und Namen des Restaurants auf unserem Computer hinterlassen. Dieses erscheint automatisch und sekundenschnell als Nachricht auf den Homepages aller unserer «Freunde». So informiert, können unsere Freunde sich spontan entschliessen, das Mittagessen mit uns zu teilen. Automatisch auf den Homepages auftauchende «Updates» auf der Basis der Mitteilungen unserer Freunde hat «Facebook» erst vor wenigen Wochen eingeführt. In der Folge haben sich zweieinhalb Millionen Nutzer einer Facebook-Gruppe angeschlossen, die im Netzwerk selbst gegen diese und andere Veränderungen des Netzwerks und seiner Regeln protestiert, unter anderem, weil sie sie als Trivialisierung des Mediums empfinden. Aber Facebook, so sagt es Chris Cox gegenüber der «New York Times» (29. 3. 9), ist keine Demokratie. Das Ziel sei der Aufbau eines Internetmediums für Zwecke der Kommunikation.

Facebook steht unter anderem unter dem Konkurrenzdruck von «Twitter». Seit März 2006 existierend, ist Twitter ein Medium (ein «Mikroblog»), das uns erlaubt, sehr kurze Nachrichten von maximal 140 Zeichen zu versenden. «What are you doing?» steht als Frage über der Eingabezeile auf der Startseite von Twitter, und wir können entweder diese Frage beantworten oder beliebige andere Mitteilungen eingeben: «Mein Ehrgeiz führt mich durch einen Tunnel, der niemals endet», so eine Mitteilung des Rappers 50 Cent am 1. März dieses Jahres.

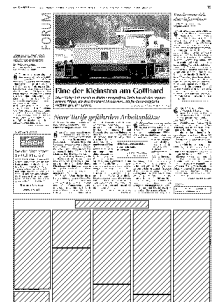
Gelesen werden diese Mitteilungen («tweets») nicht wie bei Facebook von den «Freunden» des Mitteilenden. Bei Twitter sind es statt Freunden «follo-

wers», die sich mittels eines Klicks entscheiden, in Zukunft meine Mitteilungen zu verfolgen, ohne dass ich dem zustimmen müsste. Die zitierte Mitteilung von 50 Cent haben die an diesem Tag für ihn eingetragenen 200 000 «followers» empfangen. Ausserdem gibt es in Twitter eine Suchfunktion, in die ich Namen und Begriffe eingeben kann und dann in Sekunden alle «tweets» erhalte, in denen in den letzten Minuten und Stunden der betreffende Name oder Begriff verwendet worden ist. Jede gelesene Mitteilung erlaubt mir, mich als «follower» des Autors einzutragen – und bei jedem Autor kann ich mir sein Profil ansehen, das offenlegt, welchen anderen Teilnehmern er «folgt» und von wie vielen anderen er «verfolgt» wird.

Kommunikationsmedien wie Facebook und Twitter überspielen die für die moderne Gesellschaft so bestimmende Unterscheidung von «öffentlich» und «privat», und sie überspielen die Unterscheidung von «kleinen» und «grossen Welten». Ich teile nachts um drei mit, dass ich schon wieder und noch immer nicht schlafen kann, und vielleicht ist dies für den kleinen Kreis meiner «followers» bestimmt, um den ich weiss, aber zugleich ist es an die ganze Welt adressiert oder zumindest an alle diejenigen in der Welt, die auf die Idee kommen, das Wort «schlaflos» in die Suchfunktion einzugeben.

Immer schon waren Unterscheidungen wie öffentlich/privat oder kleine Welt/grosse Welt bei jenen neutralisiert, die man berühmt nennen konnte – Figuren aus den Medien, dem Sport und der Politik. In den neuen Kommunikationsmedien des Internet aber sind der Möglichkeit nach alle berühmt, zumindest sind sie «mikroberühmt», das heisst berühmt im Kreis ihrer «followers», die sie sowohl lokal wie weltweit rekrutieren können.

Auf einer Messe für interaktive Me-



dien, die Mitte März in Austin (Texas) stattfand, gab es u. a. ein Forum über das «Sexualleben der Mikroberühmten», das grundlegende Fragen des Typs erörterte: «Darf ich noch über dich bloggen, nachdem ich jetzt mit dir gehe.» Man musste bei diesem Forum nicht anwesend sein, wie auch der Autor dieser Zeilen nicht anwesend war. In der für die interaktiven Medien charakteristischen Verkehrung der Zeit wurde das Ereignis bereits gebloggt, bevor es begonnen hatte; und auch diejenigen, die am Ort präsent waren, waren nur begrenzt vor Ort, weil sie das Ereignis bloggen mussten.

Am Ende ist alles Kommunikation. Die Medien, von denen wir hier sprechen, haben in gewisser Hinsicht kein nicht zu den Produzenten des Mediums zählendes Publikum mehr und vor allem kennen sie keine Konsumation. Beobachtung und Erleben sind nur insoweit wichtig, als sie in Kommunikation eingebracht werden können. Eine Journalistin des «Wall Street Journals», die sich mit Twitter vertraut machen wollte, erhielt bald von einem ihrer «follower» die Nachricht: «interact – no lurking» (interagiere – nicht im Verborgenen liegen!). Und alle Beteiligten, wie dies schon immer für die Profis der Medien galt, agieren heute multimedial. Man produziert und sendet auf einer wachsenden Zahl von Kanälen, kommentiert beispielsweise auf Twitter die letzten persönlichen Vorbereitungen auf die Fernsehsendung, in der man gleich auftreten wird.

Es sieht so aus, als würde unser Leben unter diesen Voraussetzungen transparent. Und dies schon allein deshalb, weil man vielleicht gar nichts anderes hat als das eigene Leben, auf das man zurückgreifen kann und muss, wenn man an der Kommunikation teilnehmen will. Für

ANSICHTEN

*Rudolf Stichweh,
Luzern*



eine Konzentration auf unpersönliche Sachverhalte, die man nach längerem Studium in eine weltfähige Kommunikation umsetzt, bleibt möglicherweise keine Zeit. Und dennoch ist die Transparenz des Lebens, die sich auf diese Weise einstellt, jener veröffentlichten Intimität ähnlich, die der Welt des Theaters immer schon eigen war. Jeder wird sich eine Hinterbühne reservieren, die ein jeder von uns dem Zugriff der interaktiven Medien zu entziehen versuchen wird.

HINWEIS

► Rudolf Stichweh lehrt Soziologie an der Universität Luzern. Arbeitsgebiete sind die Theorie der Weltgesellschaft, die Theorie der soziokulturellen Evolution und die Entwicklung der Wissenschaft und der Universitäten. Er äussert hier seine freie Meinung. Diese muss nicht mit derjenigen der Redaktion übereinstimmen. ◀