



Wir sind nicht so global, wie wir glauben

Franz Sedlak

Was Zuckerman, ein amerikanischer Medienwissenschaftler bewusst macht, kann ihm als großes Verdienst angerechnet werden: Das Internet, wie es zumeist genützt wird, ist nicht so global, wie wir glauben möchten. Sicherlich ist das Internet in der Lage, Inhalte weltweit zu verbreiten, Effekte international zu multiplizieren. Das Internet kann politische Systeme destabilisieren, aber andererseits auch Epidemien durch konzertierte Maßnahmen zum Erlöschen bringen. Das Internet kann – so die erste Aussage – verbinden, „anstecken“, anregen. Es kann uns mit der Welt verbinden. Aber dennoch: Unser Weltbürgerempfinden ist eingebildet, unser Kosmopolitentum imaginär. Was wir kennen ist abhängig davon, wen wir kennen (der uns Informationen zukommen lässt bzw. auf bestimmte Inhalte aufmerksam macht)!

Bei fast jedem Internet-Kontakt wird man gefragt, ob die Informationen, die dabei ausgetauscht wurden (z.B. bestimmte Kaufinteressen), verwertet werden dürfen. Das angegebene Ziel ist meist die Nachschärfung eines persönlichen Kunden-Profiles. Das Problem dabei: je spezifischer die Zugriffsmöglichkeiten, desto enger die Auswahl. Jeder Zufall ist ausgeschaltet und damit auch alles Innovative. Das erinnert an die Argumentation von Reisebüros: „Hier sind Sie nicht daheim und doch zu Hause“, der Urlaubsort bietet in fremder Umgebung die gewohnten Annehmlichkeiten wie zu Haus.

Man müsste etwas Komplementäres zum konvergenten Vorgehen erschaffen, das dem Zufall huldigt, so etwas wie ein wahlloser Spaziergang, auf dem man plötzlich etwas Neues entdeckt. Das ist das sogenannte Serendipity-Prinzip, benannt nach einer indischen Prinzessin, die auf ihren Spaziergängen immer wieder Neues entdeckte.