

#Unfrei in der Mitmach-Gesellschaft

Die Mediatisierung unserer Gesellschaft wird von einer Narration begleitet: Insbesondere die Etablierung von Social Media habe eine Zunahme von selbstbestimmter Partizipation zur Folge. Schön wär's! Die digitale DNA-Spur macht uns unfrei.

Das heurige mediale Sommertheater begann mit einer Recherche der «NZZ». Eine Sekretärin des Bundeshauses soll auf Twitter regelmässig Nacktfotos von sich veröffentlicht haben. Das Qualitätsblatt wollte offenbar eine arbeitsrechtliche Diskussion anzetteln. Dies war den Boulevardmedien aber zu wenig. Sie starteten sogleich die Jagd nach der Identität der Frau sowie nach den schlüpfrigen Fotos. Partizipation wird bei «20 Minuten» grossgeschrieben. Die Gratiszeitung bat ihre Leserschaft um sachdienliche Hinweise: Kennen Sie die betreffende Dame? Schreiben Sie uns: feedback@20minuten.ch

In Twittereile tauchten dann auch schon die ersten Fotos auf, und 20min.ch konnte stolz verkünden: «Das ist die Porno-Sekretärin des Bundes.» So kam die Schweiz zu ihrem #Selfigate-Skandal Nr.1. Selbstverständlich kennt die Mediengeschichte auch Beispiele für einen funktionalen Einbezug des Publikums, der sich positiv auf die Leistung des Journalismus ausgewirkt hat. Wir erinnern uns etwa an das Gutten-Plag-Wiki. Mit Hilfe der Publika reichweitenstarker Medien wurde innert Tagen beinahe die Hälfte der Doktorarbeit des damaligen deutschen Verteidigungsministers als Plagiat identifiziert. Das eindrücklichste Beispiel ist wohl aber der Spesenskandal englischer Abgeordneter. Über 20'000 Leser des «Guardian» haben innert 80

Stunden mitgeholfen, rund 170'000 Dokumente auf Unstimmigkeiten zu überprüfen. Crowdsourcing heisst das Zauberwort. Sein Schöpfer, der amerikanische Journalist Jeff Howe, präzierte den Neologismus: «The act of taking a job traditionally performed by a designated agent and outsourcing it to an undefined, generally large group of people in the form of an open call.»

Heute haben fast alle Medien ein Interesse daran, die Mitmach-Kultur bei ihrem Publikum zu fördern – nicht nur bei investigativen Recherchen.



Vinzenz Wyss, Professor für Journalistik am Departement Angewandte Linguistik der ZHAW

Als Zuschauer, Leser und User werden wir immer mehr in die Arbeit der Medien eingebunden. Wir werden aktiviert und sollen für die Organisationen tätig werden. Als sogenannte «Prosumer» sollen wir in Kommentarforen, auf Facebook oder in Google Hangout eigenen «User Generated Content» produzieren, den wir auf unseren Onlinekanälen wiederum teilen.

Aktiviert Partizipation meint also auch, dass Medienorganisationen sowie zunehmend weitere medienorientierte Unternehmen bestimmte Medieninhalte bzw. Sendungen, Formate, Online-Plattformen oder Softwareprogramme

so ausgestalten, um ihre Publika anzuleiten, sich an ihrer Arbeit zu beteiligen.

Es soll hier nicht ignoriert werden, dass die sich beteiligenden «Prosumer» auch ihren Nutzen daraus ziehen: etwa einen Wissensvorsprung oder Status aufgrund sozialer Etikettierung als Experte. Wir können aber davon ausgehen, dass, wenn wir angehalten werden, uns so zu beteiligen, es primär den – meist ökonomischen – Interessen einer Organisation dienlich ist.

Begünstigt wird diese Entwicklung durch den fortschreitenden Mediatisierungsprozess in unserem Alltag. Wir Nutzer müssen ja nicht einmal selbst aktiv werden. Unsere Aufenthaltsorte, besuchte Kathedralen, Bahnreisen, Lieblingsfilme oder Medienaktivitäten werden mit Hilfe von mitzeichnenden Apps automatisch registriert. Frictionless Sharing wird das in der Fachsprache euphemistisch genannt. Soziale Netzwerke sind jedoch transitiv. Selbst wenn wir etwas wohlüberlegt auf Facebook posten, so kann der Tag kommen, an dem es den Raum des virtuellen Unbeobachtetseins verlässt. Big Data macht in der Transparenzgesellschaft aus der Unschuldsumutung den Generalverdacht.

Der Stadtamman von Baden kann ein Lied davon singen. «Die Gedanken sind frei!» – dies gilt nicht einmal mehr für unsere im digitalen Chatroom geäusserten geheimsten Wünsche. Wir sollten der Narration von der selbstbestimmten Partizipation im digitalen Zeitalter mit Skepsis begegnen. Spätestens seit dem sommerlichen Selfigate-Skandal Nr.2 (aka #GeriGate) müssen wir uns fragen, ob und wie wir den Rest an Privatheit noch retten können, bevor wir im Netz zu verschwinden drohen. ■