

Thomas Barth

David Shenk: Datenmüll und Infosmog. Wege aus der Informationsflut

1999

<https://doi.org/10.17192/ep1999.3.2944>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Barth, Thomas: David Shenk: Datenmüll und Infosmog. Wege aus der Informationsflut. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 16 (1999), Nr. 3, S. 373–375. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1999.3.2944>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

David Shenk: Datenmüll und Infosmog. Wege aus der Informationsflut
München: Lichtenberg Verlag 1998, 268 S., ISBN 3-7852-8425. DM 39,90

Multimedia als Informations-Smog wahrzunehmen ist heute sicher eine alltägliche Erfahrung. Der New Yorker Journalist David Shenk beschreibt seine eigenen, leidvollen Erfahrungen mit der schönen neuen Medienwelt, die von Begeisterung über Verwirrung bis zur Frustration führten. Die rhetorische Figur, in die Shenk seine Kritik verpackt, ist weniger überzeugend als seine anschließenden Kernaussagen und seine Lösungsvorschläge. Wenn das abgegriffene Pathologisierungsthema diesmal auf das Internet etc. angewandt also den „Infoholiker“ ans Licht zerrt und seine als Folge „elektronischer Reizüberflutung“ gestörte Psyche diagnostiziert,

sollte man das Buch nicht gleich zur Seite legen. Die aus psychologischer Fachliteratur (aber offensichtlich ohne psychologische Fachkenntnis) zusammengeklautbe Symptomatik des „schwarzen Schüttelns“ soll die Folgen ungehemmten Info-Konsums beschreiben: Selbstüberschätzung, Frustration, Verwirrtheit, beeinträchtigte Entscheidungsfähigkeit, abnehmende Hilfsbereitschaft (S.37ff.). Es ist wahlweise als nicht ganz ernstgemeinte satirische Überzeichnung, psychologisierte Autobiographie oder als Beleg für eine Hauptthese des Autors zu lesen: Information ist noch lange kein Wissen: erst wenn Bildung dazukommt, die es erlaubt, Information einzuordnen, zu bewerten, Schlüsse aus ihr zu ziehen, wird sie zu Wissen, das zu sinnvoller Entscheidungsfindung befähigt. Und auch die beste Bildung ist überfordert, wenn sie ohne sinnvolle Filtermaßnahmen mit Daten aus dem Internet überschüttet wird.

Shenk stellt das Internet kritisch dem Fernsehen gegenüber und warnt vor Leichtgläubigkeit, was die Prophezeiungen unbegrenzten Nutzens für den Konsumenten angeht (S.65). Sein kritischer Blick streift die Software-Produktion, die sowohl den Gebrauchswert als auch die Ästhetik ihrer Angebote der ungehemmten Profitsteigerung unterordnet; sie erreicht dieses mittels Verkaufens neuer aber nutzloser Versionen ihrer Programme, die der Konsument im „Upgrade-Wahn“ zu brauchen glaubt (S.90f, 208). Er geißelt den sensationsgierigen Journalismus, die E-Mail-Werbeflut und beklagt allgemein eine „Fragmentierung der Kultur“, eine Aufsplitterung der Menschheit in verschiedene „Verbraucherstämme“, denen ein gemeinsames Verständnis der Welt abhanden kommt (S.121). Letzteres ist einer der weniger schlüssigen Kritikpunkte Shenks, denn ein solches homogenes Verständnis war auch bislang schon auf die weiße, wohlhabende, amerikanische Menschheit beschränkt gewesen –also Shenks Leserschaft, die jetzt schwieriger zu bedienen ist.

Sehr nachvollziehbar ist dagegen seine Kritik am Neoliberalismus. „Der Cyberspace ist konservativ“ – so lautet Shenks 13. Gesetz des Infosmogs, auch „Gingrich-Gesetz“ genannt (S.9, S.192ff.) – und mitnichten politisch neutral, so seine These, die er auf die rechte Fraktion der Technikoptimisten der US-Republikaner stützt. Deren Leader, Newt Gingrich, steht für eine Ideologie des „Cyber-Utopismus“, die ihre Legitimation aus multimedialen Wunschträumen schöpft, mittels derer eine reaktionäre Politik des Sozialabbaus betrieben werden soll (Deregulieren, Unternehmenssteuern senken etc.). Wenig verwunderlich, daß der Software-Monopolist Microsoft die Republikaner mit Spenden unterstützt, schon eher, daß sich „Netz-Gurus“ wie Esther Dyson vor diesen Karren spannen ließen (wenn auch, so Shenk auf S.192, ohne ihr Wissen). Seine Absage an Barlows berühmte „Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace“ steht unter der Überschrift „Schimpfen Sie nicht auf den Staat –helfen Sie ihm“ (S.225 ff.). Hier plädiert er im Widerspruch zum US-amerikanischen Zeitgeist für mehr staatliche Kontrolle der Multimedia-Welten, vor allem für mehr Datenschutz (europäische Beispiele sind seinem doch sehr US-zentrierten Blick allerdings nicht geläufig) im Sinne einer Wahrung der Privatsphäre des einzelnen, aber auch für „Infosmogfreie Zonen“.

Verständlichkeit von Gesetzestexten, Bildung für Informations-Habenichtse und eine bürgernahe, mehr an menschlichen und weniger an wirtschaftlichen Interessen orientierte Technologiepolitik. Shenks praktische Tips gegen die Infoflut sind nicht immer neu, aber plausibel („Schalten Sie den Fernseher aus!“, S.205) und seine Überlegungen zu einer freiwilligen Selbstbeschränkung der E-Mail, für die Entsagung des weiträumigen Versendens von Banalitäten, nur weil es so grenzenlos billig und mühelos machbar ist (S.207), dürften für viele Computer-UserInnen nützlich sein.

Thomas Barth (Hamburg)