



Peter Glaser

„Das Suchen hat in der Zwischenzeit einen religiösen Charakter angenommen. Die Leute wollen gar nicht mehr finden, sie wollen suchen.“

Auf dem Weg nach Serendip

Peter Glaser über den *Google*-Briefschlitz, die Geheimnisgesellschaft und den Journalisten in jedem von uns

Herr Glaser, 1980 trafen Sie zum ersten Mal den Computer. Seitdem gelten Sie als Netzpionier. Was ist das Internet heute für Sie? Recherchemöglichkeit, Spielzeug, Müllleimer?

Peter Glaser: Spielzeug weniger. Es ist für mich in der Zwischenzeit zu großen Teilen ein Arbeitsinstrument geworden. Ich gehe da relativ strukturiert vor. Für mich ist das Netz ein Bereich, in dem ich mich nach Neuem umschaue, weil es noch eine relative junge und dynamische Struktur ist, in der immer mal wieder Unerwartetes auftaucht.

Relativ neu ist auch die unglaubliche Macht von Suchmaschinen. Das Verb „googeln“ ist bereits in den Duden aufgenommen worden. Muss ich nicht das „Googeln“ genauso lernen wie das Schreiben?

Ja, denn man hat immer nur diesen *Google*-Briefschlitz. Und es geht darum zu wissen, was hinter diesem Briefschlitz ist. Darin besteht Bildung. Wenn man sagen kann „Ich weiß, was die Grundprinzipien der Enzyklopädie sind. Ich weiß, was es zu wissen geben könnte“, dann kann man auch anfangen, das Suchen ein bisschen zu verfeinern.

Es gibt diesen schönen englischen Begriff „serendipity“, der noch gar nicht ins Deutsche übertragen worden ist und den der englische Autor Horace Walpole, in Anlehnung an das Buch *The Three Princes of Serendip*, geprägt hat. Serendip ist eine alte Bezeichnung für Ceylon, das heutige Sri Lanka. Die drei Prinzen in der Geschichte finden immer wieder wichtige und interessante Sachen, die sie gar nicht gesucht haben. Genau das ist das *Google*-Prinzip. Ich finde im Internet die interessantesten Sachen, nach denen ich überhaupt nicht gesucht habe.

Man findet aber im Internet auch Geschichten und Nachrichten, die völlig uninteressant sind. Oder Informationen, die einfach falsch sind, wenn man sich mal beispielsweise die Gerüchte über den 11. September in Erinnerung ruft, die im Netz kursierten.

Das ist wahr. Sogar *Wikipedia* setzt Gerüchte in die Welt. Die journalistischen Prinzipien und die Fähigkeit, Informationen wahrzunehmen, zu sichten und zu bewerten, müssen ins allgemeine Bildungsgut übergehen. Denn sonst bringt man die Leute in eine Situation, in der Resignation oder der Kulturpessimismus zu stark in den Vordergrund treten. Das Gute ist aber, dass man den Umgang mit Informationen heute auch etwas intensiver lernt, als in den Zeiten vor dem Internet. Damals hat sich jeder zurückgelehnt und sich gesagt: „Die vom *Spiegel*, die werden schon ihre Dokumentare haben, die alles checken.“

Also sollte besser jeder sein eigener Journalist sein und die Quellen selbst prüfen?

Genau. Ich glaube, dass mittlerweile Journalismus gar kein spezieller Beruf mehr ist, sondern ein Element der Allgemeinbildung. Jeder muss ein Mobile an journalistischen Kriterien entwickeln, um Informationen selbst zu prüfen und zu filtern. Die große Herausforderung für die professionellen Journalisten und Zeitungsmacher ist es heute, sich zu fragen, wofür sie nach wie vor Geld verlangen können, wenn jeder ein Journalist ist.

Und wo lernt der Durchschnittsbürger, Journalist zu werden?

Nirgends. Das hat sich im Bildungssystem noch nicht rumgesprochen. Lehrer gehören ja zu den eher überforderten Teilen der Informationsgesellschaft. Da ist Selbsthilfe, Learning by doing, angesagt.

Von Ihnen stammt der Satz: „Information ist schnell, Wahrheit braucht Zeit“. Online-Journalismus ist sehr schnell. Ist er also minderwertig und unglaubwürdig?

Nicht minderwertig, aber es existieren bestimmte Formen von Konkurrenz in den Medien und im Journalismus, die ausschließlich mit Dynamik zu tun haben und sich von der Realität abkoppeln. Bestimmte Themen jagen sich in unglaublicher Geschwindigkeit hoch, was aber immer öfter immer weniger mit der Realität zu tun hat, sondern zunehmend mit der Konkurrenz unter den Medien. Die Medien erhöhen den Wert eines Themas dadurch, dass sie es stärker dramatisieren. Sie versuchen, die Tube immer weiter auszuquetschen, auch wenn sie schon leer ist. Wenn man sich aber ein bisschen Zeit lässt und noch mal nachrecherchiert, merkt man, dass diese Dramatik gar nicht angemessen ist.

Genau diese Dramatik wird doch aber gerade durch das Internet stark verschärft.

Natürlich.

Heißt das dann, dass sich die Qualität im Journalismus durch den Wettbewerb im Internet verringert?

Die Ansprüche sinken durch die Geschwindigkeit, keine Frage. Es gibt diesen klassischen journalistischen Anspruch, dass eine Information erst dann als zuverlässig veröffentlicht werden kann, wenn mindestens zwei verschiedene Quellen ihren Wahrheitsgehalt bestätigen. Dieser Anspruch fällt bei der Geschwindigkeit, mit der heutzutage Nachrichten produziert werden, immer öfter weg. Bestimmte journalistische Prinzipien müssen aber aufrechterhalten werden. Diese Prinzipien bekommen, wie man an den Fälschungsskandalen der *New York Times* sieht, auch eine ökonomische Bedeutung.

Wie wird sich das Verhältnis zwischen Internet und Journalismus entwickeln?

Das Internet ist die Zukunft des Journalismus und auch der Kommunikation. Man sagt immer „Sex sells“. Aber es gibt noch einen zweiten kulturellen Antrieb: Faulheit. Die ist mindestens genauso mächtig wie Sex. Aus Bequemlichkeit geht man nicht mehr zu einem Archivar, sondern an den *Google*-Briefschlitz. Die Informationen dort reichen zum Teil aber nur bis in die 70er, 80er Jahre zurück. Die Geschichtsschreibung fängt also nicht im Jahr 5.000 vor Christus an, sondern irgendwo im Jahr 1980, als jemand dieses digitale Archiv angelegt hat. Also wird die Vergangenheit gekappt.

Es gibt heute den Begriff Informationsgesellschaft, aber nicht den Terminus der Geheimnisgesellschaft.

Was meinen Sie damit?

Information besitzt immer ein Gegenteil, nämlich das Geheimnis. Und spätestens seit dem 11. September haben sich die Paradigmen in mancher Hinsicht geändert. Es gibt viel Information, die wieder aus dem Internet verschwindet, zum Beispiel Lagepläne von wissenschaftlichen Einrichtungen. Ein anderer Fall: Zeitungen in Amerika müssen jetzt für die Zweitverwertung von Artikeln freier Autoren, die auch online angeboten werden sollen, zusätzlich Geld bezahlen. Weil sie nicht aus Versehen zahlungspflichtig werden wollen, haben die Zeitungen angefangen, ihre Online-Archive auszuräumen. Da verschwinden hunderttausende von Seiten Textmaterial. Das passiert unterhalb des Radars der Öffentlichkeit.

Was unterscheidet journalistische Information von beliebigen Internet-Inhalten?

Journalistische Information ist immer Information, die jemandem wehtut. Klassische journalistische, investigative Information ist immer Information, die nicht einfach über *Google* zu finden ist. *Google* kann man auch als eine riesige Illusion bezeichnen. Mit Recherchieren, mit Vergleichen von Textversionen und unterschiedlichen Informationen kann man sicher viel erreichen. Aber Investigation, also Information, die ich im Internet nicht finden kann, ist immer noch die interessantere Art von Wissen. Mit Menschen zu reden, ist eben immer noch spannender, als im Netz zu surfen.

Also muss der Journalist in den *Google*-Briefschlitz schauen und genau die Themen auf die erste Seite bringen, die er dort nicht findet?

Journalismus muss immer auf der Suche nach der Wirklichkeit sein und die ist heute sehr häufig schwerer zu finden. Die Illusion, dass wir die Wirklichkeit über die Medien präsentiert bekommen, wird immer stärker. Das Internet ist dabei relativ harmlos. Das zentrale Medium ist immer noch das Fernsehen, weil Bilder so bequem sind. Der Zuschauer sieht irgendeinen Ausschnitt – drei Sekunden Afghanistan – und glaubt, er sehe die Wirklichkeit. Man sieht ja auch eine Menge. Da liegen Steine auf der Straße und Leute laufen herum. Das ist auch die Wirklichkeit, aber eben nur ein winziges Fenster. Mit der Wirklichkeit im weiteren Sinne hat das nur wenig zu tun.

Stattdessen lese ich lieber eine Hintergrundgeschichte in der *New York Times*, immer noch eine der besten Zeitungen. Die sollte man ab und zu lesen, wenn man sich eine Vorstellung von dem machen will, was Journalismus leisten kann. In Deutschland wäre der *Spiegel* vergleichbar, aber den steuert Stefan Aust seit Jahren schon in eine Richtung, in der es mehr um Entertainment geht als um Hintergründe.

Ist es nicht informativer, das Blog eines Afghanen zu lesen, der mir direkt von seiner Welt und seinen Erfahrungen berichtet? Da bin ich doch im Endeffekt näher am Geschehen dran, als bei einem Hintergrundbericht der *New York Times*.

Ja, das stimmt. Aber es gibt zu viele Blogs. Die schiere Menge an Information und die Notwendigkeit zu sichten, überfordert einen. Ich muss verzweifelt versuchen, das Angebot irgendwie zu beschränken, um nicht den ganzen Tag nur Blogs zu lesen. Das Problem ist, dass man diese Weltinformationsmasse auf vielen verschiedenen Wegen strukturieren und durchqueren kann. *Google* ist aber wie Wasser aus einem Hydranten trinken. Bei *Google* gibt es nur zwei Modi: „zu wenig“ und „zu viel“. Ich schreibe selber kein Blog, weil ich Angst davor habe, dass mich das auffrisst.

Sehen Sie Blogs als Konkurrenz für den Journalismus?

Mit der Konkurrenz ist das so eine Sache. Viele Kulturpessimisten sagen immer: „Ein Medium wird durch das andere Medium verdrängt.“ In Wirklichkeit ist es aber so, dass sich alle Kulturinstrumente, die der Mensch bislang entwickelt hat, friedlich in einen gemeinsamen Pool hineinbegeben und weiterexistiert haben, wenn man von bestimmten Methoden der Tintenherstellung aus dem Mittelalter mal absieht.

Werden Blogs das Schicksal dieser antiquierten Methoden teilen?

Ich glaube nicht, dass sie verschwinden werden. Sie werden sich eher weiterentwickeln. Das merkt man schon daran, dass Werbung und andere unerwünschte Nebeneffekte etablierter Medien sich auch bereits in den Blogs finden. Kürzlich hat sogar schon die *Telekom* versucht, Blogs zu machen. Mit bestellten Blogschreibern, die an Peinlichkeit nur schwer zu übertreffen waren.

Wenn Sie den Menschen die aktuellen Entwicklungslinien des Internets erklären sollten, was würden Sie in den Mittelpunkt stellen?

Ich habe das Gefühl, dass momentan eine sehr große Unübersichtlichkeit und zugleich eine sehr große Dynamik herrscht.

Das Suchen hat mittlerweile einen religiösen Charakter angenommen. Die Leute wollen gar nicht mehr finden, sie wollen suchen. Ich möchte den Menschen dieses „Suchuniversum“, das sich zurzeit auftut, erklären. Fast jeden Tag werden zehn neue Suchmaschinen mit immer höherer Spezialisierung vom Stapel gelassen. Die sollen einem eigentlich dabei helfen, Informationen zu finden, aber man findet ja schon die Suchmaschinen kaum noch.



Peter Glaser, Jahrgang 1957, ist Schriftsteller, Journalist und Computerexperte. Er ist Mitglied im *Chaos Computer Club* und schrieb für die Magazine *Datenschleuder*, *Konr@d* und *Tempo*. Für seine Erzählung *Geschichte von Nichts* bekam er 2002 den Bachmann-Preis.



Das Gespräch führte Carolin Fromm, 20. Sie studiert Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Betriebswirtschaftslehre sowie Psychologie. Nach dem Interview mit Peter Glaser weiß sie mehr über Informationsverluste und den Zusammenhang zwischen *Google* und einem Hydranten.