

Macht uns das Internet dumm?

geschrieben von Bernd Berke | 1. August 2008

Nicht nur in Internet-Debatten macht derzeit ein Beitrag Furore, der sich grundsätzlich mit den Folgen des Netzes befasst. Der US-Autor Nicholas Carr fragt im Magazin „Atlantic Monthly“: „Is Google Making us Stupid?“ Übersetzt: Macht uns Google dumm? Gemeint ist viel mehr als die Suchmaschine, nämlich die gesamte (Online)-Kultur.

Aber kann man hier überhaupt noch von Kultur im herkömmlichen Sinne reden? Carr kommt nämlich zu einem Befund, der inzwischen die allermeisten Menschen betrifft: Das Internet gewöhne uns immer mehr an raschen, ja rasenden Informations-Konsum in Häppchen-Form. Man klickt sich hierhin und dorthin, nimmt alles nur wie im Fluge wahr – und verliert dabei Stück für Stück die traditionelle Lesefähigkeit.

Klicken vermindert die Lesefähigkeit

Carr schildert eigene Erfahrungen und die seines durchaus literarisch gebildeten Umfelds: Früher habe man sich ausgiebig auf Bücher eingelassen, habe sich in „tiefe Lektüre“ versenkt wie ein Taucher. Heute surfe man nur noch auf Textoberflächen und neige zum zeitigen Abbruch. Wörtlich: „Mein Geist schweift nach allen Seiten ab. Ich werde zappelig, verliere den Faden, schaue mich nach einer anderen Beschäftigung um.“

Eine alte menschliche Schwäche (oder auch: wendige Stärke?) wird hier wieder akut: Wir lassen uns nur allzu bereitwillig ablenken durch immer neue Reize und Impulse. Es regiert die Flüchtigkeit. Mit der guten alten Abschweifung hat das nichts mehr zu tun. Die schloss ein, dass man irgendwann zum Stoff zurückkehrte. Jetzt aber heißt es nur zu oft: klick und weg!

Carrs Thesen erscheinen plausibel. Belege ließen sich reihenweise finden, allen (Wieder)-Entdeckungen der

Langsamkeit zum Trotz. Er selbst zitiert Studien, denen zufolge Internet-Nutzer nicht unbedingt weniger, aber eben ganz anders lesen. Sie picken sich aus dem ungeheuren Überfluss Text- und Bild-Fragmente heraus und scheuen alle längeren Passagen. Ist dies nun ein Defizit – oder eine Kulturtechnik, um sich in der Fülle zurechtzufinden?

Hang zur rastloser Kürze

Kein Wunder, dass ältere Kino- und Fernsehfilme vergleichsweise behäbig wirken. Die Schnittfolge ist mit der Zeit immer rasanter geworden. Jüngere Leute haben kein Problem mit dieser Häcksel-Ästhetik, ältere können kaum folgen. Von Computerspielen oder der Fähigkeit, im Eiltempo Handy-Tastaturen zu bedienen, reden wir lieber erst gar nicht.

Der Hang zu rastloser Kürze hat auch Radioprogramme erfasst. Ein Wortbeitrag, der länger als zwei Minuten dauert (und nicht von Gedudel untermalt wird), ist auf manchen Kanälen die Ausnahme. Beim Fernsehen, das wohl bald ins Internet wandert, kann man sich durch immer mehr Stationen zappen.

All das führt dazu, dass „Aufmerksamkeits-Defizite“ allmählich zur Volkskrankheit werden. Man darf vermuten, dass die grassierende Ungeduld häufig keine reine Hormonfrage ist (auch wenn die Pharma-Industrie das gern so hätte), sondern auch mit Seh-, Hör- und Lesegewohnheiten zu tun hat.

Am Schluss seines Artikels fordert Nicholas Carr uns auf, dass wir seine Skepsis just zweifelnd betrachten. Er fragt sich, ob er womöglich zu schwarz male – wie einst der altgriechische Denker Sokrates, der vor den Folgen der Schrift (Verlust des mündlichen Vortrags und des Gedächtnisses) warnte. Vielleicht, so Carr, entwickle sich aus der neuen Art des Lesens ja sogar ein goldenes Zeitalter. Schön wär's.

Nicht nur am Horizont zeichnet sich unterdessen eine Kultur ab, die kaum noch von gedruckter Schrift bestimmt wird. Vielfach stehen wir schon mittendrin. Oder irren wir kopflos

hindurch?

INFOS:

- Nicholas Carr (Jahrgang 1959) schreibt weltweit beachtete Texte am Schnittpunkt von Technologie und Kultur.
- Kontrovers diskutiert wurde sein 2004 erschienenes Buch „Does it matter?“ (Ist es wichtig?), in dem er die PC-Ausstattung von Firmen für zweitrangig erklärte, weil sie längst alltäglich sei. Konzerne wie Microsoft waren anderer Ansicht . . .
- Kritik übt Carr an der Dominanz der Internet-Suchmaschine Google und des Netz-Lexikons Wikipedia.
- Online-Auftritt von Carr: <http://www.nicholascarr.com/>
- Den Artikel „Macht uns Google dumm?“ findet man – in englischer Sprache – unter dieser Adresse: <http://www.theatlantic.com/doc/print/200807/google>