

Teil 9: Die Tonangeber

Als **Influencer** (engl. to influence = beeinflussen, einwirken, prägen) werden Personen bezeichnet, die aus eigenem Antrieb Inhalte (Text, Bild, Audio, Video) zu einem Themengebiet in hoher und regelmäßiger Frequenz veröffentlichen und damit eine soziale Interaktion initiieren. (Google)

...werden Multiplikatoren bezeichnet, die ihre starke Präsenz und ihr Ansehen in sozialen Netzwerken nutzen, um beispielsweise Produkte oder Lebensstile zu bewerben. (Wikipedia)

Influencer sind also solche Menschen, die viel und schrill in den sozialen Medien veröffentlichen, um damit berühmt und reich zu werden oder solche, die bereits berühmt und reich sind und auf der Suche sind nach mehr von alledem und vor allen Dingen nach mehr Bedeutung.

Letztere finde ich eigentlich unproblematischer, weil da in vielen Fällen eine Art der Kompetenz vorhanden scheint, die als Ratgeber-Instanz Sinn macht und mitunter sogar Qualitäten entwickelt, die neu sind und uns aktive Menschen positiv leitet. Das betrifft Ratgeber aller Genres vom Kochen bis zur Medizin, vom Hund bis zum Single.

Gefährlich allerdings sind die, die auf „Teufel komm raus“ an die Spitze wollen, Berufswunsch „Influencer“, egal zu welchem Thema, Hauptsache wichtig, angesehen, reich.

Da passiert es dann, dass ein durchgeknallter Zeitgenosse in Berlin einen Feuerwerkskörper in die gegenüberliegende Wohnung einer Familie schießt, um damit millionenfach geklickt zu werden. Da entwickelt sich ein Darstellungswahn, der richtig unangenehm, nein richtig gefährlich wird.

Das gilt für körperliche Attacken wie auch für Aufrufe zu solchen, natürlich auch für politische Beeinflussungen oder querdenkenden Irrsinn, der über TikTok und Co verbreitet wird. Jeder scheint kompetent und klug ab dem Punkt, wo 500 Follower und mehr JA sagen.

Nun hoffe ich, dass das Ausnahmen sind und die Mehrzahl der Anwärtler auf soziale Bedeutung harmloser, weniger Disaster erzeugend daherkommen, so etwa wie die junge, hübsche Influencerin, die vor gar nicht langer Zeit auf dem weltberühmten Marktplatz Marrakeschs, dem Djemaa el Fna, sich per Handy filmt und nicht nur bauchfrei Aufsehen erregt, sondern auch noch „sachkundig“ kompletten Unsinn über die Stadt im Netz erzählt.

Wir brauchen keine Netzwerker, die über ihre Fahrradtour in Afrika schwafeln oder im Dschungel Malaysias 14 Tage ohne Vorräte zu überleben versuchen. Wir brauchen auch keine Influencer, die sich auf dem Marktplatz von Castrop-Rauxel die Hosen herunterlassen, um berühmt zu werden.

Die sozialen Netzwerke stellen eine große Chance dar, uns als Gesellschaft klüger zu machen, vorausschauender, vielleicht sogar damit ein Stück glücklicher.

Das könnte eine perfekte Demokratie werden, wo das Volk tatsächlich mitredet, mit beeinflusst, einwirkt und prägt und eine Diskussion auf richtig breiten Plattformen entsteht.

Wie schön wäre das, wenn diese Tonangeber auch klug genug dazu wären, ihre Erkenntnisse gewinnbringend weiterzureichen, wenn es so etwas wie eine Aufnahmeprüfung für YouTube gäbe, eine Mindestanforderung, so etwas wie einen Idiotentest wie beim Führerschein....