

Veronika Pöhl

«Apply for Invitation». Exklusion, Inklusion und Individuation durch Praxen der Sichtbarmachung am Beispiel der Internetplattform TED.com

2013

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2687>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pöhl, Veronika: «Apply for Invitation». Exklusion, Inklusion und Individuation durch Praxen der Sichtbarmachung am Beispiel der Internetplattform TED.com. In: *AugenBlick. Konstanzer Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 58: Objekte medialer Teilhabe (2013), S. 73–84. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2687>.

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.

«Apply for Invitation»

Exklusion, Inklusion und Individuation durch Praxen der Sichtbarmachung am Beispiel der Internetplattform TED.com

*The paradox of TED is that it's the most elitist organisation for ideas
and at the same time one of the most open*
Jeff Jarvis¹

Die im Internet veröffentlichten Videoaufnahmen der Vorträge der seit 1990 jährlich stattfindenden TED-Konferenzen, die «TEDTalks», stehen seit dem Relaunch der Webseite TED.com² 2007 unter dem Motto «ideas worth spreading» im Zentrum des Internetauftritts der Non-Profit-Organisation und sind Gegenstand weitreichenden öffentlichen Interesses. Die rund 18-minütigen Vorträge behandeln Themen aus den namensgebenden Kernthemen «Technology, Entertainment, and Design»; neben den auf der Startseite angegebenen Kategorien «Business», «Science» und «Global Issues» gehören aber auch Talks zu Themen aus den Bereichen Kunst und Musik, Schule, Bildung und Lebensgestaltung zu den meistgesehenen Vorträgen mit jeweils mehreren Millionen Aufrufen.³ Die Videos werden nicht nur auf der eigenen Homepage, sondern auch als Podcast auf Youtube und iTunes veröffentlicht und stehen zum kostenlosen Download zur Verfügung, wobei unter einer Creative Commons Lizenz ausdrücklich dazu eingeladen wird, die Talks in Blogs, Foren und auf Facebook zu teilen. TED ist dabei laut Selbstbeschreibung nicht nur Organisator der Veranstaltung und Distributor des dort aufgenommenen Materials, sondern «a global and growing community».⁴

Im Folgenden sollen die Bedingungen und Diskursivierungen von Gemeinschaftsbildung und Teilhabe untersucht werden, die eine «Community»-Plattform wie TED ermöglicht und ausstellt. Als «Objekt der Teilhabe», das Prozesse der Gemeinschaftsbildung, der Teilhabe und des Ausschlusses in Gang setzt und deren Materialisierung und Institutionalisierung darstellt, bietet die TED-Community durch ihre doppelte Struktur ein besonders prädestiniertes Beispiel für die Unter-

1 Zitiert in: Jon Kelly: The Cult Of TED. In: *BBC News Magazine*, 21.06.2012, <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-18511696> (18.08.2013).

2 TED.com, <https://www.ted.com>, (18.08.2013).

3 TED.com, <http://blog.ted.com/2011/06/27/the-20-most-watched-tedtalks-so-far> (18.08.2013).

4 About TED – Who We Are, <https://www.ted.com/pages/18> (18.08.2013).

suchung der Praxen von In- und Exklusion in Web-Communities, die hier durch die Konzentration auf Web-Videos im Besonderen durch Strategien der Sichtbarmachung gekennzeichnet sind.

I

Der Begriff der «Community» bezieht sich bei TED auf zwei zunächst verschiedene «Gemeinschaften»: einerseits auf die Vortragenden und Besucher eines Netzwerks von Konferenzen, das neben der Hauptkonferenz in Kalifornien und der mittlerweile jährlich in Edinburgh stattfindenden TEDGlobal-Konferenz auch zahlreiche, unabhängig organisierte TEDx-Events umfasst, die weltweit nach eng definierten Formatvorgaben ausgerichtet werden.⁵ Andererseits bezieht sich die Bezeichnung auch auf die Online-Community auf TED.com, bei der zunächst die Möglichkeit gegeben ist, ein Profil mit Foto, Angaben zur eigenen Person und einer Liste der «Favorite Talks» anzulegen. Zudem bietet die Mitgliedschaft auf der Webseite die Möglichkeit, sich an den «Conversations», einem Forum mit benutzergenerierten Themen, den Kommentaren unterhalb der Videos und am TEDBlog, einer Informationsseite zu Themen rund um die TEDTalks, mit Posts zu beteiligen. Über Plug-Ins und Share-Buttons zu anderen Community-Plattformen wie Facebook, Twitter und LinkedIn können die Videos auch dort sowohl kommentiert und diskutiert, wie auch das eigene Interesse an bestimmten Themen und die Zugehörigkeit zur TED-Community ausgestellt werden. Seit 2009 können angemeldete User auch am «Open Translation Project» mitwirken und unentgeltlich ein zur Verfügung gestelltes Transkript der Vorträge übersetzen, das von weiteren Usern zunächst kontrolliert und bestätigt werden muss sowie auch nach der Veröffentlichung der Übersetzung noch weiter diskutiert und verbessert werden kann.⁶ Das 2010 gestartete Projekt TEEd erlaubt es den Nutzern beliebige, bei Youtube hochgeladene Videos mit Zusatzinformationen, Fragen und Diskussionsanregungen zu kleinen Lerneinheiten auszubauen.⁷

Eine grundlegende Gemeinsamkeit von TED.com und vielen anderen Online-Communities mit Lehrvideos und angeschlossenen Profildaten und Diskussionsforen, wie etwa der «Khan-Academy»⁸ oder den zunehmend beliebten MOOC-Plattformen (Massive Open Online Courses), die von Universitäten und unabhängigen Instituten genutzt werden können,⁹ ist die angestrebte Verknüpfung von «education, entertainment and social networking»¹⁰. Während Wissens-Communities im

5 TED.com, http://www.ted.com/pages/about_tedx (18.08.2013).

6 TED.com, <http://www.ted.com/OpenTranslationProject> (18.08.2013).

7 TedEd, <http://ed.ted.com> (18.08.2013).

8 Khan Academy, <https://www.khanacademy.org> (18.08.2013).

9 etwa: Coursera, <https://www.coursera.org> oder EdX, <https://www.edx.org> (18.08.2013).

10 Laura Pappano: The Year Of The MOOC. In: *The New York Times*, 02.11.2012, http://www.nytimes.com/2012/11/04/education/edlife/massive-open-online-courses-are-multiplying-at-a-rapid-pace.html?pagewanted=all&_r=1& (18.08.2013).

allgemeinen und vor allem videobasierte Lernplattformen ebenso wie TED.com hohen Zulauf verzeichnen und sich steigender Beliebtheit erfreuen, machen sich in der Gruppe erfolgreicher, internetaffiner Unternehmer und Forscher, die den größten Anteil der TED-Redner stellen, offene oder eher implizite Ressentiments gegenüber institutioneller Bildung bemerkbar. Die Onlineangebote sollen einen Ausgleich, wenn nicht sogar höherwertigen Ersatz, für die als problematisch gekennzeichnete ›higher education‹ schaffen. Dabei wird vor allem die mangelnde Verknüpfung von Erziehung, Unterhaltung und partizipativen Elementen in den zu Lernfabriken stilisierten Schulen und Universitäten kritisiert, die durch Frontalunterricht, jahrgangsbasierte Klassengruppen und standardisierte Tests Gleichförmigkeit erzeugen und damit Kreativität und Innovationspotential vernichteten.¹¹ Ein häufig genanntes Distinktionsmerkmal von Online-Videokursen zu institutionalisierten Lehrangeboten ist daher die Personalisierung und Individualisierung des Lernens, da sich der Lernende selbst nach seinem Wissensstand und Interessen geeignetes Material in der von ihm bevorzugten Geschwindigkeit aneignen könne.¹² Darüber hinaus werden die frei zugänglichen und kostenlosen Bildungsangebote als inkludierende Alternative zu einem prinzipiell kritisierten Elitarismus der amerikanischen Universitäten dargestellt und dementsprechend kritisch auf dieses Potential hin befragt.¹³

In diesem Zusammenhang steht auch die Exklusivität der TED-Konferenz häufig zur Diskussion. Während die Webseite auch ohne Anmeldung freien Zugang auf alle Videos und einen kostenlosen Account bietet, für den sich jeder anmelden kann, werden die Teilnehmer an der Konferenz von den Organisatoren ausgesucht: Die Zulassung von Sprechern für Hauptkonferenzen erfolgt ausschließlich auf Einladung, lediglich der Vorschlag eines Sprechers ist möglich, wobei sich die Organisatoren die Auswahl der Kandidaten vorbehalten.¹⁴ Aber auch die Auswahl des Publikums unterliegt strengen Selektionskriterien: Mögliche Zuschauer müssen sich um einen Platz bewerben, wobei die Bewerber neben der Grundvoraussetzung des Abschlusses der aktuell 7500\$ teuren «TED Conference Standard Membership» nach umfangreichen Angaben zur eigenen Person sowie der Abgabe mehrerer kleiner Essays zu ihren Tätigkeiten und Zielen danach ausgesucht werden, ob sie, nach Ansicht der Veranstalter, «leaders in their field» und «a strong contributor to the

- 11 Siehe etwa: Sir Ken Robinson: How schools kill creativity (2006), http://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity.html (18.08.2013) und Daphne Koller: What we're learning from online education (2012), http://www.ted.com/talks/daphne_koller_what_we_re_learning_from_online_education.html (18.08.2013).
- 12 Sir John Daniel: Making Sense of MOOCs: Musings In A Maze Of Myth, Paradox And Possibility. In: *Journal of Interactive Media in Education*. Perspective Issue on MOOCs, 2012, S. 17. <http://www.jime.open.ac.uk/jime/issue/view/Perspective-MOOCs> (18.08.2013).
- 13 Ryan Craig: Elitism, Equality and MOOCs. In: *Inside higher Ed*, 31.08.2012, <http://www.insidehighered.com/views/2012/08/31/massive-open-courses-arent-answer-reducing-higher-ed-inequality-essay> (18.08.2013).
- 14 Speaking at TED, <http://www.ted.com/pages/speakingatted> (18.08.2013).

TED community and/or the ideas discussed at TED»¹⁵ sind. Die vielbeschworene Magie, die sich bei TED-Konferenzen einstelle – «Showing up at a TED event is something magical»¹⁶ – wird dabei nicht dem Zufall überlassen: Im «Geiste radikaler Offenheit» wird im TEDBlog darauf hingewiesen, dass es, wie bei einer «dinner party» darum gehe, eine «well-balanced group» von Zuhörern aus verschiedenen fachlichen Disziplinen, Altersgruppen und Nationalitäten herzustellen.¹⁷ Neben der Möglichkeit, Berühmtheiten aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Entertainment wie Bill Gates, Jane Goodall, Al Gore, Quincy Jones, oder Bono zu begegnen und Networking mit anderen ausgewählten Teilnehmern zu betreiben, wird auf der TED-Homepage wie auch in von TED unabhängigen Medienberichten immer wieder das besondere «community feeling» und «a very tight family atmosphere»¹⁸ als lohnenswertes Ziel betont, der Konferenz live beizuwohnen – «There is an instant connection with all the other people in the room. We are all instantly friends. We are all instantly colleagues».¹⁹ Die räumliche Anwesenheit der Teilnehmer an einem Ort wird dabei als Besonderheit in Abgrenzung zu den im Internet veröffentlichten Talks inszeniert und gewürdigt: «The opportunity to bring a room full of people together is special in our digital-connected world.»²⁰

Während die Onlineangebote hochexklusiver Universitäten aufgrund des Umstandes, dass sie trotz freier Zugänglichkeit häufig nicht die Möglichkeit bieten, Credits für die abgelegten Kurse zu erwerben und die Teilnehmer meist nicht mehr Möglichkeiten haben, als sich das Material anzusehen und untereinander zu diskutieren, bisweilen sehr kritisch betrachtet werden – «we have to believe that they think this is a second class form of education, suitable only for the unwashed masses»²¹ – legt TED besonderen Wert darauf, die Online-Community als integrierten Bestandteil der TED-Community zu inszenieren. Auf der Webseite selbst werden insbesondere die hohen Teilnahmegebühren unter der Überschrift «Is TED elitist?»²² damit gerechtfertigt, dass damit die aufwendige Inszenierung, Aufnahmetechnik und die Webseite-Pflege für die TEDTalks finanziert würden, insgesamt also trotz des Ausschlusses finanziell Schwächerer von der Konferenz die eingenommenen Gelder für eine höhere Zugänglichkeit aller eingesetzt würden.

15 Apply for an Invitation at TED, <http://www.ted.com/pages/72> (18.08.2013).

16 Simon Sinek: The Power Of Community. In: *Ask Men UK*, http://uk.askmen.com/money/career_400/424_the-power-of-community-simon-sinek.html (18.08.2013).

17 Zitate aus dem Werbetext auf TED.com (z. T. eigene Übersetzung), <http://blog.ted.com/2013/02/14/the-1-myth-of-ted-you-have-to-be-invited> (18.08.2013).

18 Zitat von Allan Isfan auf der Werbeseite für die TEDActive Conference, <http://conferences.ted.com/TEDActive2011/program> (18.08.2013).

19 Sinek: The Power of Community.

20 Ebd.

21 Tony Bates: What's Right and What's Wrong about Coursera-Style MOOCs. In: *Online Learning and Distance Education Resources*, 05.08.2012, <http://www.tonybates.ca/2012/08/05/whats-right-and-whats-wrong-about-coursera-style-moocs/#sthash.w9vthnTC.dpuf> (18.08.2013).

22 Is TED Elitist?, <http://www.ted.com/pages/185> (18.08.2013).

Die kostenlose Mitgliedschaft in der Community auf der TED-Webseite sowie die 1000\$ teure TED-Live-Mitgliedschaft, bei der der Livestream der Hauptkonferenz und der TEDGlobal-Konferenz über ein im Preis enthaltenes iPad mini übertragen wird, werden dabei neben der Teilnahme an den Konferenzen als verschiedene, gleichwertige Mitgliedschaftsoptionen an der TED-Community dargestellt – «The vast majority of the TED community participates through TED.com, watching and sharing talks, discussing issues raised by the speakers, and sharing ideas of their own.»²³ Die «Online-Audience» wird dabei auch als eigenes «global network of thought leaders» bezeichnet, die Besucher und Mitglieder der Webseite werden genauso wie die Vortragenden und die Konferenzbesucher mit Adjektiven wie «well educated, well-connected» und «undeniably passionate» bedacht.²⁴

II

Insbesondere aber die Gestaltung und Diskursivierung der Videos soll den Eindruck persönlicher Anwesenheit und Teilhabe am Konferenzgeschehen erzeugen und so die Separierung der Konferenz- und der Online-Community medial aufheben. Dies zeigt sich insbesondere im Kontrast älterer Aufnahmen mit Aufnahmen nach dem Beginn der Online-Veröffentlichung der Talks: Die Aufzeichnung der Vorträge auf den Konferenzen bis 2006, die jetzt teilweise auf der Webseite in einer gesonderten Archiv-Kategorie einsehbar sind,²⁵ dienten vorrangig der Dokumentationen der Konferenz. Sie sind meist mit nur einer Kamera aufgezeichnet, die ausschließlich den Vortragenden aufnimmt und weisen, außer gelegentlichen Einblendungen präsentierter Folien oder Bilder, kaum Schnitte auf. Das Live-Publikum ist dabei nur zu hören, etwa bei gelegentlichem Gelächter oder Applaus. Ab 2006/2007, dem Jahr, ab dem die Talks online veröffentlicht wurden, werden mehrere Kameras und mehr Schnitte eingesetzt, um das Publikum im Raum in die Aufzeichnung einzubinden. Die eingesetzten Mittel steigern sich dabei von Aufnahmepositionen, die manchmal die Hinterköpfe der sitzenden Zuhörer mit ins Bild nehmen,²⁶ zu Schnitten auf die Publikumsreaktion bei besonderen Ereignissen²⁷ bis hin zu der aktuell üblichen Kombination aus Kranfahrten über den gesamten Raum, Einstel-

23 Joining TED, <http://www.ted.com/pages/view/id/112> (18.08.2013).

24 Selbstbeschreibung, siehe: TED.com, <http://partners.ted.com/opportunities/online-audience> (18.08.2013).

25 Der TED-Blog versammelt einige ausgewählte Talks aus den Jahren 1984 bis 2012, etwa: <http://blog.ted.com/2013/02/22/a-look-at-ted-from-1984-through-the-present> (18.08.2013).

26 Etwa: Ngozi Okonjo-Iweala: WANT TO HELP AFRICA? DO BUSINESS HERE (2007), 00:34 et passim, http://www.ted.com/talks/ngozi_okonjo_iweala_on_doing_business_in_africa.html (18.08.2013).

27 Etwa: Jill Bolte Taylor: MY STROKE OF INSIGHT (2008), 03:48. http://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_s_powerful_stroke_of_insight.html (18.08.2013).

lungen, die den Vortragenden von hinten aufnehmen und das Publikum zeigen und häufigen Schnitten und Zooms ins Publikum.²⁸

Chris Anderson, der aktuelle «Kurator» der TED-Konferenz, der sich 2007 für die «Öffnung» der TED-Konferenz durch die Webvideos einsetzte, bezeichnet die Videos häufig als besonders unmittelbare Form des Zugangs mit großer Reichweite – «allowing a global audience to enjoy free eyeball-to-eyeball access»²⁹. Die Aufnahme von Andersons Vortrag «How Web Video Powers Global Innovation»³⁰ zeichnet sich im Besonderen durch den Einsatz rhetorischer und filmischer Mittel aus, die eine besondere Nähe von Vortragendem, physisch Anwesenden und Online-Publikum erzeugen sollen. In dem als kleine Mediengeschichte inszenierten Vortrag kontrastiert Anderson Webvideos mit gedruckter Schrift. Als Gemeinsamkeit beider Medien hebt er die größere Reichweite und schnellere Verbreitung von Information gegenüber der mündlichen Kommunikation unter Anwesenden hervor, wodurch generell «Innovation» befördert würde. Im Zuge der Abgrenzung gegenüber dem Verbreitungsmediums des Drucks, der als «tödlicher Gegner» des gesprochenen Worts aufgetreten sei, stilisiert Anderson Webvideos als «face-to-face communication», deren Besonderheit in «physical gestures, the vocal cadence, the facial expressions, the eye contact, the passion, [...] body language, the sense of how the audience are reacting» läge, deren geradezu «magischen» Anteil am Verständnis und bei der Begeisterung für eine Idee er besonders hervorhebt. Die durch die Schrift vergessene «Kunstform» der mündlichen Rede werde in der audiovisuellen Aufnahme und Übertragung von Videos über das Internet wiederbelebt, wobei selbst einer kleinen Bildschirmanzeige dieselbe Mächtigkeit zur Begeisterung zugesprochen wird wie dem Austausch unter physisch Anwesenden: «Incredibly, all of this can be communicated on just a few square inches of a screen.»³¹ Diese Ausführungen erinnern in ihrer Logik stark an die Überlegungen im Vorwort von Béla Balázs *Der sichtbare Mensch*, nach denen es der Kinematograph im Gegensatz zur Druckerpresse, die einen Umweg über die Abstraktion der Begrifflichkeit erzwingt, ermögliche, den «Geist unmittelbar zum Körper, wortelos, sichtbar»³² zu machen. Das Postulat der Unmittelbarkeit und Gemeinsamkeit von Menschen, die sich gegenseitig sehen sowie der völligen Ersetzbarkeit physischer Anwesenheit mit Möglichkeiten des Online-Austauschs und der Sichtbarkeit von Gemeinschaft im

28 Etwa: Bryan Stevenson: WE NEED TO TALK ABOUT AN INJUSTICE (2012), Kranfahrt: 00:31–00:41, Aufnahme von hinten: 01:42–01:50 et passim.

http://www.ted.com/talks/bryan_stevenson_we_need_to_talk_about_an_injustice.html (18.08.2013). Siehe auch: virales Werbevideo zum Kinostart von Ridley Scotts PROMETHEUS (USA/UK 2012; R: Ridley Scott) im Stil eines TED-Talks, offiziell in Kooperation mit TED veröffentlicht: <http://www.youtube.com/watch?v=dQpGwnN3dfc> (18.08.2013).

29 Selbstbeschreibung, siehe: TED.com, <http://www.ted.com/pages/16> (18.08.2013).

30 Chris Anderson: HOW WEB VIDEO POWERS GLOBAL INNOVATION (2010), http://www.ted.com/talks/chris_anderson_how_web_video_powers_global_innovation.html (18.08.2013).

31 Anderson: HOW WEB VIDEO POWERS GLOBAL INNOVATION, 11:24–13:32.

32 Béla Balázs: *Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films*. Frankfurt/M. 2001 (1924), S. 16.

Webvideo, wird im Verlauf des Videos ebenso visuell durch unterschiedliche Mittel herausgearbeitet.

Zu Beginn der Erläuterung werden Fotos von Menschen gezeigt, die etwas mit ausladenden Gesten erklären, während andere Menschen ihnen begeistert zuhören. Etwas später werden Aufnahmen der laufenden Rede, die das Publikum zusammen mit dem Sprecher zeigen, mit Fotos eines Live-Streaming Events gegengeschnitten, bei dem ein vor einem Bildschirm versammeltes Publikum zu sehen ist, das gemeinsam den Stream eines TEDTalks ansieht.³³ Anderson richtet sich auch direkt mit Blick und Gesten an die Kamera, um sich bei den freiwilligen Übersetzern der Webcommunity zu bedanken, wobei einerseits das Livestream-Publikum, prinzipiell aber jeder Zuschauer zu jedem Zeitpunkt des Abspielens des Videos angesprochen wird – «some of them watching online right now».³⁴

Durch TEDTalks und Webvideos, so Anderson, könnten Menschen nicht nur wie bisher digital einfach zu verbreitendes Material wie Programmcodes und Text, die ebenso wie der sprachliche Begriff eine Abstraktion darstellten, austauschen und gemeinsam bearbeiten, sondern direkt körperliche Ausdrucksformen, «from the physical to the artful»,³⁵ ansehen, nachahmen und so voneinander lernen – Anderson führt als prominentes Beispiel hierfür den Tanz an und zeigt ein Youtube-Video eines Jungen beim Breakdance.³⁶ Weitere Beispiele sind ebenfalls körperbetonte Aktivitäten wie Einradfahren, Jonglieren, Skateboarden und «Make-up Artistry». An einer Fotografie, auf der mehrere Straßentänzer und ihre Zuschauer zu sehen sind, erläutert Anderson, dass die gleichen Mechanismen der Anerkennung, die bei physischer Anwesenheit und der unmittelbaren Sichtbarkeit der Leistungen wirksam würden und ständige Verbesserungen der Tänzer zur Folge hätten, auch durch die Distribution von Webvideos und den daran anschließenden Online-Aktivitäten wie Sharen, Liken und Kommentieren zum Tragen kämen. Hierbei käme es nicht auf die begriffliche Abstraktionsleistung einer differenzierten Aussage und Bezugnahme, sondern auf «Sichtbarkeit» an, die wiederum andere dazu veranlasse, auf das Video Bezug zu nehmen.³⁷ Die Menge der Menschen, die sich «either directly, through comments, ratings, email, Facebook, Twitter, or indirectly, through numbers of views, through links that point Google there»³⁸ sowohl als Publikum der Webvideos konstituierten als auch die Selektion «der Besten» gewährleisteten, die durch häufige, positive Kommentierung, Views und Links zu «Stars» aufsteigen, wird im Video durch eine Fotografie einer Menschenmenge repräsentiert, die

33 Chris Anderson: HOW WEB VIDEO POWERS GLOBAL INNOVATION, 13:30–13:50.

34 Ebd., 7:20–7:23.

35 Ebd., 10:21

36 Ebd., 1:10–1:36.

37 Ebd., 5:18–5:30: «[...] [Y]ou get to be seen by the equivalent of sports stadiums crammed with people. You get hundreds of strangers writing excitedly about you. And even if it's not that eloquent – and it's not [...], this possibility of a new type of global recognition [...] is driving huge amounts of effort.»

38 Ebd., 4:45–5:00.

immer wieder auftaucht.³⁹ Die Menge ist von einem relativ weit entfernten, hoch angebrachten Punkt aufgenommen und leicht unscharf, so dass kaum einzelne Personen ausgemacht werden können und die Menschen zu einer grauen Masse verschwimmen. In diesem so bezeichneten «ecosystem» befänden sich nach Anderson eine Reihe potentieller «Innovators», die es aus einer großen Menge anderer «Rollen», «Commenters, Trendspotters, Cheerleaders, Skeptics, Mavericks, Super-spreaders», herauszufiltern gelte.⁴⁰ Die Herausbildung einzelner herausragender Stars durch deren Sichtbarkeit – «open visibility of what the best people in that crowd are capable of» – hätte dabei den Effekt, andere dazu zu bringen, an diesem Prozess der Selektion teilzunehmen: «[T]hat is how you will learn how you will be empowered to participate.»⁴¹ «Partizipation» wird von Anderson im Folgenden als die Aktivität eines «human superorganism» expliziert, dessen Teilhabende sich im Gegensatz zum bisherigen «painful, top-down process [of education]» in wechselseitiger «Resonanz» gegenseitig formierten – jeder könne durch die Praxen der Anerkennung zu einem sichtbaren Vorbild aufsteigen und damit wiederum andere dazu anregen, durch Leistung und die Sichtbarmachung dieser Leistung wiederum Anerkennung zu erlangen – «a self-fueling cycle in which we all can participate»⁴². Das im Anschluss daran wieder eingeblendete Bild der Menschenmenge könnte nun einerseits als Sichtbarkeit «de[s] *eine[n]* Organismus von Tausenden, [...] ein überindividuelles Gebilde der menschlichen Gesellschaft»⁴³, oder als eine Repräsentation allgemeiner Inklusion, deren Herstellung als solche erstrebenswert ist, gedeutet werden. Im Prozess des Ratens, Likens, Kommentierens und Nachahmens, in dem Einzelne zu Lehrern, Anführern und Wegbereitern aufstiegen, werden jedoch diejenigen, die Sichtbarkeit und Anerkennung erlangen, gegen «die Masse» abgegrenzt und individualisiert.

Durch Begriffe, die «Gemeinschaft» im Gegensatz zu einer geregelten, hierarchisch organisierten Gruppe als einen undifferenzierten «pool», generalisiertes «what's out there» oder «ecosystem»⁴⁴ und somit als «Milieu» klassifizieren, in und von dem sich einzelne Individuen differenzieren, rücken Andersons Ausführungen in die Nähe einer dynamischen Individuationstheorie, in der das «Paar Individuum-Milieu»⁴⁵ als sich wechselseitig konstituierendes Gefüge von Individuum und

39 Das Bild ist bereits in der ersten Einstellung im Hintergrund zu sehen und wird bildfüllend dargestellt, während Anderson erläutert: «And I'm also a little nervous about this. There are nine billion humans coming our way. Now, the most optimistic dreams can get dented by the prospect of people plundering the planet.» Ebd., 0:30–0:45.

40 Ebd., 3:30–3:45.

41 Ebd., 3:45–3:57.

42 Ebd., 15:09–15:20 (z.T. eigene Übersetzung).

43 Balázs 2001, S. 54. Hervorhebung im Original.

44 Anderson: HOW WEB VIDEO POWERS GLOBAL INNOVATION, 14:55–15:00

45 Gilbert Simondon: Das Individuum und seine Genese. Einleitung. In: Claudia Blümle, Armin Schäfer (Hrsg.): *Struktur, Figur, Kontur. Abstraktion in Kunst und Lebenswissenschaften*. Zürich 2007, S. 29–45, hier: S. 31.

Milieu gefasst wird. Ein Individuum befindet sich dabei in diesem Prozess der Individuierung nicht in einem stabilen Zustand des Seins, sondern «wird» unablässig, muss also sein «metastabile[s] Gleichgewicht»⁴⁶ im Wechselspiel mit einem dynamischen Umfeld immer wieder herstellen. Nach Anderson bestehe dieser Prozess in Praktiken der Sichtbarmachung im Wechselspiel von Video-Uploads und Praktiken wie Liken, Sharen, Voten, Kommentieren, und Verlinken, durch die die Masse «Licht» auf Akteure wirft, die dadurch als solche erst sichtbar werden und sich als Individuen von der sie konstituierenden «crowd» differenzieren und potentielle Individuen in der Masse wiederum dazu anhalten, sich zu differenzieren.

Dies wird mit derselben Fotografie visualisiert: Nach einem Schnitt von dem im abgedunkelten, schwach blau beleuchteten Saal sitzenden Publikum auf die bildfüllende Fotografie der Menschenmenge zoomt die Kamera auf eine einzelne Person, die in der Menge steht. Beim Zoom wird die Menschenmenge durch einen Filter verfremdet, der statt einzelner Personen nur undeutliche Schemen und gedämpfte Farbflächen erkennen lässt. Die Kamera bleibt dann auf einem kleinen, scharf gestellten Ausschnitt stehen, in dessen Zentrum eine Frau steht, über deren Kopf «Innovator» geschrieben ist. Zwei weitere Zooms der gleichen Art zeigen einen Mann und eine weitere Frau, die als «Mentor» und «Sustainability Champion» bezeichnet werden. Der gesprochene Text dazu erläutert: «They're in the crowd, and the crowd is switching on lights, and we can see them for the first time, not as an undifferentiated mass of strangers, but as individuals we can learn from.»⁴⁷

III

Das hier von Anderson entworfene und in der TED-Community hoch geschätzte Modell eines «unternehmerischen Selbst»⁴⁸, wie es Ulrich Bröckling in seiner Untersuchung gouvernementaler Selbsttechnologien formuliert, fügt sich als «Subjektivierungsform» zunächst in die skizzierte Logik: Auch hier ist das Individuum «immer nur a venir – stets im Modus des Werdens, nie des Seins»⁴⁹ gegeben. Die Anforderung der unternehmerischen Individuation besteht nicht in einem zu erreichenden Zustand, sondern soll einen «Prozess kontinuierlicher Optimierung und Selbstoptimierung in Gang setzen und in Gang halten», bei dem im Wechselspiel mit dem Milieu der Individuation eine nicht näher präzisierete, generelle Steigerung und Verbesserung erreicht werden soll: «In der Auseinandersetzung mit einem dynamischen Umfeld entwickeln [Unternehmer] die eigenen Fähigkeiten

46 Simondon 2007, S. 32.

47 Anderson: HOW WEB VIDEO POWERS GLOBAL INNOVATION, 15:45–16:00

48 Ulrich Bröckling: *Das unternehmerische Selbst*. Frankfurt/M. 2007 und ders.: Enthusiasten, Ironiker, Melancholiker. Vom Umgang mit der unternehmerischen Anrufung. In: Ludger Heidbrink und Peter Seele (Hrsg.): *Unternehmertum. Vom Nutzen und Nachteil einer riskanten Lebensform*. Frankfurt/M. 2010, S. 88–96, hier: S. 88.

49 Bröckling 2010, S. 88.

und Möglichkeiten und nutzen sie zur weiteren Entwicklung sowie Mitgestaltung des Umfelds.»⁵⁰ Dies passt zudem in die unternehmerische Logik des Web 2.0, das «User», die nach Axel Bruns immer auch zumindest potentielle Produzenten sind,⁵¹ permanent einem Wettbewerb um den beliebtesten Content durch die meisten Likes, Votes und damit genereller Sichtbarkeit aussetzt.⁵²

Das Paradox eines solchen Aufrufs zur Partizipation als wechselseitige Gestaltung eines dynamischen Systems und seiner Teilnehmer besteht jedoch zunächst darin, das hier, ebenso wie bei «Empowermentprogramme[n], die ihren Adressaten zuallererst jene Machtlosigkeit unterstellen, zu deren Beseitigung sie sich dann andienen»⁵³, ein hierarchisches und exklusives «top-down»-Verhältnis zunächst konstruiert wird, um im nächsten Schritt dessen egalitäre und inkludierende Überwindung zu verkünden. Darüber hinaus verhält sich die Webseite mitsamt ihrer Anschlussmöglichkeiten zu anderen Social-Web-Plattformen durch die implementierten Aktionsmöglichkeiten gerade nicht als «offene Maschine», die durch einen ihr eigenen «Unbestimmtheitsspielraum»⁵⁴ dynamische Prozesse der wechselseitigen Formierung erlaubt, sondern als komplexitätsreduzierender und mechanistischer Automatismus, der die postulierte Ermächtigung zur Selbst- und Mitgestaltung auf das Ausfüllen von Profilformularen, das Klicken vorinstallierter Voting-Buttons und die Texteingabe in Kommentarfelder reduziert. Vor allem auch der Input von eigenen Videos auf TED.com ist für den reinen Internetnutzer nicht möglich: Benutzergenerierte Videos können nach wie vor nur auf der optisch zwar an die Hauptseite angelehnten, von der Gestaltung aber stark abweichenden und auf eine andere Adresse weiterleitenden TEDEd-Seite eingebunden werden.

Zudem zeichnet sich bei den auf der Hauptseite veröffentlichten Videos, neben der visuellen Normierung von Aufnahme- und Schnitttechnik, die die TED-Videos so charakteristisch macht, ebenso eine starke Nivellierung und Reduktion der Körpersprache und Intonation der Vortragenden ab. Die Haltung der häufig von Coaches geschulden Redner zeichnet sich dabei nahezu durchgängig durch erhobene und nach oben oder zum Publikum hin geöffnete Hände bei durchgedrücktem Rücken und leicht gespreizten Beinen aus,⁵⁵ dazu werden ausholende oder umar-

50 Christian Lutz: *Leben und Arbeiten in der Zukunft*. München 1995, S. 57, zitiert in: Ulrich Bröckling 2010, S. 91.

51 Vgl. etwa Axel Bruns: *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to produsage*. New York u.a. 2008.

52 Geert Lovink etwa bezeichnet das Web 2.0 generell als «reincarnation of American entrepreneurial energy», siehe: A World Beyond Facebook: Introduction to the Unlike Us Reader. In: ders./Miriam Rasch (Hrsg.): *Unlike Us Reader. Social Media Monopolies and Their Alternatives*. Amsterdam 2013, S. 9–15, hier: S. 13.

53 Bröckling 2007, S. 16.

54 Gilbert Simondon: *Die Existenzweise technischer Objekte*. Zürich 2012, S. 11.

55 Insbesondere auf Playlist- und Überblicksseiten mit mehreren Videovorschau-Stills wird die typische Haltung mit den erhobenen Händen deutlich, vgl. etwa: http://www.ted.com/playlists/13/open_source_open_world.html (18.08.2013).

mende Bewegungen gemacht, während zunächst flüssig parlierend eine Geschichte erzählt und an dosiert gesetzten Höhepunkten mit gedehnt gesprochenen Worten rhetorische Fragen und Aufforderungen zur Imagination des geschilderten Sachverhalts formuliert werden.⁵⁶ Die Normalisierung und Reduktion des körperlichen Ausdrucks auf ein allgemeinverständliches und damit gemeinschaftsstiftendes «Lexikon der Gebärden und der Mienen»⁵⁷ vermutet und erhofft bereits Balázs – als Resultat der Produktion einer weltumspannenden Filmindustrie. Rund 100 Jahre später wird dieselbe Vermutung im Zusammenhang mit den reduzierten Handlungsoptionen innerhalb begrenzter Social Media-Plattformen aufgestellt: «While this reduction is done in an unconscious manner, it perfectly illustrates the desire to agree on a common standard of communication.»⁵⁸

Zwar scheinen Standards, Gleichförmigkeit und Begrenzungen geradezu das Gegenteil des Ideals personalisierter, dynamischer und insbesondere «innovativer» Lern- und Kommunikationsumgebungen sowie neuer Sozialisations- und Individuationsbedingungen im Web 2.0 zu sein. Der Aufruf zur Teilhabe an etablierten Plattformen des Web 2.0 ist jedoch immer auch mit der Zumutung verbunden, sich als Teilnehmender einer Reihe eng begrenzter Praktiken und Handlungsoptionen zu unterwerfen und sich dieser dabei sowohl zu bedienen, um auf andere Bezug zu nehmen, wie auch selbst durch diese Praxen überhaupt erst sichtbar zu werden. Die selbstkonstituierende Differenzierung von einer «Masse» betrifft dabei gleichermaßen Nicht-Teilnehmende oder Ausgeschlossene wie auch andere «Teilnehmende», die, auch wenn sie auf der Plattform angemeldet sind, genauso wie Nicht-Angemeldete, einer «undifferenzierten Masse» nur potentiell Teilhabender zuzurechnen sind, solange sie nicht selbst durch Prozesse der Differenzierung sichtbar werden. Bei den meisten Social Media-Plattformen, die, wie etwa Twitter und Facebook, durch Freundes- und Following-Strukturen eng begrenzte Gefüge Gleichgestellter herstellen – «walled gardens» [...] in which messages outside of your horizon will never enter your information ecology»⁵⁹ – bleiben diese Differenzierungsprozesse aufgrund der Tatsache, dass sich sowohl die Grenze des Gefüges wie auch ein möglicherweise bestehendes «Außen» gar nicht auf seinem «Horizont» abzeichnen, für den Nutzer eher im Hintergrund. Auf TED.com hingegen wirkt der Differenzierungsprozess in der kontrastiven Diskursivierung exklusiver Konferenzen und frei zugänglicher Webvideos, die immer wieder zueinander in Bezug gesetzt werden, sowohl konstitutiv, wie er auch thematisch und visuell immer wieder aufgegriffen

56 Mehrere Rednerseminare bieten mittlerweile Coachings nach dem Vorbild von TEDTalks an, etwa das «Speak like a TED Talker Event» von Ginger Training&Coaching Ltd., <http://www.gingerpublicspeaking.com/speak-like-a-ted-talker> (18.08.2013). Die mit insgesamt mehreren hunderttausend Views recht beliebte TED-Parodie «Onion Talks» spielt geschickt mit der Lächerlichkeit des reduzierten und standardisierten Gestenrepertoires der Talks: Onion Talks, <http://www.youtube.com/playlist?list=PL4NL9i-Fu15hhYGB-d0hmSWD1fcIvLvn1> (18.08.2013).

57 Balázs 2001, S. 20.

58 Lovink 2013, S. 13.

59 Ebd., S. 14.

wird und, etwa im Community-internen Bewertungssystem, auch technisch implementiert ist.⁶⁰ Ebenso wird ein ‹Anderes› mit vorrangig negativen Konnotationen – vage formulierte Gegnerfiguren wie Universitäten, schlechte Lehrer, die ‹graue Masse›, oder generell innovationsfeindliche Umgebungen – immer wieder innerhalb der Community konstruiert und illustriert und damit als ‹Äußeres› zur Erscheinung gebracht. Diese Strategie erhöht die Attraktivität der Konferenzen durch die inszenierte Exklusivität, die jeweils Ausgeschlossene als Ausgeschlossene zur Erscheinung bringen muss. ‹Teilnehmer› der Web-Community könnten genau diesen Beitrag leisten, indem sie in dem Sinne ‹partizipieren›, dass sie in der Hoffnung, selbst sichtbar zu werden, Praxen der Sichtbarmachung leisten, während sie dennoch von der Konferenz ausgeschlossen bleiben. Auch im engsten Zirkel der Konferenzbesucher ist der medial eingeschlossene Ausgeschlossene immer präsent: so werden Besucher gebeten, Telefone und Mobilcomputer auszuschalten, mit der Begründung: ‹Let us fully embrace the present moments and let ourselves not be disturbed from outsiders.›⁶¹

60 Angemeldete Nutzer der Webseite werden bei besonders hoher Aktivität und guten Bewertungen mit ‹TED-Cred›-Werten ausgezeichnet, der ebenso wie die ‹Badges›, die sowohl für Onlineaktivitäten wie auch Konferenzorganisation und -besuche vergeben werden, bei jedem möglichen Eintrag auf der Webseite optisch hervorgehoben neben dem Nutzernamen angezeigt werden, siehe: http://www.ted.com/pages/conversations_tedcred und http://www.ted.com/pages/conversations_badges, (18.08.2013).

61 Auszug aus der Besucherrichtlinie ‹How to Have Fun at the Conference› der TEDxPrague, 25.05.2013, http://www.tedxprague.cz/wp-content/uploads/2013/05/ENG_newsletter_130523.pdf, (18.08.2013).