

## Haiku und Internet - eine spannende Beziehung unter der Lupe

Es ist offensichtlich: das Internet trägt wesentlich zur Verbreitung und Beliebtheit des Haiku bei. Weltweit gibt es viele Haiku-Webseiten und Foren, auf denen sich Haiku-Freunde international begegnen und mitunter täglich austauschen, ohne sich jemals direkt getroffen zu haben. Großer Beliebtheit erfreuen sich auch die Haiku-Wettbewerbe.

Um nur ein Beispiel zu nennen: An dem von Robert Kania und Krzysztof Kokot im März 2016 zum dreizehnten Mal durchgeführten European Quarterly Kukai nahmen 211 Autorinnen und Autoren aus 43 Ländern teil, die alle ein Haiku eingesandt und aus dem Pool der anonymisierten Beiträge jeweils drei für einen ersten, zweiten und dritten Wertungsplatz ausgewählt haben. Dafür standen ihnen fünf Tage zur Verfügung.

Mit diesen Eingangsbemerkungen sind drei Zusammenhänge verbunden, die im Folgenden unter die Lupe genommen werden sollen:

1. Haiku ist Kommunikation.
2. Haiku verbindet Menschen.
3. Das Medium beeinflusst sowohl die Kommunikation als auch den Inhalt.

Natürlich ist jede sprachliche Äußerung Kommunikation. Für das Haiku gilt das aber in besonderer Weise, weil es seinem Wesen nach unabgeschlossen und auf ein verstehendes Gegenüber hin sowohl angelegt als auch angewiesen ist. Dieser Umstand macht es auch so schwer, wenn nicht gar unmöglich, genau zu definieren, ob ein bestimmter Text ein Haiku ist oder nicht.

Aus diesem Grund kann man mit einiger Zuspitzung die These wagen: Ein Haiku ist nicht, Haiku geschieht. Ein Text wird erst im Prozess des Ankommens und Verstehens zum Haiku. Dabei kann das vom Autor Intendierte und das vom Leser Interpretierte im Einzelfall recht verschieden ausfallen. Und in keinem Fall wird es hundertprozentig deckungsgleich sein. Das mag Außenstehenden auf den ersten Blick als Mangel an Eindeutigkeit und Klarheit erscheinen, erweist sich aber als Gewinn eines offenen Raumes. In ihn hinein kann von zwei Seiten her eine Brücke gebaut werden, um so schließlich zwei unterschiedliche Menschen und deren Welten durch ein gemeinsames Sprach-Werk zu verbinden.

Genau das aber ist echte, zweiseitige Kommunikation und damit das Gegenteil von eindirektionaler An-Sprache und Über-Mittlung.

Anders formuliert: Das Haiku als solches ist selbst ein "soziales Medium". Darin liegt sein besonderer Reiz und wohl auch der tiefere Grund, warum es so leicht Aufnahme im Internet und in den sozialen Netzwerken findet und sich darin wachsender Beliebtheit erfreut.

Das Haiku verbindet auf erstaunliche Weise Menschen über sprachliche und kulturelle Grenzen hinweg. Es vermag Freundschaften zu stiften, weil es diesen Raum der Freiheit schafft, in dem sich das Wort des Autors und das Verständnis des Lesers gleichberechtigt und auf Augenhöhe begegnen können. Wenn dabei ein Funke überspringt und einander zunächst fremde Horizonte verschmelzen, wird das häufig als Bereicherung und auch als Glück erlebt. Es gehört ja zu den menschlichen Urbedürfnissen, verstehen und verstanden werden zu wollen.

Genau an dieser Stelle lauert aber auch ein Problem: Wir alle möchten gern verstanden und geliebt werden, und wir wissen, dass die Anderen an diesem zentralen und sensiblen Punkt des menschlichen Lebens nicht wesentlich anders sind als wir selbst. Was liegt also näher, als diesem Bestreben nachzugeben und die Kommunikation in seinem Sinne zu gestalten? Ich verstehe,

wertschätze und like dich, und du likest mich. In der Geschäftswelt nennt man das eine Win-Win-Beziehung. Sie ist ein wichtiger Schlüssel für anhaltenden Erfolg.

Folgen unsere Bedürfnisse nicht geradezu instinktiv der Verhaltensstrategie, die den meisten Erfolg verspricht? Hat der Begriff des Netzwerks nicht auch die Bedeutung, die schon die alten Römer mit ihrem Sprichwort, dass eine Hand die andere wäscht, zum Ausdruck brachten? Sind das nicht gute Gründe für die Annahme, dass unser wechselseitiges Kommentieren, Wertschätzen und Liken nicht zuletzt auch von der Erwartung auf ein gutes Tauschgeschäft beeinflusst wird? Und ist nicht zu erwarten, dass diese Tendenz zunimmt, wenn man sich dabei nicht direkt begegnet und persönlich wahrnimmt, sondern seine Produkte über virtuelle Netzwerke in einer Art Großhandel anbietet, in dem das Wettbewerbsprinzip und eine hohe Umschlaggeschwindigkeit eine wichtige Rolle spielen?

Ja mehr noch: Der Markt entscheidet darüber, was geht und was nicht geht. Damit nimmt er auch Einfluss auf die Produkte. Ist es dann abwegig zu vermuten, dass auch die Haiku, die für Markt und Wettbewerb produziert werden, diesem Einfluss unterliegen? Tragen die sozialen Netzwerke damit nicht zur Etablierung einer Art „Haikupopkultur“ bei, die von starken Konformitätserwartungen bestimmt wird und Nichtkonformes schnell abwegig erscheinen lässt?

Ich bin mir bewusst, dass diese Gedanken sehr brisant sind und stark polarisierend wirken: Wer den sozialen Netzwerken mit Skepsis und Ablehnung gegenübersteht, kann sich durch sie bestätigt sehen. Wer über sie Kontakte und Freundschaften pflegt, wird diese Fragen vermutlich für sich selbst mit Empörung zurückweisen. Damit wäre der bestehende Graben zwischen den Befürwortern und Usern der Haikuseiten im Internet und ihren Gegnern und Abstinenzlern nur weiter vertieft. Das aber ist keineswegs meine Absicht. Im Gegenteil: Ich möchte, wie ich es eingangs schon getan habe, auf die großartigen Möglichkeiten in der Beziehung zwischen Haiku und Internet hinweisen und für diese Beziehung werben. Und gleichzeitig möchte ich auch die Gefährdungen aufzeigen, die sich in dieser Beziehung ergeben.

Hier gibt es im Formalen durchaus Parallelen zu der spannenden Beziehung zwischen zwei Menschen: Die einen sagen, das geht gar nicht, die anderen reden alles schön. Für eine auf Dauer glückliche Beziehung aber ist es wichtig, dass beide Partner sich selbst und ihr Gegenüber gut kennen, ihre jeweiligen Besonderheiten akzeptieren und so mit ihnen umgehen lernen, dass beide Seiten davon profitieren können. Dazu ist in der Regel eine bewusste Beziehungsarbeit nötig.

Wie sieht das in der Beziehung zwischen Haiku und Internet aus? Anfänglich scheint es so, dass beide wie Verliebte füreinander bestimmt wären. Was sie so stark verbindet, ist die Kommunikation: Das Internet schickt Texte in die Welt. Das Haiku zieht die Welt in einen Text. Das sieht nach einer idealen Ergänzung für die Partnerschaft aus.

Doch es gibt auch Unterschiede und Gegensätze: Das Internet ist ein schnelles Medium und hat die Tendenz, immer schneller zu werden und immer größere Informationsströme zwischen immer mehr und entfernteren Orten und Teilnehmern fließen zu lassen. Das Haiku dagegen braucht Zeit und einen Freiraum zur Besinnung, um ankommen und den Reichtum seiner inneren Welt entfalten zu können. Das Internet ist ein Instrument, das Menschen zielgerichtet für ihre eigenen Interessen und Zwecke benutzen. Das Haiku dagegen will sich zeigen, will gesehen, verstanden und in seiner Schönheit erkannt werden. Wer es nur benutzen will, reduziert es auf sein eigenes Vorverständnis und verfehlt sowohl die innere Einzigartigkeit des Haiku wie auch die bereichernde und verändernde Begegnung mit ihm.

Wenn diese Unterschiedlichkeiten nicht gegeneinander gewendet werden, worunter vor allem das Haiku leidet, sondern als wechselseitige Bereicherung füreinander angenommen werden, gewinnen beide: Das Haiku gewinnt an äußerer Welt und geografischer Weite. Das Internet gewinnt an innerer Welt und menschlicher Tiefe.

Diese Überlegungen laufen auf *eine* Frage zu: Wie kann die Beziehung von Haiku und Internet so gestaltet werden, dass das Haiku in diesem Medium seine Schönheit und Tiefe entfalten kann? Die einfachste Antwort ist: Es muss dafür gesorgt werden, dass es sie zeigen kann. Es gibt eine große Anzahl sehr beachtlicher Internetseiten, auf denen seit vielen Jahren Haiku präsentiert werden.

Angesichts der großen Fülle von Texten, die als Haiku im Netz kursieren, kommt den Auswahlen, die von ausgewiesenen Haikukennern verantwortet werden, eine besondere Bedeutung zu. Sie dienen anderen als Orientierung. Natürlich spielen dabei das Haikuverständnis und die persönliche Perspektive der Auswählenden eine im wahrsten Sinne des Wortes entscheidende Rolle. Es liegt also nahe, dass Autoren ihre Haiku vor allem dort einreichen, wo sie sich am ehesten verstanden und gewürdigt finden. So bilden sich verschiedene Gruppen oder Schulen heraus - man könnte sie auch Konfessionen nennen -, die sich mitunter stillschweigend oder auch explizit gegeneinander abgrenzen.

Einen anderen Weg gehen die beliebten Kukai, bei denen die gesamte Teilnehmerschaft aus der anonymisierten Liste der eingereichten Haiku ihre Auswahlentscheidung trifft. Hier liegt das Problem darin, dass viele verschiedene Menschen in kurzer Zeit über sehr viele Texte entscheiden. Im Grunde wird dabei über nicht mehr, aber auch nicht weniger entschieden als über die Frage, welche Beiträge bei der Mehrzahl der Teilnehmer besonders gut angekommen sind. Es ist anzunehmen, dass Haiku mit einem tieferen Bedeutungsgehalt, der sich erst bei intensiverer Beschäftigung mit dem Text erschließt, dabei ins Hintertreffen geraten. Ein wirklich öffentliches Gespräch, eine Begegnung und Auseinandersetzung mit den Haiku findet in beiden Fällen nicht oder nur am Rande in einem Nachgang zur Wahl statt, der aber stark von ihr beeinflusst ist.

Es gibt aber auch Haikuforen und Netzwerke, wo die Betrachtung der eingestellten Texte möglich ist und angestrebt wird. Auf diesen Plattformen kommt es immer wieder zu intensiven und tiefgehenden Gesprächen über Haiku. Dicht daneben finden sich aber auch Animositäten, Rivalitäten und taktisches Kommunikationsverhalten, die sich hinderlich auf die Arbeit am Haiku auswirken. Und natürlich spielen die Namen der Autoren eine nicht zu unterschätzende Rolle. Durch sie werden auch Haiku zu Markenartikeln oder No-Name-Produkten.

Ist es möglich, Internet und Haiku so miteinander zu verbinden, dass die unbestreitbaren Chancen in dieser Beziehung mit Leben erfüllt werden, ohne dass die sensiblen Entfaltungsbedingungen des Haiku durch die starken Eigendynamiken des Netzes und seiner User beeinträchtigt werden? Es lohnt sich, nach solchen Möglichkeiten zu suchen. So kann beispielsweise ein Kommunikationsraum geschaffen werden, in dem die Geschwindigkeit zugunsten der Intensität radikal verlangsamt wird. Ein Haiku pro Woche statt hunderte in wenigen Tagen - das käme der Beschäftigung mit dem Text und dem Austausch über ihn zweifellos zugute. Dieser Kommunikationsraum könnte so angelegt sein, dass nicht nur am Mainstream orientierte Haiku mit erwartbaren Erfolgsaussichten eingestellt werden, sondern auch frag-würdige Versuche und Schritte in unsicheres Neuland. Wenn die Namen der Autoren dabei ungenannt blieben, käme es weder zu Vorurteilen gegenüber den Haiku anderer, noch gäbe es einen Grund, das Gespräch über eigene Texte, bei denen Zweifel bestehen, zu scheuen. Im Mittelpunkt würden ausschließlich die Texte stehen und die geduldigen Versuche, sie zu verstehen. Ob es im Einzelfall gelingt, in ihnen das Haiku zu entdecken oder nicht, bleibt natürlich dahingestellt. Der Versuch dazu scheint mir in jedem Fall lohnenswert und unserem Haikuverständnis förderlich zu sein.

Einen solchen Ort für langsame Haiku-Gespräche innerhalb des Hochgeschwindigkeitsnetzes gibt es. Es ist die „Haikulupe“, deren Herzstück das „Haiku der Woche“ bildet. Sie ist als Weblog

angelegt und kann unter [www.haikulupe.wordpress.com](http://www.haikulupe.wordpress.com) aufgerufen werden. Auf der Willkommen-Seite werden alle Einzelheiten vorgestellt.

Die Haikulupe ist ein Experiment. Sein Gelingen hängt davon ab, ob andere Haikufreundinnen und Haikufreunde das hier vorgetragene Anliegen teilen und die Haikulupe in diesem Sinne nutzen wollen.

Zum Schluss noch eine Nachbemerkung für das rechte Verständnis: In diesem Beitrag geht es um die kommunikationstheoretischen Aspekte des Haiku. Diese finden aus meiner Sicht im Gespräch über Haiku noch zu wenig Beachtung. Daneben gibt es natürlich auch die literarischen und ästhetischen Aspekte des Haiku. Es bleibt eine Aufgabe, in zukünftigen Betrachtungen beide Aspekte miteinander zu verknüpfen. Kommunikation ist nicht alles beim Haiku, aber ohne Kommunikation wird alles nicht Haiku.