



2011/31 Homestory

<https://shop.jungle.world/artikel/2011/31/die-reaktion>

Die Reaktion

<none>

Intensiv, oder sagen wir besser: angeregt wurde auf »Lafontaines Linke«, dem »Blog zur Partei«, über das siebenseitige Titelthema (30/2011) der vorigen Ausgabe diskutiert. Ein »sfr« gratulierte: »Wow, da hat die ›Jungle World‹ ja scheinbar einen veritablen Marketing-Coup gelandet (zumindest den Reaktionen hier nach zu urteilen – noch bevor irgend jemand die Artikel und Interviews überhaupt gelesen hat), obwohl sie damit ja eigentlich ziemlich spät dran sind, die Karawane schon weitergezogen ist.« Am wenigsten mag uns offenbar »Sebald«. Von ihm erfahren wir: »Ich denke, man tut diesem Blatt nicht Unrecht, wenn man seine Positionen rechts von den Positionen von CDU/CSU und FDP einordnet. Die ›Jungle World‹ plädiert regelmäßig für eine Missachtung des Völkerrechts und völkerrechtswidrige Kriege.« So, jetzt wissen Sie Bescheid! Via Twitter echauffiert sich »mdbergfeld«: »Die ›Jungle World‹ macht sich zum Handlanger von CDU, SPD und Grünen, die die Linke zerreißen wollen.« Während sich »mrmoe_zfs« freut: »Dank der ›Jungle World‹ weiß ich nun, dass Petra Pau bisweilen auf ihrem Balkon in der Sonne sitzend über den Sozialismus nachdenkt.« Den Artikel »Vorsicht vor dem Haudrauf« (30/2011) kritisiert Jasper Ben Reichardt auf unserer Facebook-Seite: »Ich kenne keinen einzigen ›dadaistisch-anarchistisch‹ angehauchten Menschen, der Bud Spencer und Terence Hill superyippitoll findet, und erst recht niemanden, der daraus ein politisches Statement ableiten würde.« Und Marcel Post kritisiert den Artikel »Eingekreist von Google« (30/2011): »Anstelle einer Kritik an Google findet man nur eine Kritik an einer ungenauen Menge an Google+-Benutzern. Pauschalisierend wird vorgeworfen, dass alle unkritisch mit Google+ umgehen würden. Zugegeben, die Anfangseuphorie war besonders im Kontext von ›Diaspora‹ absurd, aber auch innerhalb der Google+-Userbase wird sehr kritisch analysiert, spätestens seit dem Klarnamen-Thema, welches dem stylischen Hui von Google+ eine fratzenartige Wahrheit zukommen lässt, nämlich ein gigantisches Werbetooll zu sein.«