

Neuntes Gebot

Unter digitalen Bedingungen Wahrhaftigkeit fördern

Neuntes Gebot: „Du sollst nicht falsch Zeugnis reden wider deinen Nächsten.“ (Ex 20,16)

Kapitel 2.9 aus „Freiheit digital. Die Zehn Gebote in Zeiten des digitalen Wandels, S. 188-208, Evangelische Kirche in Deutschland, Evangelische Verlagsanstalt GmbH, Leipzig, 2021.

2.9 Unter digitalen Bedingungen Wahrhaftigkeit fördern

Neuntes Gebot: „Du sollst nicht falsch Zeugnis reden wider deinen Nächsten.“ (Ex 20,16)

a) Hinführung

Quälende zehn Minuten lang ziehen sich die Handyvideos. Sie zeigen George Floyds langsames Sterben. Ein Polizist bringt ihn ums Leben, in einem brutalen Einsatz. Er drückt Floyd das Knie auf den Hals, die Polizisten ignorieren Floyds Hilfeschreie. All das zeigen die Videos und dokumentieren schließlich Floyds nahen Tod. Diese Videos gingen um die Welt. Sie motivierten unzählige Menschen zu antirassistischen Demonstrationen und Aktionen, insbesondere in den USA, aber auch in vielen anderen Ländern. Die beteiligten Polizisten wurden suspendiert und sie müssen sich vor Gericht verantworten.

Heimlich filmten Klassenmitglieder eine Lehrerin im Unterricht. Sie provozierten ihre Lehrerin bewusst so, dass sie sich stark aufregte und schließlich einige Schulkinder beschimpfte, mit unglücklicher Wortwahl. Diese Szene wurde ins Netz gestellt. Daraufhin greifen die Eltern, Schulkinder und auch einige Mitglieder des Kollegiums die Lehrerin heftig an. Sie empfand sich als Opfer, das durch eine geschickte Regie zur Täterin gemacht wurde, und musste sich in psychotherapeutische Behandlung begeben.

b) Wahrhaftigkeit und Verlässlichkeit ermöglichen menschliches Zusammenleben

Das neunte Wort verbietet, falsch Zeugnis zu reden. Historisch bezieht es sich auf die zwischenmenschliche Kommunikation,

ursprünglich auf Aussagen vor Gericht. Gerichtsprozesse fanden damals vor dem Stadttor statt, d. h. in der damaligen Form der Öffentlichkeit. In Israel galt eine beschuldigte Person in Prozessen dann als überführt, wenn zwei Zeugen übereinstimmend von seiner oder ihrer Schuld sprachen – im Hebräischen sind Zeugen somit zugleich Ankläger und spielen so eine Doppelrolle. Immer wieder appellieren die Texte der Bibel, keine falsche Zeugenaussage zu machen. Das sollte die Gefährdungen, das Zeugen Gerichtsverfahren manipulieren. Es sollte auf diese Weise verhindern, dass der zu Unrecht beschuldigte Nächste um sein Recht gebracht wurde. Denn genau das drohte, wenn Verfahren und Urteil den Ruf schädigten, Angeklagte ihr Eigentum oder sogar ihr Leben verloren – schließlich war die Todesstrafe seinerzeit üblich. Besonders häufig scheinen Fälle gewesen zu sein, bei denen durch Bestechungen ohnehin benachteiligte Gruppen um ihr Recht gebracht und ihnen die Grundlage ihrer Freiheit genommen wurde – dies legt eine Vielzahl prophetischer Warnungen nahe.

Recht bald haben Menschen den Geltungsbereich dieses Gebotes verallgemeinert: Es galt über die konkrete, öffentliche Ausgangssituation hinaus als allgemeine Grundregel der Kommunikation, die Wahrhaftigkeit und Verlässlichkeit sichern soll. Falschaussagen zerstören ein friedliches Zusammenleben, sie gefährden die Freiheit – insbesondere in der Extremsituation eines Gerichtsverfahrens – oder sogar das Leben eines zu Unrecht beschuldigten Menschen.

c) Kommunikative Freiheit als Anerkennung des Nächsten

In Martin Luthers Auslegung hat dieses Gebot eine klare Zielrichtung: Es geht um die Anerkennung des oder der Nächsten

in der öffentlichen Sphäre, in der Sprache Luthers: um seine oder ihre „Ehre und den guten Ruf“. Diese sind genauso wichtig wie alle anderen lebensnotwendigen Güter. Luther hat die Bedeutung der „Ehre“ vor allem für die Lebensführung in der Öffentlichkeit stark betont, die ohne ein „ehrbares Ansehen“ letztlich nicht möglich sei. Angesichts der menschlichen Neigung, „dass jedermann lieber Böses als Gutes von dem Nächsten sagen höret, (...) ist (dies) eine feine, edle Tugend: (...) alles, was er über den Nächsten reden höret (so es nicht öffentlich böse ist)“⁵⁵, soll zum Positiven gewendet und so das Ansehen des oder der Nächsten möglichst geschützt werden.

Diese Ausrichtung auf die Anerkennung des Nächsten gilt in der alltäglichen Lebenswelt wie in der Öffentlichkeit. Sie ermöglicht Freiheit als wechselseitige Verständigung. Die Bibel bestimmt den Menschen als Wesen, das in Beziehungen lebt. Deshalb sollen alle die Personenwürde des oder der Nächsten wesentlich kommunikativ schützen, indem sie verlässlich, sachlich, fair und in einer anerkennenden Weise kommunizieren.

Kommunikation ist immer medial vermittelt: durch Sprache, Briefe, Bücher, Radio, Fernsehen und inzwischen auch digitale Medien. Eine Ethik öffentlicher Kommunikation muss diesen medialen Vermittlungen Rechnung tragen, indem sie nicht nur die einzelnen Akteure, sondern systemische Dynamiken und strukturelle Bedingungen in den Blick nimmt und fragt, inwiefern Freiheit unter diesen Bedingungen verantwortlich wahrgenommen werden kann und wo Freiheit bedroht ist. Der Siegeszug sozialer Medien hat eine neue Situation geschaffen,

55 Martin Luther, Der Große Katechismus, a. a. O., 624; 627; 632.

speziell für die alten Massenmedien Fernsehen, Zeitung und Radio: Diese hatten die Funktion, einen gemeinsamen gesellschaftlichen Referenzrahmen herzustellen – und gerade in dieser Funktion werden sie durch die neuen sozialen Medien herausgefordert wie nie zuvor. Als zentrale Bewährungsprobe der digitalen Öffentlichkeiten erweist sich die Vertrauensfrage: Wie ist es möglich, sich in einer Welt der pluralisierten Öffentlichkeiten, subjektiven Perspektiven und manipulativen Strategien auf einen Rahmen gemeinsam geteilter Regeln zu verständigen? Welche Bedeutung kommt hier Bildungsprozessen zu, die es den Einzelnen ermöglichen, sich einigermaßen verlässlich in der Welt der sozialen Medien zu orientieren?

d) Digitale Kommunikation fordert Vertrauen heraus

Digitale Medien verändern Kommunikation und Öffentlichkeit

Jede Kommunikations-Revolution hat die menschliche Kultur verändert – oft auch die Religionskultur: von der Einführung der Schrift über den Buchdruck bis hin zu den Massenmedien des 20. Jahrhunderts, „[d]enn ‚die Botschaft‘ jedes Mediums oder jeder Technik ist die Veränderung des Maßstabs, Tempos oder Schemas, die es der Situation des Menschen bringt“⁵⁶. Seitdem digitale Medien gängig und alltäglich geworden sind, kommunizieren Menschen nicht nur deutlich mehr medial vermittelt und weniger von Angesicht zu Angesicht als im Zeitalter des Briefeschreibens und der Buch- und Zeitungslektüre. Die Kommunikationszusammenhänge sind auch qualitativ anders geprägt; neue Öffentlichkeiten haben sich herausgebildet.

56 Marshall McLuhan, Die magischen Kanäle. Understanding Media, 1995, 22 f.

Die Folgen sind ambivalent. Noch nie waren so viele Informationen frei zugänglich. Digitale Vernetzungen ermöglichen neue soziale Bewegungen. Informationen jenseits des Mainstreams können leichter und schneller publiziert werden als je zuvor. Autokratische und diktatorische Regime geraten zunehmend unter Legitimationsdruck. Zugleich ist kaum ein Schlagwort in der jüngeren Vergangenheit so präsent wie „Fake News“. Etwa im Umfeld von Wahlen sorgen sich Menschen, dass Social Bots⁵⁷ und Trolle⁵⁸ sie oder andere manipulieren. Die Sorge, die Diskurskultur könnte verrohen, drückt etwa das Schlagwort „hate speech“ aus. Hinter diesen Phänomenen steht eine grundlegende Neuordnung der Öffentlichkeiten: Sie werden diverser. Das beeinflusst auch private Beziehungen. Dieser Zugang zu einer enormen Vielfalt an Informationen, Meinungen, aber auch manipulativ gestreuten Gerüchten sowie dezidierten Fake News und Verschwörungsmithen verlangt von Nutzenden ein hohes Maß an Sach- und Orientierungswissen, insbesondere an ethischer Beurteilungskompetenz. Es sind Bildungsprozesse, zu denen die Kirche speziell im Religionsunterricht und in der kirchlichen Bildung beiträgt, in denen Menschen sich dieses Orientierungswissen aneignen können.

Das Netz ermächtigt Marginalisierte und populistische Stimmen

Öffentliche Kommunikation dient in der Mediengesellschaft nicht nur dem Ausdruck persönlicher Ansichten oder der Aus-

57 Social Bots: Softwaresysteme, die als menschenähnliche Akteure mit Menschen auf digitalen Plattformen kommunizieren.

58 Trolle: Internetnutzer*innen, die angestellt und bezahlt werden, um gezielt Kommunikation zu stören oder bestimmte Inhalte zu verbreiten. Der Begriff Troll leitet sich aus dem Englischen: „trolling with bait“ ab, was eine bestimmte Angeltechnik bezeichnet. Der Internet-Troll „ködert“ User, um sie zu provozieren oder um Kommunikationen innerhalb einer Community zu verstärken.

handlung eines politischen Konsenses, sondern zunächst immer auch der Herstellung eines gemeinsamen gesellschaftlichen Referenzrahmens. Dieser besteht sowohl aus Fakten über die Welt, die als allgemein anerkannt gelten, als auch aus einem Korridor, der markiert, welche Sichtweisen auf diese Fakten gesellschaftlich akzeptabel sind.

In der Moderne waren hauptsächlich die Massenmedien dafür zuständig, diesen Rahmen herzustellen. Mit welchen Vorgängen, Fakten und Fragen zu dieser Welt sich Gesellschaften beschäftigten und wie diese Themen aufbereitet wurden, welches Geschehen überhaupt zur Nachricht wurde – all das bestimmten durch Medienschaffende besetzte Redaktionen. Vor allem journalistisch tätige Personen und Medienschaffende waren es auch, die diese Nachrichten interpretierten, einordneten und deuteten. Sie hatten großen Einfluss darauf, welches Wissen als orthodox in den Kanon des gesellschaftlich als „Wahrheit“ anerkannten einging und welche Deutungen als heterodox zurückgewiesen wurden oder gar nicht erst vorkamen. Die Binnenpluralität der Medienlandschaft sollte dafür sorgen, dass der Korridor der akzeptierten Meinungen nicht zu schmal wurde. Das sollte die Integrationskraft der medialen Wirklichkeit sicherstellen. Der Missbrauch dieser Medienmacht sollte durch eine ganze Reihe von Faktoren verhindert werden: redaktionelle Routinen, brancheninterne Selbstkontrollen, ein gewisses Maß an unabhängiger Kartellaufsicht und ein sich ausbalancierendes Gefüge der öffentlichen Meinungen.

Der Kreis der Medienmächtigen war jedoch relativ klein. Nur wenige konnten an der Herstellung eines für weite Teile der Gesellschaft verbindlichen Referenzrahmens mitwirken. Gerade deswegen glaubten die Menschen auch in der Blütezeit

der Massenmedien nicht alles, was in der Zeitung oder in den 20-Uhr-Nachrichten berichtet wurde – an Stammtischen wurde auch schon damals schon über das gestritten, was heute als Fake News bekannt ist. Allerdings gab es kaum Möglichkeiten, diesen Dissens einer größeren Öffentlichkeit bekannt zu machen, ihn medial zu verstärken oder im Diskurs zu schärfen. Der explosionsartige Anstieg der internetbasierten Kommunikation änderte dies: Menschen jenseits der Medienprofession erlangen seit Mitte der 1990er Jahre Zugang zu den sich pluralisierenden digitalen Öffentlichkeiten. Seitdem kann fast jeder Mensch für potenziell globale Publika veröffentlichen.

Das hat ambivalente Konsequenzen: Die Kommunikationskultur des Netzes schafft Raum für relevante Gegenöffentlichkeiten. Dort können marginalisierte Gruppen ihre Identitäten und Ansprüche formulieren. Sichtweisen und Lebensrealitäten, die zuvor nur wenig öffentlich präsent waren, kommen so mittlerweile vernehmbar vor. Das zeigen etwa die Veröffentlichungen derer, die unter rassistischer Polizeigewalt oder sexuellen Übergriffen leiden. In Ländern mit einer strikten Zensur des Netzes, wie etwa in China oder im Iran, können auch verschlüsselte Kommunikationskanäle und die häufig als „Darknet“ bezeichneten versteckten Seiten im Netzwerk Tor⁵⁹ die Meinungsfreiheit stärken – trotz aller Problematik solcher Verfahren (vgl. hierzu auch die Ausführungen im siebten Wort). Die Abgeschlossenheit von Webseiten und Kommunikationskanälen ermöglicht es, Informationen weiterzugeben und Austausch zu organisieren, der andernfalls unterdrückt würde. Aktivistisch engagierte Personen des „Chaos Computer Club“ kritisieren ebenso wie die Menschenrechtsorganisation „Reporter ohne Grenzen“ eine

59 Tor: Netzwerk zur Anonymisierung von Verbindungsdaten.



QAnon

Ist der Name eines Verschwörungsmythos bzw. einer Verschwörungsbewegung ohne feste Struktur, die vornehmlich in den USA von rechtsextremen Personen und Medien mit einer grundsätzlichen Infragestellung der demokratischen Institutionen und Regelungsmechanismen getragen und vornehmlich im Internet verbreitet wird.

Wesentlicher Kerninhalt der Verschwörungphantasien ist die Rede – vielfach mit rassistischer und antisemitischer Konnotation – bzw. der Glaube an eine geheime Elite, welche die USA bzw. die weltweite Politik und Wirtschaft im Geheimen kontrolliert und zu deren Protagonistinnen und Protagonisten berühmte Persönlichkeiten aus Politik, Unterhaltungsbranche, Wirtschaft und Medien zählen. Diese Personen werden moralisch vollkommen diskreditiert, indem ihnen z. B. satanistische, sadistische oder pädokriminelle Handlungen unterstellt werden. Die Suggestivkraft solcher Phantasien hat in den USA bereits zu einigen Gewalttaten geführt. In bestimmten Filterblasen des Netzes wird auf diese Weise ein allgemeines gesellschaftliches Unbehagen gerade in demokratisch verfassten Ländern radikalisiert, indem der Sturz der gesellschaftlichen Ordnung propagiert und Gewaltphantasien zur Erreichung dieses Ziels geschürt werden.

allein negative Sicht auf das Darknet. Viele journalistisch tätige Personen, Whistleblower oder andere, die sich schützen wollen und müssen, nutzen verschlüsselte Netzwerke, um zumindest eine begrenzte Öffentlichkeit zu eröffnen, wo diktatorische Herrschaftssysteme dies unwahrscheinlicher machen.

Die Entwicklungen des Netzes ermächtigten jedoch nicht nur die genannten marginalisierten Gruppen oder andere Akteure einer Gegenöffentlichkeit, sondern auch diejenigen, die an einer demokratischen Ordnung und einer Öffentlichkeit für alle kein Interesse haben oder sie gar gezielt (zer)stören wollen. Inzwischen wird immer deutlicher, dass gerade menschenfeindliche Gruppen die neuen Kommunikationsmöglichkeiten

strategisch nutzen. Nicht selten zielen sie dabei darauf, eben jene Marginalisierten zum Schweigen zu bringen, die sich gerade erst ermächtigt haben. Außerdem verbreiten sie Verschwörungsmithen, stark gebündelt in Internetbewegungen wie etwa „QAnon“, die den sogenannten Mainstream-Medien insgesamt unterstellen, Falschnachrichten zu verbreiten und mit dem Verweis auf die „Quelle: Internet“ („Googeln Sie es doch!“) absurdeste Behauptungen verbreiten.

Das Vertrauen in die massenmediale Berichterstattung schwindet

Mit den digitalen Medien hat die Vielfalt in der Öffentlichkeit zugenommen. Mehr Menschen unterschiedlichster Prägung beteiligen sich an öffentlicher Kommunikation. Gleichzeitig erleben wir, dass Menschen das Vertrauen in die traditionellen journalistischen Medien verlieren. Medienschaffende, einst Agentinnen und Agenten der Herstellung eines gesellschaftlichen Referenzrahmens aus anerkannten Fakten und Wächterinnen und Wächter über den Korridor der akzeptierten Sichtweisen auf diese Fakten, haben einerseits an Integrationskraft verloren. Andererseits versuchen auch sie, sich auf die Bedingungen der Formate digitaler Medien einzustellen.

Problematisch ist, dass die Redaktionen journalistischer Medien nach wie vor relativ homogen zusammengesetzt sind. So sind im deutschen Journalismus beispielsweise Menschen aus der oberen Mittelschicht überrepräsentiert. Die Kritik an der mangelnden Repräsentation anderer Perspektiven und Lebenserfahrungen in journalistischen Medien ist nicht neu. Die neue Sichtbarkeit unterschiedlicher Gruppen und die öffentliche Organisation vormals marginalisierter Ansprüche im Netz gibt dieser Kritik jedoch ein neues Gewicht.

Zum anderen haben auch Fehler in der Arbeit mit Fakten und der Umgang mit diesen Fehlern ein größeres Misstrauen in journalistische Medien geschürt.

Während die korrespondierenden Personen einiger weniger Medien lange Zeit das Monopol auf Informationen aus Krisengebieten hatten, haben Menschen heute oftmals viel mehr Möglichkeiten, sich selbst über die Situation vor Ort zu informieren. Live-Berichte von Betroffenen auf Youtube oder Twitter, Satellitenbilder oder Werkzeuge zur technischen Analyse von Bildmaterial erleichtern es, die Richtigkeit journalistischer Berichterstattung selbst zu überprüfen und gegebenenfalls zu kritisieren. Gleichzeitig müssten Nutzende diese Quellen eigentlich selbst auch auf ihre Verlässlichkeit kritisch prüfen, denn oft ist eine Qualitätskontrolle nicht sichergestellt. So sind auch die traditionellen journalistischen Medien einer nie da gewesenen Kontrolle und Infragestellung durch Individuen und alternative Medien ausgesetzt. Gleichzeitig verschärfen sich die Finanzierungsprobleme der traditionellen Medienhäuser. Einbrüche im analogen Anzeigengeschäft können durch Online-Werbung nicht ausreichend kompensiert werden, Abonnentenzahlen sinken. Nur zögerlich experimentieren Verlage mit digitalen Bezahlmöglichkeiten. Zur inhaltlichen Anfechtung gesellt sich deshalb der Trend zur fortgesetzten Konzentration im Medienmarkt: Lokalredaktionen werden ausgedünnt oder zusammengelegt; in immer mehr Regionen berichten wenige, nur noch von einem einzigen Verlag betriebene Redaktionen oder nur noch eine Redaktion. Tatsächlich sind es neuerdings Digitalkonzerne wie Facebook, Amazon und Google, die mit Förderprogrammen in Höhe von mehreren hundert Millionen Euro den Verlagen in Deutschland und Europa finanziell unter die Arme greifen. Dies wiederum schwächt die Legitimität

der journalistischen Medien als kritische Wächterinnen. Auch wenn sie für die Ordnung gesellschaftlicher Diskurse weiterhin eine recht hohe Bedeutung haben, sehen sie sich wie selten zuvor in ihrer Glaubwürdigkeit hinterfragt.

Öffentliche Kommunikation wird persönlicher

Die Plattformen der sozialen Medien haben sich als wichtige Foren der digitalen Öffentlichkeit etabliert. Sie personalisieren Kommunikationsinhalte weitgehend und ordnen diese fluide: Nutzende entscheiden, mit welchen anderen Akteurinnen und Akteuren sie sich vernetzen und nehmen so Einfluss auf die Inhalte, die sie zu sehen bekommen. Ihre Kommunikationswelt ist individuell stärker fokussiert. Ihre algorithmisch sortierten Nachrichtenströme setzen sich immer neu aus unterschiedlichen Inhalten zusammen. Die entscheidende Frage für die Ordnung von Informationen lautet nicht mehr: Welche Information ist wichtig genug, um publiziert zu werden? Sondern: Welche Information ist subjektiv wichtig genug, damit eine konkrete Person sie zur Kenntnis nimmt?

Das erhöht zunächst einmal die Autonomie der Menschen in Bezug auf ihre Informations- und Kommunikationswelt. Die Entscheidung darüber, was für sie relevant ist, treffen Menschen in den sozialen Medien allerdings nur noch teilweise selbst. Es sind die Algorithmen der Plattformen, welche für sie sortieren – in der Regel, ohne dass Nutzende diese verstehen oder anpassen können.

Im Zuge des digitalen Kommunikationswandels verflüssigen sich zudem die Grenzen zwischen öffentlichen und privaten Sphären. In sozialen Medien stehen Links zu journalistischen

Texten neben Selfies und Nachrichtenvideos oder selbstgedrehten Katzenfilmen. Menschen in der Politik passen sich dem an und geben gleichzeitig Einblicke in den politischen Betrieb wie in ihr Privatleben. Anders als im professionellen Journalismus forciert, wird nur selten zwischen Meinung und Berichterstattung unterschieden.

Auf diese Weise sorgen die sozialen Medien dafür, dass die in der Öffentlichkeit vorherrschende Perspektive immer seltener eine allgemein-abstrahierende ist, sondern immer mehr eine subjektiv-persönliche. Tatsächlich gehört es zu den prägendsten Veränderungen der letzten Jahre, dass die traditionelle Vorstellung von Wahrheit an normativer Kraft eingebüßt hat. Sie wird herausgefordert durch die Betonung gleichberechtigter multipler Perspektiven, Rationalitäten und Wahrheitsansprüche. Die von intersubjektiven Kriterien losgelöste Leitdifferenz „meine Beobachtung/deine Beobachtung“ hat im Zuge dessen an Bedeutung gewonnen. Reichweite und Autorität erreichen Öffentlichkeitsteilnehmende heute deshalb weniger durch Rollen und Status als durch gewachsenes Vertrauen bestimmter Gruppen.

Digitale Plattformen lenken Aufmerksamkeit, um zu verdienen

Mit den Social-Media-Plattformen befinden sich die zentralen Foren der digitalen Öffentlichkeit in der Hand weniger Konzerne, die die konkreten Funktionsmechanismen dieser Öffentlichkeit als Geschäftsgeheimnisse betrachten. Die individuellen Nutzenden können nur bedingt nachvollziehen, warum ihnen auf diesen Plattformen bestimmte Inhalte angezeigt werden, Journalismus und Wissenschaft tun sich auf der Makroebene schwer, die kollektiven Auswirkungen dieser Mechanismen

nachzuvollziehen. Plattformunternehmen wie Facebook, Instagram, Google, Youtube und Twitter bestimmen mit den technischen Funktionen ihres Angebots auch, welche Möglickeitsräume sie für ihre Nutzenden eröffnen und welche Aktivitäten sie begrenzen. Eine Ethik der Öffentlichkeit im Zeitalter der Digitalisierung muss deshalb vor allem die Architektur und Betreiber der medialen Infrastruktur in den Blick nehmen.

Bei aller Unterschiedlichkeit der genannten Dienste eint sie ihr Geschäftsmodell: Sie bieten hoch attraktive Dienstleistungen scheinbar kostenfrei und vermarkten im Gegenzug die Aufmerksamkeit ihrer Nutzenden. Qualifizierte Daten werden dann an Höchstbietende verkauft und dienen meist wiederum zu Marketingzwecken. Die Plattformen speichern jede noch so unbewusste Handlung in Datenform und analysieren sie. Es geht ihnen deshalb darum, dass ihre Nutzenden möglichst viel kommunizieren und möglichst lange auf der eigenen Plattform bleiben. Jeder Klick oder Wisch auf der Plattform füttert das Datenprofil und erzeugt Spuren, die vermarktet werden können. Teil der Systemarchitektur der dominanten Plattformen ist also, Kommunikation zu steuern, nämlich zu stimulieren und auf der eigenen Plattform zu halten. Nicht umsonst hat sich in den sozialen Medien die Figur der Influencerin bzw. des Influencers etabliert. Diese in unterschiedlichen Bereichen zu findenden Medienpersönlichkeiten sind bei ihrer Zielgruppe mit extrem hoher Glaubwürdigkeit ausgestattet. Vor allem Jugendliche haben hohes Vertrauen in die Lebens- und Konsumempfehlungen ihrer jeweils präferierten Influence-Persönlichkeit.

Es liegt in der Logik dieses datenkapitalistischen Geschäftsmodells, dass die Filter- und Sortiermechanismen der Plattformen die Verbreitung von emotionalen und skandalisierenden

Inhalten begünstigen: Wenn ihre Algorithmen Relevanz zuschreiben, priorisieren sie dabei ganz besonders die Interaktionsrate, die ein Inhalt zu verzeichnen hat. Priorisiert werden damit Inhalte, die pro Blick die meisten Reaktionen auslösen: ein Like, ein zorniges Gesicht, ein Kommentar oder eine Weiterverbreitung. In der automatisierten Öffentlichkeit stehen in der Regel nicht die Inhalte an erster Stelle, die wahrhaftig sind oder dem Gemeinwohl dienen, sondern Inhalte, die die größte Reaktion oder Interaktion auslösen. Es wird eine Aufmerksamkeitsspirale in Gang gesetzt, die auf schnelle, unmittelbare und quantifizierbare Wirkungen setzt. Auch wenn dieser mediale Mechanismus nicht neu ist, wird er doch durch die digitalen Medien beschleunigt und intensiviert.

Digitale Kommunikation beschleunigt, emotionalisiert und quantifiziert

Die Priorisierung emotionalisierter Inhalte führt dazu, dass das Internet zum Ort einer „großen Gereiztheit“ und „kollektiven Erregung“ wird, nicht zuletzt weil Nutzende – scheinbare und wirkliche – Skandale allgegenwärtig kommunizieren und so zu einer „Reputationskrise“⁶⁰ beitragen können. Je stärker ein Beitrag emotionalisiert, popularisiert, skandalisiert und dadurch Empörung hervorruft, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass er schnell und massenhaft im Netz verbreitet wird. Leidtragende sind besonders Personen des öffentlichen Lebens.

Neben der Emotionalisierung der digitalen Kommunikation ist ihre Kontextunabhängigkeit kennzeichnend: Digital geben Nutzende Informationen ohne vollständige Information über

60 Bernhard Pörksen, Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung, 2018, 156.

den Ursprungskontext weiter. So scheinen die Informationen eindeutig und evident, obwohl sie häufig jedoch stark verzerrt sind. Aussagen oder Verhaltensweisen sind in der Regel stark kontextabhängig, wird dieser Kontext aber durch Schnappschüsse oder etwa in Memen ausgeblendet, können Rezipierende die entsprechende Information kaum adäquat einordnen. Dies trägt dazu bei, dass Menschen im Netz überproportional viele falsche Nachrichten verbreiten und weiterleiten. Es ist nicht zuletzt eine günstige Voraussetzung für diejenigen, die durch gezielte Manipulationen und Fake News die öffentliche Meinung in ihrem Sinn beeinflussen wollen.

Ferner ist die Sprache im Netz relativ leicht und einfach. Die Verwendung von Zeichen, Abkürzungen, Emojis oder Ähnlichem verstärkt dies noch einmal. Hinzu kommt die Kürze von Botschaften. Indem digitale Kommunikation wesentlich auf Schnelligkeit angelegt ist, wird die Informationsverbreitung und -verarbeitung beschleunigt, was die Möglichkeiten einer schnellen Recherche und Suche von Informationen erleichtert. Auch für bestimmte Formen der Kommunikation wie kurzfristige Verabredungen, Warnungen, Aufrufe etc. ist dieser Modus angemessen. Andere Formen der Kommunikation hingegen geraten im Netz ins Hintertreffen, insbesondere solche, die auf einer umfassenderen, auch zeitintensiven Analyse und einer komplexen, oft konsensorientierten Suche nach Lösungen beruhen. Allerdings sind Gegenbewegungen feststellbar: So haben journalistische Medien im Netz angefangen, multimedial oder datengestützt digital zu erzählen, so vermehrt Hintergründe zu beleuchten und auch komplexe Zusammenhänge zu erklären.

Schließlich ist digitale Kommunikation durch die Logik des Quantifizierens bestimmt. Auch ohne Netzkommunikation

haben Menschen sich schon immer miteinander gemessen, verglichen, Rankings aufgestellt und mit Sternen oder Ähnlichem bewertet. Das digitale Netz hat dies vereinfacht, intensiviert und so zu einer massenhaften Verbreitung des wechselseitigen Bewertens im Netz geführt. Es erhält dadurch eine scheinbar nicht zu hinterfragende Plausibilität. Beim Selbst- und vor allem beim Fremdvermessen sind die Kriterien, nach denen bewertet und eingeordnet wird, nicht immer klar. Beides führt zu neuen Formen der Verhaltenssteuerung, da der Logik des Quantifizierens in der Regel ein allgemeiner Trend zur Optimierung zugrunde liegt. Messen und Vergleichen stärken vermutlich die Logik des Wettbewerbs und damit das Konkurrenzverhalten im Unterschied zur Kooperation. Scheinbar objektivierbare Informationen, in der Regel in mathematischer Form ausgedrückt, suggerieren eine hohe Eindeutigkeit, die oft allerdings nur vorgetäuscht ist. Die Daten, die das „metrische Wir“ (Steffen Mau 2017) konstituieren, machen auf ihre Art sichtbar, wie Menschen einander einschätzen oder anerkennen und sich auf diese Art Anerkennung zubilligen oder verweigern.

Massenhaft durchdringt die metrische Logik die Kommunikation. Das führt dazu, dass auch Unvergleichbares in die Logik der Bewertung und Vergleichbarkeit einbezogen wird. Angesichts der scheinbaren Eindeutigkeit und der Überzeugungskraft quantitativer Daten, gerade in der mathematisierten und oft graphischen Darstellung, werden qualitative Unterschiede tendenziell ausgeblendet und spielen in der öffentlichen Kommunikation eine geringere Rolle. Der Erwerb von Kompetenzen für einen reflektierten Umgang mit der metrischen Logik, wie sie durch den digitalen Wandel stark befördert wird, sollte eine bedeutendere Rolle in künftigen Bildungsprozessen spielen.

Digitale Technik erleichtert politische Manipulation

Die Entwicklung digitaler Techniken macht es für viele leichter, zu manipulieren und Desinformationen zu produzieren. Das vertieft das Misstrauen in Akteurinnen und Akteure der digitalen Öffentlichkeit. Während die Manipulation von Bildern lange Zeit aufwendig und anspruchsvoll war, können heute fast alle Menschen mit Computerzugang Bilder professionell bearbeiten. Bereits in der analogen Bilderwelt kann die gezielte Auswahl des Ausschnittes von einem Bild dieses komplett dekontextualisieren. Das macht es möglich, Bilder in einem anderen als ihrem tatsächlichen Entstehungszusammenhang zu zeigen. Der Begriff „deepfakes“ bezeichnet eine Entwicklung, die diesen Effekt digital noch verstärken dürfte: Mithilfe von Computergraphik und immer besser trainierten neuronalen Netzwerken lassen sich auch Bewegtbilder und Stimmen von real existierenden Personen für die Augen und Ohren von Laien täuschend echt fälschen.

Dass Desinformation ein prägendes Phänomen unserer Zeit geworden ist, lässt sich jedoch nicht nur über die technischen Möglichkeiten der Digitalisierung erklären. Es gibt kein umstrittenes Thema, zu dem es keine Vielzahl scheinbar wissenschaftlich geprüfter Studien gäbe, die in naiver Betrachtung zu komplett gegenteiligen Schlüssen kommen. Ein fragwürdiger Umgang mit der Anerkennung von Fakten hat sich bis in höchste Kreise etabliert, wie das Beispiel des US-Präsidenten Donald Trump zeigt. Er hatte den bis dahin für Falschnachrichten verwendeten Begriff der „Fake News“ auf jegliche ihm unliebsame Nachrichten angewendet und dadurch pervertiert. Seine Beraterin Kellyanne Conway prägte den Begriff der „alternativen Fakten“ für eine propagandistisch genehme Dar-

stellung der Wirklichkeit. Trumps mehrjähriger Chefstrategie Steve Bannon etablierte zudem eine Strategie, die er „flooding the zone“ nannte: Mediale Manipulation muss gar nicht mehr darauf zielen, bestimmte Gruppen zu überzeugen. Stattdessen genüge es, die Öffentlichkeit mit so vielen und oft wiederholten falschen Informationen zu fluten, dass es für viele Menschen schwer werde, Fakten und Falschinformationen auseinanderzuhalten. Wissenschaftliche Erkenntnisse oder die Vertrauenswürdigkeit bestimmter Akteurinnen und Akteure immer wieder infrage zu stellen, soll dazu führen, dass Menschen nicht mehr wissen, was und wem sie glauben können. In Deutschland ist es eine etablierte Strategie insbesondere rechtsextremer Akteurinnen und Akteure, mit falschen oder aus dem Kontext gerissenen Zitaten und Bildern Stimmung zu machen.

e) Thesen und Forderungen

Qualitätsjournalismus ist nötig

Angesichts dieser Herausforderung ist unabhängiger Qualitätsjournalismus dringend nötig. Gerade nach den erwähnten Medienskandalen muss der Journalismus Vertrauen zurückzugewinnen suchen. Ein Schlüssel dazu liegt in der Transparenz der eigenen Arbeitsweise, der Offenlegung möglicher Einflussfaktoren sowie in einem nachvollziehbaren Umgang mit Quellen. Nicht der Status oder der exklusive (und im Zweifel unüberprüfbare) Zugang zu Informationen verleiht einem Medium Autorität, sondern die intersubjektive Nachvollziehbarkeit der thematisierten Fakten und der daraus gezogenen Schlüsse.

Dass die Digitalisierung die Krise des Journalismus nicht nur verstärkt, sondern auch Abhilfe schaffen kann, zeigen viele Bei-

spiele: In digitalen Formaten können Faktenchecks zeitnah und fortlaufend aktualisiert bereitgestellt werden. Das Vertrauen in journalistische Arbeit kann durch ergänzende Formate gestärkt werden, die den Entstehungsprozess konkreter Medienprodukte und auch den Umgang mit Fehlern transparent machen. Wenn Medien verdeutlichen, woher Informationen stammen, indem sie Originaldokumente verlinken oder öffentlich machen, ermöglichen sie es den Menschen, sich selbst ins Bild zu setzen und Informationen zu überprüfen. Das kann Vertrauen schaffen. Es entwickelt sich das neue Genre des Datenjournalismus. Dieser kann dabei helfen, komplexe Zusammenhänge nachvollziehbar zu machen und gerade auch die verdunkelten Funktionsmechanismen der digitalen Öffentlichkeit faktenbasiert zu beleuchten.

Die Macht digitaler Netzwerke muss kontrolliert und begrenzt werden

Das Leitbild einer digitalen Öffentlichkeit, die allen Menschen einfache Zugänge zu Informationen, Wissen, Kultur und Diskursen ermöglicht, sollte weiter gestärkt werden.

Soziale Netzwerke sind zu zentralen Foren digitaler Öffentlichkeit geworden. Deshalb ist es unerlässlich, dass der Gesetzgeber auf zivilgesellschaftliche Initiative hin die Macht dieser Netzwerke demokratisch kontrolliert und dort begrenzt, wo sich Monopole entwickeln. Insbesondere sollte die Nutzendenautonomie über Nachrichtenfeeds gestärkt werden.

Zum anderen sollten Nutzende durch ihr Verhalten, Empfehlungen oder Spenden diejenigen Akteurinnen und Akteure stärken, die sich einem emanzipatorischen Ideal verpflichtet sehen. Die gemeinnützige Wikipedia ist eine riesige Enzyklopädie, die

fast allen Menschen mit Internetanschluss frei zugänglich ist – nicht nur als Konsumentinnen und Konsumenten, sondern unter bestimmten Bedingungen auch als Produzierende. Die Informationsfreiheits- und Open-Data-Bewegung arbeitet an öffentlichem Zugang zu vormals verschlossenem Wissen über Gesellschaft, Staat und Institutionen. Der offene Quellcode von Open-Source-Technologien ermöglicht Unabhängigkeit von großen Herstellern und eine bessere öffentliche Kontrolle. Mit der Creative-Commons-Lizenz haben Netzaktivistinnen und -aktivisten schließlich eine Möglichkeit der Lizenzierung von Kulturgütern geschaffen, die auf freie Teilhabe ausgelegt ist statt auf Exklusivität.

f) Evangelische Kirche muss mit gutem Beispiel vorangehen

Grundsätzlich sind individuelle Christinnen und Christen, besonders aber die Institutionen und Funktionstragenden der evangelischen Kirche verpflichtet, durch ihr eigenes Kommunikationsverhalten dazu beizutragen, eine nachhaltigere und vertrauenswürdigere Öffentlichkeit zu schaffen. Dazu gehört es, in Anlehnung an die Impulse Martin Luthers, dort vertraulich mit privaten Informationen umzugehen und diese zu schützen, wo es aus seelsorglichen Gründen notwendig ist. Dazu gehört auch, ein möglichst hohes Maß an Transparenz zu sichern, wo Öffentlichkeit nötig ist. Dabei sind neben dem Sachbezug ebenso der Sozialbezug jeder Kommunikation, die „Nächstenorientierung“ im Sinn der Anerkennung, zu beachten wie die Frage nach einer Legitimation zum Sprechen. Da durch die digitale Kommunikation die Rollen von Sendenden und Empfangenden austauschbar geworden und nahezu alle Teilnehmenden zu öffentlichen Kommunikatorinnen und

Kommunikatoren geworden sind, stellt sich das Problem einer Legitimation öffentlichen Redens in neuer Weise, gerade auch für kirchliche Akteurinnen und Akteure (vgl. drittes Gebot). Menschen christlichen Glaubens können sich in der netzpolitischen Bewegung engagieren, die evangelische Kirche kann durch Kooperationen mit netzpolitischen Organisationen die netzpolitische Bewegung unterstützen und zugleich an den Erfahrungen dieser Bewegung partizipieren.

Des Weiteren können die Kirchen durch ihre Präsenz im Netz auf problematische Mechanismen der digitalen Kommunikation aufmerksam machen. Bestimmte Formen der Herabwürdigung Anderer im Sinn gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit oder die Weitergabe falscher Informationen müssen publik gemacht und entlarvt werden – so exemplarisch das Ziel des von der Evangelischen Akademie zu Berlin mit entwickelten und geförderten Projekts „Netzteufel“⁶¹.

Schließlich hat die evangelische Kirche ihre Kapazitäten im Bereich der Kinder- und Jugendbildung sowie der Erwachsenenbildung in den Dienst von digitaler Aufklärung, Medienbildung und Digital Literacy⁶² (Kate Ott) zu stellen. Die Organisation Kirche könnte ihre nicht zu unterschätzende Marktmacht auf dem IT-Markt stärker nutzen, indem sie etwa hohe Standards des Datenschutzes einfordert und alternative Messengerdienste unterstützt. So könnte sie dazu beitragen, eine Infrastruktur für die digitale Öffentlichkeit zu etablieren, die einer offeneren, verlässlicheren und der Anerkennung des oder der Nächsten dienenden Kommunikation dient.

61 URL: <https://www.netzteufel.eaberlin.de/>.

62 Digital Literacy lässt sich im Deutschen mit „digitaler Kompetenz“ wiedergeben.