

SWR2 Wissen: Aula

Das totale Jetzt

Die große Gereiztheit unserer digitalen Gegenwart (2/2)

Von Bernhard Pörksen

Sendung: Sonntag, 25. Oktober 2020, 8.30 – 9.00 Uhr

Redaktion: Ralf Caspary

Produktion: SWR 2020

Im digitalen Dorf erleben wir manchmal beglückende, oft stressige Sofort-Konfrontation mit immer anderen Ansichten. Und alle fordern gleichzeitig unsere Aufmerksamkeit. Es herrscht „Das totale Jetzt“.

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

SWR2 können Sie auch im **SWR2 Webradio** unter www.SWR2.de und auf Mobilgeräten in der **SWR2 App** hören – oder als **Podcast** nachhören.

Kennen Sie schon das Serviceangebot des Kulturradios SWR2?

Mit der kostenlosen SWR2 Kulturkarte können Sie zu ermäßigten Eintrittspreisen Veranstaltungen des SWR2 und seiner vielen Kulturpartner im Sendegebiet besuchen. Mit dem Infoheft SWR2 Kulturservice sind Sie stets über SWR2 und die zahlreichen Veranstaltungen im SWR2-Kulturpartner-Netz informiert. Jetzt anmelden unter 07221/300 200 oder swr2.de

Die SWR2 App für Android und iOS

Hören Sie das SWR2 Programm, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR2 App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...
Kostenlos herunterladen: www.swr2.de/app

MANUSKRIFT

Ich war kürzlich einmal wieder im seltsamsten Land der Welt unterwegs, dem Fake-News-Land. Millionen von Menschen leben hier, tauschen sich aus, klären sich auf über die Abgründe der Politik und die Gemeinheit des Menschen. Im Fake-News-Land ist alles möglich. Das Corona-Virus gibt es nicht, so heißt es hier, es gibt nur die Angst davor. Auch der Klimawandel ist eine Erfindung, so weiß man zu berichten. Und aus den Kondensstreifen der Flugzeuge regnet Gift auf unschuldige Bürger. Bill Gates will eine Diktatur errichten. Der Papst liebt Donald Trump. Und Barack Obama ist in Wahrheit Muslim. Der Terroranschlag vom 11. September war ein inszenierter Propagandatrick zur Rechtfertigung von Terrorkriegen. Und die klassischen Medien werden vom politischen Establishment manipuliert, ein Skandal, über den die Lügenpresse natürlich selbst nicht schreibt, weil sie sonst ihre ohnehin schwindende Autorität gefährden würde.

Kurzum: Das Fake-News-Land ist ein Land, in dem das Drama die neue Normalität geworden ist, die spektakuläre Enthüllung die alltägliche Erfahrung. Vor einiger Zeit wurde bekannt, dass auch der damalige pakistanische Verteidigungsminister Khawaja Asif einen derartigen, gefälschten Artikel für bare Münze nahm. Hier heißt es, Israel werde Pakistan mit Atomwaffen zerstören, sollten pakistanische Bodentruppen in Syrien einmarschieren – wohlgemerkt, nichts davon stimmt. Tatsächlich erschütternd war jedoch der Ad-hoc-Tweet, den Khawaja Asif darauf hinschrieb. Israel, so seine kaum verhüllte Drohung, solle nicht vergessen, dass auch Pakistan eine Atommacht sei. Das also ist die reale Gefahr des Irrealen: Wenn das Erfundene vorschnell für wahr gehalten wird, dann hat dies Folgen in der wirklichen Welt. Dann wird der Reaktionsreflex im Verbund mit dem Erfundenem zum echten Drama. Bis hin zur Drohung mit einem atomaren Krieg.

Wie aber funktioniert das große Geschäft mit der Desinformation? Und welche Akteure und Player tummeln sich überhaupt im Feld der Falschnachrichten? Da sind zum einen diejenigen, die aus politisch-ideologischen Gründen agitieren, also Propaganda verbreiten, um ihre eigene Position oder Partei zu stärken – ganz gleich, ob es um das Corona-Virus, den laufenden Präsidentschaftswahlkampf in den USA, den Brexit oder Annexion der Krim geht. Da sind zum anderen jene, die – ohne propagandistische Absicht – satirisch gemeinte Scherze in Umlauf bringen, die aber nicht notwendig als solche erkannt werden. Und da entdeckt man die Gruppe der kühl Rechnenden im Feld der Fake-News-Produzenten, die möglichst schnell viel Werbegeld mit selbst produzierten Falschnachrichten verdienen wollen, also vor allem daran interessiert sind, Aufmerksamkeitsgewinne unmittelbar in Bargeld umzumünzen, sie zu kapitalisieren. Und schließlich liefert man auch in den Boulevard- und Schmutzdeckeln des Journalismus jede Menge fahrlässiger Inszenierungen, Fakes und Fiktionen aller Art. Man denke nur an die tägliche Nonsense-Produktion der Promi- und People-Publizistik, die sich an jedem Kiosk finden lässt. „An Tankstellen oder Supermarktkassen wird mir manchmal schwindlig, wenn ich auf den Titelseiten sehe, welche Seelenqualen ich mal wieder durchlebt haben soll“, so hat der Schlagersänger Florian Silbereisen einmal seine Lektüreerlebnisse in eigener Sache bilanziert. „Jede Woche erscheinen Dutzende Klatschblätter mit neuen Dramen über mich. Meist ist es Gott sei Dank aber so, dass meine Trennung in dem einen Blatt durch meine Hochzeit in dem anderen Blatt wieder aufgehoben wird.“

Nicht jeder kann im Angesicht frei flottierender Gerüchte und bizarrer Fakes seinen Humor bewahren. Denn eines ist unabweisbar: Korrekturen von Falschmeldungen sind, offline wie online, unendlich mühsam. Die Schwierigkeit liegt darin begründet, dass typische Fake-News-Inhalte in Form sofort verständlicher, oft schockierend wirkender, narrativ infektiöser Geschichten erzählt werden. Sie werden geglaubt, weil sie als scheinbar plausible Aufreger taugen, die ohnehin kursierende Vorurteile bestätigen. Sie kombinieren den Wow-Effekt der Überraschung mit der Bestätigung dessen, was man ohnehin für richtig hält.

Was emotionalisiert, so gilt insbesondere in sozialen Netzwerken, funktioniert. Was überrascht und erregt, was Begeisterung und Wut, Mitgefühl und Hass auslöst, wird geteilt, erscheint als Nachricht von Freunden, die man für gewöhnlich eben deshalb nicht unmittelbar anzweifelt. Die Korrekturnachricht, der eher fade, nicht gerade zur Verbreitung animierende Hinweis „Stimmt nicht!“ oder womöglich gar die detailreiche, unvermeidlich komplexe Rekonstruktion einer Fälschungsgeschichte sind demgegenüber unvermeidlich weniger spektakulär. All dies wird weniger geteilt, erreicht somit häufig sehr viel weniger Menschen und womöglich auch nur diejenigen, die zuvor ohnehin schon überzeugt waren.

Außerdem muss man einräumen, dass Korrekturen äußerst unattraktiv sind – wer macht schon gerne bekannt, dass ihm ein Irrtum unterlaufen ist? Wer sendet also im Akt des Teilens, der immer auch eine Mini-Sequenz im Fluss der persönlich-privaten Selbstdarstellung bildet, ein Signal, das eigentlich peinlich ist? Und wer revidiert schon gerne eigene Vorurteile, weist also beispielsweise darauf hin, dass sich der YouTube-Virologe und angebliche Corona-Experte Wolfgang Wodarg eben doch massiv geirrt hat, dass Ken Jebsen eben doch kein seriöser Journalist ist, sondern ein Verschwörungstheoretiker, der mit antisemitischen Codes spielt? Wer flaggt schon gerne aus, dass er in einem kleinen Anfall von unreflektierter Hektik blitzartig geteilt und verbreitet hat, was man ihm gerade erst von anderer Seite aus an Desinformationsmüll zugespült hat?

Und noch etwas. Selbst wenn die Korrektur tatsächlich erfolgt ist und selbst wenn sie tatsächlich wahrgenommen wird, dann heißt das noch nicht, dass sie auch wirkt. Denn es lassen sich bei denen, die einer Falschinformation aufsitzen, immer wieder sogenannte *Backfire Effekte* beobachten, wie verschiedene Experimente zeigen. Das heißt: Die Korrektur wird entwertet. Die Fehlüberzeugung im Prozess der Auseinandersetzung vielleicht sogar stabilisiert und weiter ins Bewusstsein hinein betoniert, indem sich Menschen mit großer Energie und in engagierter Starrköpfigkeit auf die Gründe für ihre falsche Überzeugung besinnen.

Hinzu kommt, auch das begünstigt die Dominanz von Fakes und erschwert ihre Erkennbarkeit, dass das Bewusstsein für die Qualität einer Quelle in der digitalen Öffentlichkeit schwindet. Dies liegt zum einen daran, dass Informationen sehr unterschiedlicher Güte unterschiedslos auf einer hoch frequentierten Plattform wie Facebook zusammen fließen oder undifferenziert, ohne begleitende Qualitäts- und Glaubwürdigkeitssignale auf dem Display des Smartphones erscheinen. In diesem Zusammenfließen des Verschiedenen liegt ein impliziter Relativismus. Hier zeigt sich eine wortlose Ideologie, die ich die *Gleichwertigkeitsdoktrin der Informationspräsentation* nennen möchte. Diese Gleichwertigkeitsdoktrin erzeugt den

falschen Eindruck, man habe es mit zu Recht unmittelbar konkurrierenden, scheinbar gleichermaßen gehaltvollen Deutungen zu tun.

Überdies verlieren die nach wie vor sichtbaren Nachrichten- und Medienmarken an orientierender Kraft, weil der eilig über sein Smartphone wischende Leser diese entweder gar nicht beachtet oder aber die Quellenbindung an ein Ur-Medium durch die Plattform, die die Präsentationsweise der Nachricht bestimmt, gelockert oder ganz aufgehoben wird. Die rasche Einschätzung, der Glaubwürdigkeitscheck anhand der Meta-Botschaft, woher die Nachricht denn nun stammt (aus der New York Times oder von einem halbseidenen Klatschportal?) wird damit schwieriger oder ganz unmöglich. Darüber hinaus gilt, dass Menschen die konkreten Inhalte länger im Gedächtnis behalten als die Quellen, aus denen diese Inhalte stammen. Die Folge ist, dass Informationen aus dubiosen Kanälen allmählich an Glaubwürdigkeit gewinnen. Das nennt man den *Schläfereffekt* der Propaganda. Die Überzeugungskraft von Gerüchten und frei erfundenen Botschaften nimmt im Laufe der Zeit zu, schlicht deshalb, weil ihre schmutzige, unseriöse Herkunft vergessen wird.

Und schließlich kann man – gerade im Falle von Fake-News – einen Prozess der allmählichen Quellenverdunkelung beobachten, den man in Analogie zum Geschäft der Geldwäsche als *Informationswäsche* bezeichnen könnte. Damit ist gemeint, dass im leichtgängigen Prozess des Kopierens, des wechselseitigen Zitierens und Verlinkens auch komplett unseriöse Behauptungen schrittweise aufgewertet werden und von bestenfalls randständigen Medien aus in die Mitte und die Breite der Gesellschaft diffundieren können, weil zunehmend unklar wird, aus welchen seltsamen Kanälen und zweifelhaften Quellen die Ur-Botschaft eigentlich stammt. Ein Beispiel aus der Spätphase des amerikanischen Wahlkampfes im Jahre 2016 illustriert dieses Phänomen der schrittweisen Akzeptanz und Aufwertung komplett unseriöser Information im Prozess ihrer Verbreitung.

So kursierten Ende 2016 Gerüchte im Netz, die Präsidentschaftskandidatin Hillary Clinton sei in einem Pädophilenring aktiv, der in einer Pizzeria in Washington angesiedelt sei. Ausgelöst wurden die Spekulationen durch von Hackern geleakte E-Mails aus dem Umfeld von Hillary Clinton und ihres Wahlkampfmanagers John Podesta, die Wikileaks veröffentlichte. In diesen E-Mails, so hieß es, gebrauche man Codewörter einer finsternen Geheimsprache. „Pizza“ stehe in Wahrheit für *Mädchen*, „cheese“ für ein *junges Mädchen*, „sauce“ bedeute tatsächlich *Orgie*, mit „pasta“ sei eigentlich ein *kleiner Junge* gemeint. Und so weiter.

Aufschlussreich ist: Die erste, tatsächlich aufgegriffene Meldung zu Hillary Clintons angeblichen Verwicklung in pädokriminelle Kreise wurde von einem gewissen David Goldberg auf Twitter veröffentlicht, der seinerseits auf ein Facebook-Posting mit den Gerüchten verlinkte. Goldberg präsentiert sich als ein jüdischer Anwalt in New York. Faktisch handelt es sich jedoch um einen Unbekannten, der auch in Kreisen amerikanischer Neonazis unter diesem Pseudonym auftritt.

Dann tauchte die sogenannte Enthüllung auf den Seiten von Verschwörungstheoretikern auf, wurde in Foren diskutiert, auch von Bots auf Twitter verbreitet. Wenige Tage nach der Erstveröffentlichung der frei erfundenen Behauptungen publizierte die Gerüchteseite *True Pundit* im Verbund mit neuen

Falschbehauptungen die Geschichte, was den Urheber David Goldberg in einem bizarren Akt der zirkulären Selbstbestätigung einer Erfindung durch eine andere Erfindung zu der Jubelmeldung veranlasste, nun sei alles bewiesen: „Meine Quelle“, so schrieb er, „lag richtig!“ Nun wurde die Geschichte von dem Pädophilenring – auf dem Weg der schrittweisen Aufwertung im Akt der Vermittlung – auch von Michael Flynn, dem designierten Sicherheitsberater von Donald Trump, auf Twitter verlinkt. Und auch von seinem Sohn, damals ebenfalls im Trump-Team beschäftigt, empfohlen: „Bis #Pizzagate widerlegt ist“, so lautete sein Tweet, „bleibt es eine Nachricht.“

Die angebliche Skandalmeldung, längst in zahlreiche Sprachen übersetzt, kursierte überdies auf Facebook. Sie wurde nach Kräften in den unterschiedlichsten Foren verbreitet, zog immer breitere Kreise. In den Hoch-Zeiten der Erregung zählten entsetzte Angestellte der Pizzeria bis zu fünf Tweets pro Minute, die unter dem Hashtag #pizzagate erschienen. Mit dem nun einmal entstandenen Hype, eben durch die schlichte Dominanz und weite Verbreitung in unterschiedlichen Netzwerken, war die Fake-Nachricht vom Stigma des total Wahnhaften befreit, der Prozess der Informationswäsche also geglückt. Das Ende des Dramas ereignete sich schließlich in der analogen Welt. Am 4. Dezember 2016 stürmte ein junger Mann mit einem Gewehr in die Pizzeria Comet Ping Pong, um sich, wie er nach seiner Festnahme behauptete, selbst ein Bild zu machen.

Allerdings: Der Blick auf besonders schrille und besonders schräge Geschichten wie die Story von dem vermeintlichen Pädophilenring verdeckt, dass Fake-News eigentlich vor allem eines sind: Schaumkronen auf dem Meer der vernetzten Welt, Symptome der Oberfläche. In der Tiefe geht es um eine tektonische Verschiebung der Informationsarchitektur, die Neuordnung der Welt- und Wirklichkeitsbezüge im digitalen Zeitalter, die sich nur als ein Zusammenspiel der unterschiedlichsten Faktoren erklären lässt. Generell zeigt sich, dass der klassische Qualitätsjournalismus schon deshalb an Deutungsautorität verliert, weil sich nun jeder – barrierefrei – an die Öffentlichkeit wenden kann und auch Nachrichten in entbündelter Form verstärkt in sozialen Netzwerken konsumiert werden.

Das heißt, dass der Journalismus die Hoheit über die eigenen Vertriebskanäle zu verlieren droht. Und es bedeutet, dass sich Journalistinnen und Journalisten – neben dem eigentlichen Publikum – im Kampf um eine naturgemäß knappe Aufmerksamkeit zunehmend an den intransparenten Prinzipien algorithmischer Informationsfilterung orientieren müssen, die man dann nach dem Muster von Versuch und Irrtum bedient. Die primär senderseitige Relevanz-Setzung – „wir zeigen, was wichtig und wahr ist!“ – verliert damit unvermeidlich an Kraft, weil durch Klickzahlen und Echtzeitquoten unabweisbar wird, dass sich Menschen womöglich vor allem für einen unheimlich wirkenden Riesentintenfisch in einem japanischen Hafenbecken interessieren, nicht jedoch für den zeit- und kostenintensiv recherchierten Bericht über die gerade aktuelle Konfliktdynamik im Nahen Osten.

Überdies wird die Idee der *einen* Öffentlichkeit endgültig zur Fiktion, weil sich heute jeder empfängerseitig Wunschöffentlichkeiten konstruieren und sich in sein eigenes Selbstbestätigungsmilieu hinein googeln kann. Und schließlich gilt: Information lässt sich, einmal digitalisiert, in immer neue Kontexte transferieren, kombinieren, wunschgemäß entlang der eigenen Perspektive arrangieren. Der Einzelne kann sich

seine eigene Echokammer zusammen basteln, ganz nach Bedarf für seine Gewissheiten Belege finden. Das Netz, dieses ungeheuer plastische Medium, kommt der allgemein menschlichen Bestätigungssehnsucht sehr weit entgegen.

Wenn man Neuordnung der Welt- und Wirklichkeitsbezüge unter digitalen Bedingungen noch genauer, noch besser verstehen will, lohnt sich die Frage: Wie verbreiten sich Informationen? Und was fangen Menschen mit ihnen an, wie gehen sie mit ihnen um? Es sind, paradox genug, Berichte über Katastrophen und Anschläge, also die Auseinandersetzung mit Extremereignissen unterschiedlichster Gestalt, die die allgemeinen Gesetze der Informations*verbreitung* und die grundsätzlich gültigen Muster Informations*verarbeitung* im digitalen Zeitalter greifbar werden lassen. Sie offenbaren die Normalität am ungewöhnlichen Fall, die Regel am Beispiel der Ausnahme.

Es ist, um eine konkrete Episode zu wählen, die Geschichte des Piloten Charles Sullenberger, die Hinweise darauf gibt, welche Verbreitungsdynamik heute beherrschend ist. Sullenberger gerät am 15. Januar 2009 mit der US-Airways Maschine A 320 kurz nach dem Start vom New Yorker Flughafen LaGuardia in einen Schwarm von Gänsen, die sich in den Turbinen verfangen und die Triebwerke des Flugzeugs zerstören. Und absolviert kurze Zeit später eine der spektakulärsten Notlandungen der Fluggeschichte. Er steuert, weil er bemerkt, dass die Maschine nicht mehr genug Schub besitzt, um einen Flughafen zu erreichen, direkt in den Hudson River, wohl wissend, dass sein Manöver vielen Menschen das Leben kosten kann. Aber das Flugzeug zerbricht nicht. Die Tanks explodieren nicht. New Yorker Ausflugschiffe und Fährboote, die wie auf ein geheimes Kommando zu dem allmählich sinkenden Flugzeug fahren, holen sämtliche Passagiere an Bord.

Neben der spektakulären Notlandung und der sofortigen Rettung gibt es noch eine weitere, von der Wucht des Ereignisses überdeckte, längst seltsam normal wirkende Sensation, nämlich die Art und Weise der Informationsverbreitung vom Unglücksort. Ganz konkret: Um 15.31 Uhr stößt das Flugzeug im Hudson River auf die Wasseroberfläche. Zwei Minuten später geht der erste erregt formulierte Tweet eines Beobachters online: „I just watched a plane crash into the hudson rive in manhattan“, so heißt es hier. Fünf Minuten nach der Landung schießt jemand ein erstes Foto und verbreitet es mit den Worten über Twitter: „There’s a plane in the Hudson. I’m on the ferry going to pick up the people. Crazy.“ 15 Minuten benötigen die klassischen Medien, um mit den ersten Berichten nachzuziehen. Unterdessen rasen der erste Tweet und das erste Foto vom Ort des Geschehens um die Welt und werden tausendfach gelesen und angeschaut.

Es sind drei zentrale, unser Welt- und Wirklichkeitsbild prägende Gesetze der Informationsverbreitung, die sich hier zeigen. Erstens, Information ist unter digitalen Bedingungen irrwitzig schnell (*das ist das Gesetz der blitzschnellen Verbreitung*). Sie lässt sich, zweitens, barrierefrei einer Weltöffentlichkeit zugänglich machen (*das ist das Gesetz der ungehinderten Veröffentlichung*). Sie ist, drittens, gerade im Falle von emotionalisierenden Themen hochgradig kombinations- und reaktionsbereit, wird rasch kopiert, von Website zu Website transportiert, in immer neuen Kontexten publiziert, mit anderen Informationen kombiniert (*das ist das Gesetz der einfachen Verknüpfung*). Diese Formen der Informationsverbreitung sind für sich genommen weder gut noch schlecht, aber sie begünstigen und befördern eine Dynamik der

unmittelbaren Eskalation und erzeugen den Schock der direkten Gegenwart, der totalen Präsenz des Ereignisses.

Dieser medial produzierte Gegenwartsschock kann äußerst positive Folgen haben, wenn entsetzliches Unrecht sofort bekannt wird. Er kann enorm lehrreich sein, wenn weit entfernte Ereignisse mit Hilfe von Smartphones und sozialen Netzwerken im Live-Modus übertragen werden und sich eine Weltgemeinde von Augenzeugen bildet, die ungefiltert betrachtet, was sich auf den Straßen von Minsk oder auf den Plätzen von Hongkong ereignet. Und doch geraten die Gesetze der *Informationsverbreitung* unvermeidlich in Widerspruch zu einem Ideal der *Informationsverarbeitung* und dem Bemühen um die ausgeruhte Wahrheitssuche, die möglichst vorurteilsfreie, abwägende Überprüfung von Annahmen, die sich eben nicht im Ad-hoc-Modus bestätigen oder widerlegen lassen. „Information ist schnell“, so formuliert der Netzphilosoph Peter Glaser das Dilemma der digitalen Moderne, „Wahrheit braucht Zeit.“

Dass wir zwar rasch informiert sind, dass irgendetwas Furchtbares passiert ist, aber nicht in vergleichbarer Geschwindigkeit wissen können, was von all dem wirklich stimmt, wird offensichtlich, wenn man sich mit der Berichterstattung über Attentate und Terroranschläge befasst. Hier zeigen sich in brutaler Regelmäßigkeit folgende Muster: Sofort-Berichte, Sofort-Reaktionen, Falschmeldungen in Serie, allgemeine Desorientierung, pauschale Verdächtigungen; dies alles in den sozialen Netzwerken, aber durchaus auch in den etablierten Medien und den klassischen Redaktionen, die im Wettlauf um Geschwindigkeitspokale unbedingt mitmischen wollen. So geschehen – beispielsweise – kurz nach den Terroranschlägen von Boston am 15. April 2013. An diesem Tag im April detonieren inmitten einer Zuschauermenge in Rucksäcken versteckte Sprengsätze in der Zielgeraden einer Marathonstrecke. Getötet werden drei Menschen, Hunderte verletzt.

Was dann folgt, ist das Spektakel einer fiebrigen Tätersuche, an der sich alle beteiligen. Plattformen und Websites wie Twitter, Reddit, Facebook und 4chan werden für einen langen Augenblick zu den Instrumenten einer modernen Hexenjagd. Und auch CNN und die Nachrichtenagentur *Associated Press* verbreiten Falschmeldungen, angesteckt vom allgemeinen Wettlauf um die Attentäter-Trophäe. Die *New York Post* veröffentlicht das Foto eines zu Unrecht Verdächtigten auf der Titelseite. Die Bilanz des Informationsdesasters: millionenfach verbreitete Gerüchte, fatale Fehl-Interpretationen grobkörniger Fahndungsfotos und angeblicher Polizeifunkmeldungen, Hassausbrüche gegenüber der Familie eines fälschlich beschuldigten Studenten, die ihren unter Depressionen leidenden, später tot aufgefundenen Sohn vermisst gemeldet hatte und nun im Moment einer verzweifelten, immer noch hoffenden Suche am öffentlichen Pranger steht. Das Dauerbombardement mit fehlerhaften, unverdauten Neuigkeiten sei endgültig sinnlos geworden, so schrieb der Journalist Farhad Manjoo. „Wir bekommen“, so seine Diagnose, „Nachrichten viel schneller, als wir daraus klug werden können, informiert via Handy-Fotos, Augenzeugen, die wir in Social Networks finden und zweifelhaften offiziellen Quellen wie den Polizeifunk. Das echte Leben bewegt sich viel langsamer als diese Technologien.“

Es zeigt sich: Wahrheit ist unter den aktuellen Geschwindigkeits- und Verbreitungsbedingungen umstrittener und umkämpfter denn je. Und jeder kann sich

in Echtzeit und im Live-Modus in die große Schlacht um die richtige Auffassung hinein werfen. Und das bedeutet auch: Der vernetzte Mensch ist auch deshalb in Unruhe und auf untergründige Weise gereizt, weil sich Gewissheiten heute vor aller Augen auflösen, weil der Marktplatz der Ideen – dieser ideal gedachte Raum des Öffentlichen, diese Sphäre des Arguments und des Abwägens – so offenkundig durchlässig geworden ist für schnell heraus geblasene Falschmeldungen, für Gerüchte und auch für gezielte Manipulationen, die man zwar erahnt, aber doch nicht wirklich dingfest zu machen vermag. Die Medienepoche der Gatekeeper-Gemütlichkeit, in der Journalistinnen und Journalisten am Tor zur öffentlichen Welt darüber befinden konnten, was als interessant und relevant zu gelten hat, ist vorbei. Was wir aktuell erleben, hat der Netztheoretiker Michael Seemann einmal mit einer erhellenden Formulierung die *Deregulierung des Wahrheitsmarktes* genannt.

Wie ist dies alles zu bewerten, wenn man den Blick vom Horror der einzelnen Falschmeldung löst, die so offenkundig kritikwürdig ist? Wie sieht dann die Bilanz aus? Die bestenfalls ambivalente Antwort lautet: Die Deregulierung des Wahrheitsmarktes besitzt ein Doppelgesicht. Denn zum einen sind wir – das ist die gute Nachricht – mit einer Welt des Informationsreichtums konfrontiert, erleben eine gigantische Öffnung des kommunikativen Raumes, die es auch gerade noch Unterdrückten und Marginalisierten erlaubt, ihre Stimme zu erheben, entsetzliches Unrecht blitzschnell bekannt zu machen. Zum anderen wird die öffentliche Sphäre geflutet mit Hass und Propaganda, denn nun kann jeder, einen Netzzugang vorausgesetzt, ohne größere Unkosten Gewaltdrohungen und Falschnachrichten in die Erregungskreisläufe des digitalen Zeitalters einspeisen.

Wie also damit umgehen, was also tun? Vielleicht eine persönliche, nicht allzu optimistische Schlussbemerkung: Aus meiner Sicht steckt in der gegenwärtig laufenden Medienrevolution ein großer, gesellschaftlich noch gar nicht verstandener Bildungsauftrag. So wie in den 70er-Jahren das Umweltbewusstsein entstanden ist als Reaktion auf die Verschmutzung der natürlichen Umwelt bräuchte es heute eine Art *Öffentlichkeitsbewusstsein* als Reaktion auf die Vermüllung der publizistischen Außenwelt. Man müsste schon in den Schulen ein Bewusstsein dafür wecken, warum unabhängiger Journalismus in einer Demokratie absolut systemrelevant ist, was überhaupt eine seriöse Quelle darstellt und wie irrums- und ausbeutungsanfällig Menschen unter den gegenwärtigen Medienbedingungen sind. Ob es so kommt? Ob also schon übermorgen in Schulen und Hochschulen das Leitfach einer *digitalen Ökologie* zu finden sein wird? Ich wäre sehr gerne optimistisch. Aber wer sich im Flachland einer nach wie vor weitgehend technokratisch und floskelhaft geführten Medien- und Bildungsdebatte bewegt, wird die Frage, ob getan werden wird, was nötig wäre, unvermeidlich mit einer großen Portion Skepsis beantworten.

Quellen

Dieser Essay des Tübinger Medienwissenschaftlers Bernhard Pörksen greift auf Passagen seines Buches „Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung“ (Hanser-Verlag) und verschiedene Zeitungsartikel zurück, die im Folgenden nachgewiesen werden.

Pörksen, Bernhard (2015): Trolle, Empörungsjunkies und kluge Köpfe: Die fünfte

Gewalt des digitalen Zeitalters. In: cicero.de (17.04.2015). <http://cicero.de/berliner-republik/trolle-empoeerungsjunkies-und-kluge-koepfe-die-fuenfte-gewalt-des-digitalen> (abgerufen am 03.03.2017).

Pörksen, Bernhard (2017): Schöne falsche Welt. In: Chrismon (21.03.2017). <http://chrismon.evangelisch.de/artikel/2017/33307/kampf-gegen-fake-news-im-internet> (abgerufen am 08.04.2017).

Pörksen, Bernhard (2018): Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung. München: Hanser Verlag.

Pörksen, Bernhard (2018): Was sind Fake-News? Die Zeit des großen Verdachts. In: Der Standard (20.10.2018). <https://www.derstandard.at/story/2000089573713/was-sind-fake-news-die-zeit-des-grossen-verdachts> (abgerufen am 24.8. 2020).