

Im digitalen Zeitalter strömen verschiedenste Informationen quasi permanent und ungefiltert auf uns ein. Diese Dauerüberflutung geht nicht spurlos an uns vorüber. Sie bereitet uns Stress, aus dem schließlich eine permanente Gereiztheit resultiert. Dies zumindest konstatiert der Medienwissenschaftler Prof. Dr. Bernhard Pörksen in seinem neu erschienenen Buch *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*. Über diesen Zustand und mögliche Bewältigungsansätze sprach er mit *tv diskurs*.

„Unsere Öffentlichkeit ist bedroht wie selten zuvor!“

© Peter-Andreas Haslippen



Bernhard Pörksen

Der Titel Ihres neuen Buches Die große Gereiztheit ist eine Anspielung auf den Roman Der Zauberberg von Thomas Mann. Wo sehen Sie die Analogien zwischen der Situation im Sanatorium damals und unserer Situation heute?

Auf den ersten Blick gibt es überhaupt keine wirkliche Analogie, denn Thomas Mann beschreibt die Stimmung am Vorabend des Ersten Weltkrieges, dieses Gefühl einer heraufziehenden Panik, Gewaltausbrüche, Rempelen, die sich eben auch in dem Sanatorium in Davos zeigen. Die Menschen dort sind von Sinnkrisen oder – teilweise eingebildeten – Krankheiten geplagt und auf einmal breitet sich eine Stimmung aus, die Mann als „die große Gereiztheit“ bezeichnet. Es scheint also keine Parallele zur heutigen Zeit zu geben. Mir ist jedoch klar geworden, dass Thomas Mann mit seinem Buch die folgende Grundbotschaft intoniert: Emotionale oder informationelle Isolation ist unmöglich. Es gibt keine Ausstiegsmöglichkeit, keine Idylle des Rückzugs. Die Menschen, die sich auf dem Zauberberg zusammenfinden, sind eben doch geprägt von der Stimmung und der Luft der Epoche, obgleich sie meinen, der Welt abhandengekommen zu sein. Hier liegt für mich die Verbindung zu unserer heutigen Zeit, denn ich versuche in meinem Buch zu zeigen, dass die digitale Vernetzung als eine Art Metaeffekt Verstörung bedeutet. Sie löst Beunruhigung aus und erzeugt Gereiztheit.

Sie sagen, dass die permanente Vernetzung zu einer Art Verstörung führt. Internet und soziale Medien sollen die Menschen informierter und dadurch mündiger machen, dies zumindest war die Hoffnung. Nun scheint es sich ins Gegenteil verkehrt zu haben. Worin liegt Ihrer Meinung nach die Verstörung begründet?

Die Verstörung rührt daher, dass wir plötzlich gleichsam mit der Gesamtgeistesverfassung der Menschheit konfrontiert und einem Stress der Sofortsichtbarkeit ausgesetzt sind. Wir sehen alles: das Berührende, das Banale, das Schreckliche, das Schöne, das Triviale, die relevante Enthüllung, die vollkommen irrelevante Geschichte, das Foltervideo, die News über einen Amoklauf direkt neben einem lustigen Katzenvideo. Diese Gleichzeitigkeit des Verschiedenen, die einen unmittelbar im eigenen Kommunikationsradius erreicht, verstört. Zumindest tut sie dies in der gegenwärtigen Mediensituation. Natürlich kann man mit diesem ungeheuer plastischen Medium des Netzes

auf sehr verschiedene Art und Weise umgehen. Man kann es benutzen, um mündiger und informierter zu werden, aber ich betrachte die gegenwärtige Situation als eine Phase des Übergangs, eine Phase der mentalen Pubertät im Umgang mit den neuen Medienmöglichkeiten. Sie ist geprägt von einer noch nicht verstandenen Bildungsherausforderung. Wir haben die Techniken der Zivilisierung, der Mäßigung, des überlegten und mündigen Umgangs mit Information noch nicht entwickelt und gleichzeitig sind wir einem Tremolo vollkommen verschiedener, sehr schwer einschätzbarer, kaum einzuordnender Informationen ausgesetzt.

Ferdinand von Schirach hat gesagt, die Decke der Zivilisation sei sehr dünn. Gerade in sozialen Netzwerken entsteht häufig der Eindruck, dass hier die negativen menschlichen Züge besonders zum Vorschein kommen. Es wird „gehetet“, gepöbelt und gehetzt. Täuscht dieser Eindruck?

Man kann das Netz als das medial Unterbewusste begreifen, das eben nicht mehr durch mäßigende Kräfte reguliert wird, Kräfte der Mäßigung in Gestalt von Gatekeepern, von Journalisten, die auf Wahrheitsorientierung und Quellenprüfung drängen. Und doch – und ich glaube, das gehört zu einem gerechten Bild dazu: Wir erleben, wenn wir die Netzöffentlichkeit betrachten, die Gleichzeitigkeit des Verschiedenen. Wir finden kluge Kommentare, inspirierende Hinweise, großartige Blogbeiträge – und dies jeden einzelnen Tag. Es ist eine Welt des Informationsreichtums, den man als Wissenschaftler eigentlich nur genießen kann. Gleichzeitig aber existiert nur ein oder zwei Klicks entfernt die Wut, der Hass, die Attacken auf Politiker, Frauen oder Flüchtlinge. Diese Transparenz der Differenz muss man erwähnen, um zu einem gerechten Bild zu gelangen – und auch, um sichtbar zu machen, wie sehr diese Netzöffentlichkeit verstört, weil sie Grenzen zwischen dem Gerade-noch-Sagbaren und dem Nicht-mehr-Sagbaren pulverisiert. Weil Menschen Angst vor einer Verrohung und dem Wegbrechen zivilisierender Filter bekommen. In den 1990er-Jahren haben wir vor allem auf utopische Weise über das Netz nachgedacht. Angeregt durch die Computerhippies, die, in Kalifornien sitzend, ihre Ideale von Nächstenliebe, Verbundenheit, Freundschaft und Basisdemokratie unter den digitalen Bedingungen in die neue Zeit transportieren wollten. Jetzt ist es gewissermaßen auch in unseren Diskursen über das

Netz zu einem Austausch der Zeichen gekommen. Es regiert nicht mehr die Utopie, sondern die Dystopie des Diskurses in unserem Nachdenken. Und hier muss man aufpassen, dass man nicht von einem Extrem ins nächste kommt, den gerechten Blick bewahrt und gleichzeitig doch auch die Verstörungsursachen benennt.

Würden Sie sagen, dass Wut, Hass etc. im digitalen Raum ein Ausdruck der Verstörtheit sind? Oder gab es die Verstörtheit vielleicht schon immer, nur eben nicht so sichtbar auf großer öffentlicher Bühne?

Das ist im Letzten unentscheidbar. Ich persönlich glaube, dass die Tatsache der Publizität einen eigenen Faktor der Verschärfung darstellt. Das Medium des Netzes radikalisiert die Botschaft. Warum? Weil sich – und eigentlich ist das eine grandios gute Nachricht – auf einmal alle artikulieren können, weil sich alle verbünden und vernetzen können, weil sich neue Gemeinschaften bilden können und damit eben auch – und hier wären wir bei den schlechten Nachrichten – Selbstbestätigungsmilieus und Echokammern, in denen man sich in eine Art Mehrheitsillusion hineinhypnotisiert. Natürlich können sich nicht nur die Menschen guten Willens verbünden, sondern auch die Giftzwerge des Universums, die sich fragen, warum ihre Weltsicht unter den gegenwärtigen Bedingungen nicht repräsentiert wird. „Warum werden wir nicht gesehen? Warum reagieren die sogenannten Mainstream-Medien nicht auf unsere Ideen und Überlegungen?“ – Die gefühlte Repräsentationskrise wird unter solchen Medienbedingungen zu einer kommunikativen Normalität.

Meinen Sie diese Entwicklung, wenn Sie davon sprechen, dass sich unsere Gesellschaft von einer Medien- zu einer Empörungsdemokratie wandelt?

Nein, mir geht es um Folgendes: Die klassische, vordigitale Mediendemokratie war geprägt durch publizistische und institutionell fassbare Machtzentren und damit durch eine lokalisierbare Verantwortung. Man wusste, an wen man sich wenden konnte, wenn man sich beschweren wollte. Es gab mächtige Gatekeeper in Gestalt von Journalistinnen und Journalisten am Tor zur öffentlichen Welt, die darüber entschieden, was als relevant und interessant erscheinen sollte. Das Publikum war in dieser Situation in der Regel zur Reaktion verdammt und kam ganz am Ende des Kommunikationsprozesses vor. Es konnte sich über

einen Artikel aufregen oder auch nicht, es konnte zum Telefonhörer greifen oder nicht, es konnte einen Leserbrief schreiben und auf die Gnade des unredigierten Abdrucks hoffen oder auch nicht. Heute jedoch ist jeder zum Sender geworden und kann versuchen, seine Themen zu setzen. Jeder hat eine Stimme. Gleichzeitig bestehen klassische journalistische Machtzentren weiter fort, es gibt neue Monopole in Gestalt der Plattformen. Deswegen sage ich: Wir sind im Übergang von der Mediendemokratie hin zur Empörungsdemokratie des digitalen Zeitalters, in der sich jeder zuschalten kann und barrierefrei seine Themen, Ideen und Empörungsangebote in die digitalen Erregungskreisläufe einzuschleusen vermag. Meine These lautet: Wir sind dieser Öffnung des kommunikativen Raumes und diesem Zugewinn an Freiheit ethisch-moralisch noch nicht gewachsen. Der Zugewinn an Freiheit müsste mit einem Mehr an publizistischer Verantwortung einhergehen.

Im Titelthema dieser Ausgabe widmen wir uns der Aufmerksamkeit. Was Sie sagen, passt gut dazu. Ein jeder möchte letztlich gesehen und wahrgenommen werden. Und wie erreiche ich dies im großen Meer der sozialen Netzwerke? Ich schreie laut und überschreite bewusst Grenzen. Das scheint systemimmanent ein bisschen tricky zu sein.

Das sehe ich ganz genauso. Es gibt eine Art Minimaxprinzip der Aufmerksamkeitsökonomie in sozialen Netzwerken: minimaler Aufwand, maximale Wirkung. Je lauter man schreit, desto eher wird man gehört, erzeugt Anschlusskommunikation. Wobei das Schreien eben zunächst eine vergleichsweise unaufwendige kommunikative Investition ist. Es ist viel schwieriger, genau, profunde und nuanciert zu sein, zu recherchieren und Quellen zu prüfen.

In Ihrem Buch fordern Sie eine Medienmündigkeit. Worin unterscheidet sich diese von dem altbekannten Begriff der Medienkompetenz?

Mir scheint, dass der Begriff „Medienkompetenz“ zu einer Art Plastikwort geworden ist, das zu nichts verpflichtet.

Es ist eine Hohlformel, die eine Bildungsanstrengung oder eine -orientierung lediglich behauptet, aber letztlich weicht man der Wertedebatte aus, die dringend notwendig wäre. Von dieser Floskelsprache der Medien-

kompetenzdebatten will ich weg, und ich glaube, wir müssen von ihr wegkommen. Es ist eine bloß modische Rhetorik, die verbirgt, dass man – aus meiner Sicht – eines nicht wirklich will, nämlich im Angesicht der laufenden Medienrevolution einigermaßen ernsthaft um Werte streiten, um die Maximen und Maßstäbe des Zusammenlebens in der Öffentlichkeit. Dabei ist unsere Öffentlichkeit, verstanden als der geistige Lebensraum einer liberalen Demokratie, durch Zusammenspiel von moderner Medientechnologie, von digitaler Ökonomie und von menschlicher Psychologie bedroht wie selten zuvor. Deshalb geht es mir um Medienmündigkeit im Verbund mit möglichst konkreten Vorschlägen und einer publizistischen Werteorientierung.

Wie würden Sie einen mündigen Bürger beschreiben?

Die konkrete Utopie der Medienmündigkeit, die ich in meinem Buch skizziere, nenne ich die redaktionelle Gesellschaft. Darunter verstehe ich eine Gesellschaft, in der die Grundprinzipien des guten, des ideal gedachten Journalismus – wissend, dass es sehr viel schlechten Journalismus gibt – zu einem Element der Allgemeinbildung geworden sind. Also: Prüfe erst, publiziere später! Analysiere deine Quellen! Sei skeptisch! Recherchiere Kontexte! Bedenke Zusammenhänge! Arbeite nicht zu schnell! Mache eigene Fehler und Recherchehindernisse transparent! In den idealen Maximen eines guten Journalismus liegt im Grunde eine allgemeine Kommunikationsethik. In diesem Sinne möchte ich auf Ihre Frage antworten: Der medienmündige Bürger wäre der Bürger, der die Ideale des guten Journalismus als Maxime des eigenen Handelns und Publizierens verinnerlicht hat und sich an ihnen orientiert.

Was machen Sie nun aber, wenn jemand sagt: „Ich weiß durchaus um die Regeln eines guten Journalismus, die sind mir aber egal, weil ich auf dem anderen Weg die Aufmerksamkeit bekomme, die ich möchte“?

Das ist ein schwieriges Problem. Natürlich muss man demjenigen klarmachen, dass er selbst unter den Folgen zu leiden haben wird. Er kann vielleicht weiter wüten, aber in einer von Wutbeben gezeichneten Welt kann man kein angenehmes Leben führen, kann es keinen von Wertschätzung und einem Minimum an Respekt getragenen Austausch geben. Der erste didaktische Kniff wäre, darauf hin-

zuweisen, dass der Ruin des Kommunikationsklimas alle in Mitleidenschaft zieht – auch denjenigen, der meint, er könnte gewissermaßen gewinnen, wenn er möglichst viel Hass versprüht. Aber es wird natürlich, und das muss man sich vermutlich eingestehen, immer Menschen geben, die sich einem solchen Bildungsgedanken verweigern. Da greift dann, wenn sie andere über alle Maßen attackieren, im Zweifel das Recht als letztes Steuerungselement, aber ich glaube, wir sollten die Debatte nicht vorschnell auf das Juristische verengen, denn grob geschätzt sind 98 % der Kommunikation, über die wir reden und um die wir uns Sorgen machen, nicht justiziabel, sondern es geht um ethisch-moralische Standards. Kurzum: Wir müssen eine Medienmündigkeit an den Schulen einüben: Wie funktioniert ein Diskurs? Wie lässt sich die Kunst der öffentlichen Rede trainieren? Was ist überhaupt ein Argument? Wie gehen diejenigen, die einfach nur Propaganda und Desinformation verbreiten wollen, vor? All das muss man wissen! Und ich denke, da sind wir nach wie vor – zumal in einer föderalistisch zersplitterten Bildungslandschaft – völlig am Anfang. Auch wenn man aktuelle Untersuchungen betrachtet und erkennen muss, wie wenig Schüler, aber auch Lehramtsstudenten über die Medienwelt wissen. Das ist erschütternd. Sie wissen mehrheitlich nicht, wie Nachrichten zustande kommen, informieren sich wesentlich über soziale Netzwerke und beachten viel zu selten, aus welcher Quelle eine Information überhaupt stammt.

Das bedeutet, auf dem Weg zu Ihrer Utopie einer redaktionellen Gesellschaft bzw. zum mündigen Bürger ist die erste Institution, die Sie in die Verantwortung nehmen würden, die Schule?

Unbedingt! Wir brauchen ein eigenes Schulfach an der Schnittstelle von Informatik, Sozialpsychologie, Medienwissenschaft und philosophischer Ethik, das sich um Fragen der Medien- und Machtanalyse kümmert: Wie funktioniert Desinformation? Wie Propaganda? Wie ist unser Mediensystem aufgebaut? Mir erscheint die Schule als ein Labor der redaktionellen Gesellschaft. Sie ist ein guter Ort für eine solche Bildungsanstrengung, weil sie einerseits eine Nähe zu gesellschaftlicher Wirklichkeit besitzt, andererseits aber auch die Distanznahme, den Rückzug, das Nachdenken, die entschleunigte Betrachtung erlaubt.

Wer spielt als Verantwortungsträger in Ihrer Utopie noch eine Rolle?

Ganz gewiss der klassische, etablierte Journalismus, der noch dialogfähiger werden muss. Da gibt es inzwischen schon viele wunderbare Ansätze, wie etwa Blogs über die Redaktionsarbeit, Initiativen des direkten Gesprächs und der Auseinandersetzung mit Lesern, Zuschauern und Zuhörern, Versuche der unmittelbaren Beteiligung und dem Aufruf, Themen, Ideen, Rechercheergebnisse zu liefern. Die Grundidee dabei ist, dass sich der Journalismus öffnet und über die Spielregeln der eigenen Branche informiert. Diese Mischung aus Dialog und Transparenz könnte aus meiner Sicht auch dem Journalismus selbst nutzen, weil so das Medienmisstrauen, das ja im Moment grassiert, womöglich an Macht verliert. Das hier aufscheinende Ideal ist ein permanentes öffentliches Gespräch über publizistische Standards. Diese kann man nicht verordnen. Man kann sie nicht im Sinne der Bevormundung und Belehrung einem anderen aufzwingen. Aber man kann durch die Debatte und den Diskurs gewissermaßen ein redaktionelles Bewusstsein wecken, um das es mir geht. Davon bin ich überzeugt.

Was ist mit den Plattformbetreibern?

Ich schlage einen Plattformrat vor, der sich aus den Plattformunternehmern selbst, unabhängigen Wissenschaftlern, Juristen, Vertretern der unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen, Journalisten und Verlegern zusammensetzt und der gewissermaßen die Plattformen, die sich im Moment noch ihrer publizistischen Verantwortung und ihrer Verantwortung für die öffentliche Welt in massiver Weise entziehen, in die Pflicht nimmt. Die Grundidee hier ist, dass ein solcher Plattformrat die Plattform für die Nutzer als ein Medium begreifbar macht – mit einem eigenen redaktionellen Programm, mit eigenen Präferenzen, als ein Medium, das eine eigene publizistische Verantwortung hat.

Diese Idee scheint doch noch relativ weit entfernt zu sein. Viele Nutzer scheinen nicht wirklich zu realisieren, in welchem öffentlichem Raum sie ihre Bilder posten und dass die Plattformen eben auch Unternehmen mit eigenen Interessen sind.

Stimmt. Menschen denken – und das wissen wir auch aus den entsprechenden Befragungen: „Es ist ja seltsam, junge Mütter fluten die sozialen Netzwerke mit Säuglingsbildern.“ Sie sehen gar nicht, dass dahinter Algorithmen stehen, die Informationsströme auf höchst intransparente Art und Weise regulieren. Menschen achten gar nicht auf die Herkunft von Informationen. 50 % der Leute schauen gar nicht auf die Quelle – und wir wissen, dass die Information, aus welcher Quelle eine Nachricht stammt, zunehmend verblasst. Das ist natürlich eine gewaltige Chance für Propaganda und Desinformation oder Nonsense und Quatsch. Hier gilt es wirklich, eine Art redaktionelles Bewusstsein zu wecken auf dem Weg zu mehr Medienmündigkeit.

Wie sieht Ihre Prognose aus, wie wird es weitergehen und wo werden wir in zehn oder 20 Jahren stehen?

Ein weiser Mann, dessen Name mir leider entfallen ist, hat einmal gesagt: Wissenschaft arbeitet mit dem Rücken zur Zukunft. Wir sortieren also Entwicklungen, die vergangen sind. Wir beschäftigen uns mit dem, was war oder spießen Schmetterlinge auf, die längst tot sind. Und doch will ich natürlich antworten: Wo sind wir in 20 Jahren? Ich bin letztlich Optimist und halte den Menschen für ein ungeheuer anpassungsfähiges, irrwitzig lernfähiges Wesen. Das bedeutet, wir werden neue Formen der Informationsfilterung und der Medienmündigkeit entwickeln.

Das Interview führte Barbara Weinert.