



# Medien in Krisenzeiten

**tvdiskurs.de**



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

# Kampf gegen Windmühlen?

## Die KJM geht gegen Pornoanbieter im EU-Ausland vor

Sollen in Deutschland *Pokémon* oder *Mein kleines Pony* auf DVD verbreitet werden, muss vorher eine Freigabe nach dem Jugendschutz erfolgen, damit die Trägermedien an Minderjährige abgegeben werden dürfen. Im Fernsehen gelten bei Jugendbeeinträchtigung Sendezeitbeschränkungen, Pornografie ist völlig verboten. Im Internet reicht dagegen die technische Kennzeichnung für ein anerkanntes Jugendschutzprogramm aus, um auch 18er-Inhalte tagsüber anzubieten. Auch Pornografie ist erlaubt, allerdings nur in geschlossenen Benutzergruppen: Es muss sichergestellt sein, dass nur Erwachsene Zugang erhalten. So viel zur Theorie.

Faktisch ist im Internet allerdings so gut wie alles ohne Barrieren anzusehen. Während Anbieter mit Sitz in Deutschland pornografische Inhalte nur nach verläSSLicher Kontrolle des tatsächlichen Alters zugänglich machen, bieten Portale aus dem europäischen Ausland Vergleichbares offen an. Dass damit der strenge Jugendschutz in Deutschland recht wirkungslos wird, liegt auf der Hand. Trotzdem hat die Medienaufsicht bisher von Verfahren gegen ausländische Anbieter abgesehen – vermutlich aus Angst, zu scheitern und damit die Sinnlosigkeit des Systems zu offenbaren. Mit dieser Zurückhaltung ist nun Schluss.

Dr. Tobias Schmid, Direktor der Landesanstalt für Medien NRW, sprach Klartext: „Der Jugendschutz macht keinen Sinn, wenn jedes Kind vom *KiKANiNCHEN* zu PornHub wechseln kann“, wird Schmid im „Focus“ zitiert. Wenn man im Fernsehen jeden Trailer kontrolliere, während Kinder im Netz ungefiltert mit „abnormalen Sexualpraktiken“ konfrontiert würden, könne man es „auch sein lassen.“ Er hat mehrere Verfahren gegen führende Pornoanbieter mit Sitz in Zypern gestartet. Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) schloss sich an und forderte die Anbieter auf, ihre Inhalte – zumindest für Deutschland – nach den für geschlossene Benutzergruppen geltenden Kriterien für Minderjährige unzugänglich zu machen. Sollten die Verfahren erfolglos bleiben, kündigte die KJM an, sich notfalls für Internet-sperren einzusetzen.

Ob der regulatorische Vorstoß auf die Verfügbarkeit von Pornografie im Netz allerdings einen großen Effekt haben wird, ist ungewiss. Anbieter wie YouPorn oder PornHub könnten ihre Domains abändern, ihre Inhalte unter anderem Namen verbei-

ten oder auf deutsche Übersetzungen und .de-Adressen verzichten, um nicht mehr auf den deutschen Markt „ausgerichtet“ zu sein. Pornografie wird außerdem massenhaft produziert, so dass identische Angebote nachfolgen könnten. Da Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip nur im Einzelfall durchgesetzt werden können, müssten gegen jeden Anbieter erneut langwierige Verfahren durchgeföhrt werden. Der Erfolg der deutschen Jugendschutzmaßnahmen hängt insgesamt auch davon ab, ob Nutzerinnen und Nutzer für pornografisches persönliche Daten preisgeben oder die Sperren umgehen werden, um ihre Anonymität zu wahren.

Ist das Ganze also ein Kampf gegen Windmühlen? Natürlich ist es richtig, in Bezug auf die Konfrontation von Minderjährigen mit Pornografie das geltende Recht durchzusetzen. Schmid hat auch recht, wenn er den Sinn der gegenwärtigen Schiefelage zwischen dem Fernsehen und dem Internet mit Blick auf die Pornografie infrage stellt. Wenn die angestrebten Verfahren in absehbarer Zeit aber nicht zum gewünschten Ergebnis führen, muss die Situation neu bewertet werden. Man muss es nicht gleich ganz „sein lassen“. Sollte sich aber herausstellen, dass man gegen Unabänderliches anläuft, muss man über Konsequenzen nachdenken, die auch umsetzbar sind. Wenn wir einen Verlust des in der AVMD-Richtlinie angepeilten Schutzniveaus vermeiden wollen, sind wohl verbindlichere internationale Lösungen der einzig realistische Weg.

Ihre Claudia Mikat



# Inhalt

## EDITORIAL

### INTERNATIONAL

#### Transnationale Vernetzungen in der Fernsehserienproduktion

4  
Branchendiskussionen beim  
„Berlinale Series Market“ 2020  
Florian Krauß

#### Revival des Autokinos

### PÄDAGOGIK

#### Heranwachsende im Ausnahmezustand

10  
Homeschooling, verändertes Zusammenleben  
und Medienumgang in Coronazeiten  
Daniel Hajok

#### „Das geht auch wieder vorbei.“

14  
Wenn Kinder trauern, fehlen Erwachsenen oft  
die richtigen Worte  
Tilmann P. Gangloff im Gespräch mit Ralph Caspers

#### Oma sitzt nicht auf der Wolke

17  
Was Eltern beachten müssen, wenn sie mit Kindern  
über einen Trauerfall sprechen  
Tilmann P. Gangloff

## TITEL

**Medien in Krisenzeiten** 19

**Krisenbewältigung und Krisenkommunikation** 20

Alexander Grau

**„Die Wahrheit beginnt zu zweit.“** 26

Vera Linß im Gespräch mit Bernhard Pörksen

**Corona und das Dilemma ethischer Prinzipien** 31

Joachim von Gottberg

**Haartrockner gegen Corona?** 37

Soziale Medien und die Infodemie  
Ulrike Klinger

**„Im Feindbild vereint“** 40

Christina Heinen im Gespräch mit Pia Lamberty

**Das Virus als Video-Menetekel** 44

Der Corona-Call nach Coopetition in der TV-Branche  
Frank Lobigs

**Schweden: Witz in der Coronakrise** 49

Jörg Räwel

**Als Laie im Kampf gegen das Coronavirus** 52

Sebastian Pertsch

Desaster und Chance:

**Wenn Medien die Corona-Krise kriegen** 54

Kolumne von Michael Ebmeyer

<b>PANORAMA</b>	<b>56</b>	<b>LITERATUR*</b>	<b>76</b>
<b>WISSENSCHAFT</b>		<b>RECHT</b>	
<b>Das Porträt: Marc Ziegele</b>	<b>58</b>	Urteile/Beschlüsse	<b>86</b>
Alexander Grau		Aufsätze/Berichte	<b>89</b>
		Recht im Bereich der Medienbildung	
<b>Emojis sind überall</b>	<b>62</b>	<b>SERVICE</b>	
Schreiben in digitalen Zeiten		<b>Kurz notiert</b>	<b>90</b>
Christa Dürscheid		<b>Impressum</b>	
<b>MEDIENLEXIKON</b>		<b>Das letzte Wort</b>	
<b>Mediale Lebenshilfe</b>	<b>66</b>		
Gerd Hallenberger			
<b>DISKURS</b>			
<b>Der große Bruch</b>	<b>68</b>	<b>WEBKLUSIV AUF TVDISKURS.DE</b>	
Tilmann P. Gangloff im Gespräch mit		<b>Männer erklären uns die Welt</b>	
Andreas Barthelmess		Expertinnen sind im Fernsehen immer noch die Ausnahme	
		Barbara Weinert im Gespräch mit Elizabeth Prommer	
<b>Safety-by-Default</b>	<b>72</b>	<b>Bildnisse eines Bösewichts</b>	
Länder setzen auf technischen Jugendschutz		Die Darstellung des „Joker“ im Hollywoodkino	
Claudia Mikat im Gespräch mit Andreas Marx		Werner C. Barg	
		<b>Al Pacino – Star wider Willen</b>	
		Die Entstehung einer Doku über einen Star	
		Lukas Hoffmann	
		<b>Das Ende der Schockstarre</b>	
		Wie die Coronakrise das Fernsehen verändern wird	
		Tilmann P. Gangloff	
		<b>Zurück in die Vergangenheit</b>	
		Der Brexit erreicht das Kino	
		Werner C. Barg	

\*

Das detaillierte Inhaltsverzeichnis für Literatur befindet sich auf der genannten Seite.

Alle Beiträge sind auch abrufbar unter: <https://tvdiskurs.de>.  
Die Webversionen enthalten weiterführende Links und z. T. eingebettetes Bewegtbildmaterial.

Florian Krauß

Die Fernseh- und Filmbranche sind eng miteinander verwoben; bei sogenannten High-End- oder Qualitätsserien werden die Grenzen nochmals fließender. Die Berlinale hatte sich bereits 2015 mit einer dezidierten Sektion für Serien geöffnet. In diesem Rahmen fand auch im Jahr 2020 wieder der „Berlinale Series Market“ statt, eine dem Fachpublikum vorbehaltene Konferenz mit Vorträgen, Diskussionsrunden und Pitch-Veranstaltungen. Mehr noch als um Verbindungen zwischen Film- und Fernsehwirtschaft ging es hier um transnationale Vernetzungen. Dieser Bericht fasst zusammen, wie die Vortragenden und Diskutierenden solche Vernetzungen auf verschiedenen Ebenen verhandelten: hinsichtlich der Produktion, der Distribution und der projektspezifischen Drehbuchentwicklung. Über die Berlinale hinaus werden so aktuelle Transnationalisierungstendenzen und -diskurse in der Fernsehserienindustrie beleuchtet.<sup>1</sup>

# Transnationale Vernetzungen in der Fernsehserien- produktion

Branchendiskussionen beim „Berlinale Series Market“ 2020

## Koproduktionen und -finanzierungen

Auf Produktionsseite hat sich die Möglichkeit an Partnerschaften diversifiziert, sind doch mit transnational operierenden Streaming- und Mobilfunkanbietern neue Auftraggeber hinzugekommen. Rémi Tereszkiewicz, Chef der französischen Plattform-Community BetaSeries, stellte im Eröffnungspanel „The Streaming Revolution“ einen Boom von Koproduktionen mit unterschiedlichen Akteuren und Modellen fest. Philipp Kreuzer, Film- und Fernsehproduzent und Mitglied im Vorstand der Produzentenallianz, diagnostizierte im deutschsprachigen Kontext auch grundlegende Veränderungen bei den Öffentlich-Rechtlichen. Jene vernetzen sich zumindest in Einzelfällen mit ausländischen bzw. transnationalen Partnern – so z. B. der ORF mit Netflix bei dem Mysterykrimi *Freud* (2020), der auf der Berlinale seine Premiere feierte.

Die transnationalen Zusammenkünfte sind nicht zuletzt ökonomisch motiviert, wie Oliver Berben, Vorstand der längst auch in der Fernsehfiction verankerten Constantin Film AG, thematisierte: Trotz des begrenzten deutschsprachigen Marktes gelte es, größere Budgets zu stemmen. Das u. a. von ihm und der Drehbuchautorin Annette Hess vorgestellte deutsch-tschechisch-italienische Projekt *Wir Kinder vom Bahnhof Zoo* (2021) mit Amazon Prime Video als zentralem Financier repräsentiert das pragmatische Kofinanzierungsarrangement, das Julia Hammett-Jamart, Petar Mitric und Eva Novrup Redvall (2018, S. 6) als eine Variante der europäischen Koproduktion anführen: Die künstlerisch-inhaltliche Verantwortung bleibt primär in einem Land – mit der Intention, einen inkonsistenten „Europudding“ zu vermeiden, wie er mit paneuropäischen Fernsehserien oft assoziiert worden ist.

In anderen Fernsehnationen hat eine Kofinanzierung durch ausländische Partner eine längere Tradition, wie der Blick auf Skandinavien zeigt: Lars Blomgren, führender Produzent der als Best Practice geltenden Koproduktion *Die Brücke* (*Bron/Broen*, 2011–2018) und mittlerweile Fiction-Vorstand beim

transnationalen Produktionsunternehmen Endemol Shine, wies darauf hin, dass die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF bei zahlreichen skandinavischen Serien 10 bis 20 % des Budgets beigesteuert hätten. Der Zusatz sei entscheidend gewesen, habe er die Serien doch international anschlussfähig gemacht.

## Relevanz des Lokalen

Das Lokale bleibt bei den Vernetzungen zwischen verschiedenen Ländern und mit transnationalen Partnern aber trotzdem von Bedeutung – oder kann gar an Stellenwert gewinnen. Darauf wiesen verschiedene Branchenvertreterinnen und -vertreter hin – so etwa Marcus Ammon, Vizepräsident für Serieneigenproduktionen bei Sky Deutschland, der einen Trailer zur zweiten Staffel von *Das Boot* (seit 2018) präsentierte. Bei der ersten Staffel war noch das US-amerikanische Film- und Fernsehunternehmen Sonar Entertainment beteiligt, und große Teile wurden auf Englisch gedreht. Inzwischen sind nur noch Bavaria und Sky Deutschland dabei, was für eine Re-lokalisierung spricht.

Lokale Akteure sind Rémi Tereszkiewicz zufolge bei Koproduktionen auch deshalb von Belang, weil sie bestimmte Territorien und lokale Talente am besten kennen. Auf die Bedeutung lokalen Contents wies Tereszkiewicz mit Blick auf Netflix hin: 55 % der Netflix-Eigenproduktionen seien „lokal“, was wohl heißt: nicht englischsprachig. Freilich bedienen längst auch nicht englischsprachige Serien Märkte jenseits ihres Ursprungslandes. Unter den europäischen Produktionen sind hier speziell spanische zu nennen (vgl. Meir 2019, S. 213), auf die Netflix mit seinem Produktionszentrum in Madrid einen besonderen Schwerpunkt legt.

## Netflix und Tendenzen zum Studiosystem

Netflix, jener Auftraggeber mit geschickter PR-Strategie, erfuhr wie in der medialen Öffentlichkeit auch beim „Berlinale Series Market“ besonders viel Beachtung.

Mehrfach wurden dem Unternehmen Tendenzen zum Studiosystem zugeschrieben, bei dem Herstellung und Distribution unter einem Dach bleiben. So interveniert Netflix auch in bestehende, stark national geprägte Marktstrukturen und schwächt potenziell die Position der mehr oder minder unabhängigen Produktionsfirmen.

Beim paneuropäischen Pay-TV-Konzern Sky sind mit der Gründung von Sky Studios im vergangenen Jahr ebenfalls Tendenzen zum Studiomodell feststellbar. Die von Marcus Ammon als grundlegende Neuerung akzentuierte Tochter zielt auf europäische Vernetzungen im High-End-Segment ab und ermöglicht es, dass Produktionen vermehrt in einem Haus bleiben. Die entsprechende exklusive Inhouse-Produktion bildet neben diversifizierten, transnationalen Partnerschaften einen weiteren Trend in der aktuellen Serienindustrie. Beide, scheinbar gegenläufigen, Tendenzen sind auch bei der Distribution festzustellen.

## Netflix als transnationaler Distributionspartner?

In Diskussionen zur Distribution stellte Netflix ebenso mehrfach den zentralen Bezugspunkt dar. Hinsichtlich der Transnationalität unterscheidet sich der Anbieter von anderen darin, dass er Eigenproduktionen in der Regel ad hoc in verschiedenen Ländern und exklusiv veröffentlicht. Im Panel „Terms of Trade“, das sich mit den Investitionen globaler Streamer in lokale „Originals“ befasste, wurde die Kritik laut, dass das Unternehmen lokale Preise für letztlich transnationale Produktionen bezahle.

Distributionspartnerschaften mit Netflix waren bei vielen Branchenvertreterinnen und -vertretern auch umstritten, weil sie die „Kannibalisierung“ eigener Plattformen und Inhalte befürchteten. Dem semiöffentlichen Rahmen des „Berlinale Series Market“ war es wohl geschuldet, dass insgesamt aber eher diplomatische Äußerungen überwogen.

Arnim Butzen, Vizepräsident für den Bereich „TV & Entertainment“ bei der Telekom, argumentierte exemplarisch, dass Netflix kein Konkurrent, sondern

ein Partner sei. Der Video-on-Demand-Dienst MagentaTV der Telekom unterstützt Netflix im eigenen Onlineumfeld; ähnlich wie der spanische Movistar+, dessen Vorsitzender Sergio Oslé klarstellte, dass Netflix längst ein Major sei.

Laut Jeffrey Hirsch, Vorstand des Pay-TV-/Streamingdienstes Starz, positionieren sich einige Anbieter als „On-top“-Angebot zu Netflix und Amazon Prime Video. Bei BritBox, dem von BBC und ITV verantworteten und bislang in den USA, Kanada und Großbritannien verfügbaren Video-on-Demand-Service, über den die Geschäftsführerin Soumya Sriraman berichtete, lässt sich ein spezifischerer Zugang als bei Netflix und eine stärkere Lokalität erkennen: Hier stehen allein britische Produktionen im Fokus.

### Lokalität und Distribution

Allgemein kristallisierte sich auch in den Aushandlungen zur Distribution immer wieder die Relevanz des Lokalen und Nationalen heraus. In der transnational vernetzten Fernseh- und Streaminglandschaft erfüllen sogenannte lokale Serien die Funktion, in bestimmten Märkten (zumindest für eine gewisse Zeit) exklusiver Content zu sein und Aufmerksamkeit zu generieren. Aus diesem Grund setzte MagentaTV von Zeit zu Zeit auf deutsche Eigenproduktionen; auch wenn es schwierig sei, mit dem hohen Output von Netflix mithalten zu können, wie Arnim Butzen einräumte.

Die Relevanz des Lokalen offenbart sich auch in der Fernsicht: So ist in einigen europäischen Ländern die lineare Rezeption noch weitaus verbreiteter als in anderen, wie Rémi Tereszkievicz in seinem Eröffnungsvortrag anhand aktueller Zahlen belegte. Tim Gerhartz, mitverantwortlich für „Global Sales“ bei der ProSiebenSat.1-Media-Tochter Red Arrow Studios International, stellte es allerdings infrage, wie sinnvoll die gängige Abgrenzung linear versus nonlinear sei: Es gehe eher um eine produktive Mischung als um ein Entweder-oder.

Viele Praktiken und Strukturen in der Fernsehindustrie seien noch von der Linearität und der nationalen Lokalität des Fernsehens geprägt, betonte der Medienanwalt Christoph Fey in seinem Impulsvortrag. Die mit den entsprechenden Distributionen verknüpften Vergütungsregeln würden bei den Streaminganbietern aber nicht mehr greifen. Auch die Fokussierung auf ein nationales Fernsehpublikum scheint hier obsolet – zumindest auf den ersten Blick. Marcus Ammon vom transnational und digital operierenden Sky stellte allerdings fest, bei deutschsprachigen Eigenproduktionen vordergründig noch immer den deutschsprachigen Markt im Blick zu haben.

Und selbst beim globalen Netflix deutet sich eine Art Relokalisierung an: Seit Februar veröffentlicht der Anbieter im Startmenü die Top Ten der im jeweiligen Abrufland beliebtesten Produktionen. Rachel Eggebeen, Leiterin der „International Originals“ bei Netflix, schrieb dieser Auflistung eine Relevanz für lokal Produzierende zu, da deren Serien und Filme hier doch häufig enthalten seien. Diese Popularitätsindizes übernehmen auf der ansonsten wenig transparenten Plattform so betrachtet eine gewisse Managementfunktion.

Der Distributionsanteil europäischer Produktionen ist Gegenstand aktueller EU-politischer Verhandlungen. Christoph Fey problematisierte, dass das diskutierte Instrument der Programmquote noch aus „linearen Zeiten“ stamme. Streamingportale könnten darauf reagieren, indem sie eingekaufte lokale Ware im großen Angebot versteckten. Daher seien Regeln zur Beauftragung von unabhängigen Produktionsfirmen mit lokalem Content sinnvoller. Bis September 2020 haben die EU-Mitgliedsstaaten noch Zeit, die in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) (Europäische Kommission 2020) vorgesehenen Regularien in nationales Recht umzusetzen. Laut der Europäischen Kommission (2018) fallen unter die lokalen, europäischen Werke potenziell auch Koproduktionen, weshalb mit einem Anstieg entsprechender transnationaler Vernetzungen zu rechnen ist.

### Mehr- und Fremdsprachigkeit

Europas Mehrsprachigkeit stellt bei der Distribution von Koproduktionen eine Herausforderung dar. Jedoch argumentierten viele Expertinnen und Experten beim „Berlinale Series Market“, dass das Publikum gegenüber verschiedenen Sprachen und Untertiteln deutlich offener geworden sei. Es sei inzwischen eher möglich, Serien in weniger verbreiteten Sprachen oder speziellen Dialekten zu realisieren und über bestimmte Sprachterritorien hinaus zu vertreiben (vgl. auch Meir 2019, S. 213). Entsprechend würden hochbudgetierte Koproduktionen längst nicht mehr zwingend auf Englisch gedreht (vgl. Harris 2018, S. 323).

Dass Ressentiments gegenüber Mehr- und Fremdsprachigkeit nicht gänzlich verschwunden sind, zeigen Pläne beim chilenisch-deutschen Drama *Dignity* (2019), eine spanische und eventuell auch eine deutsche Synchronfassung herzustellen. Ein Panel befasste sich speziell mit dieser von Joyn PLUS+ und dem chilenischen Fernsehsender Mega beauftragten Produktion.

Mehrsprachigkeit und Koproduktion legitimieren sich in diesem Fall durch den Gegenstand, die von Auslandsdeutschen in Chile betriebene christlich-fundamentalistische Community Colonia Dignidad. Das Projekt diente auch als Beispiel für Transnationalisierungstendenzen bei der Drehbuchentwicklung, mit denen sich der diesjährige „Berlinale Series Market“ im Besonderen befasste.

Bei *Dignity* kamen die deutschen Partner erst später an Bord, was zeigt, dass sich die projektspezifischen Zusammenstellungen in der Drehbucherstellung auffächern und verändern. Andreas Gutzeit, Headautor und Produzent der deutschen STORY HOUSE Media Group, berichtete, dass die spanischen Dialoge zunächst von ihm und Swantje Oppermann auf Englisch verfasst und dann von den chilenischen Autorinnen und Autoren ins Spanische übersetzt wurden.



## Redaktionelle Betreuung von Netflix: Kontrolle und frühes Green Lighting

Die Veranstaltung „Producing with Netflix“ gewährte gewisse Einblicke in die redaktionelle Betreuung des Streaming-services. Dem semiöffentlichen Rahmen und der Mitwirkung einer Netflix-Vertreterin geschuldet, blieb es allerdings auch hier bei diplomatischen Äußerungen. So lobte Fatima Varhos, die Produzentin der schwedischen, von der ARD 2019 adaptierten Familienserie *Die Patchworkfamilie (Bonusfamiljen*, seit 2017) das gemeinhin als „Blackbox“ geltende Netflix für seine Transparenz: Die Netflix-Producer seien in jeden Schritt involviert und würden auch zu kleineren Entscheidungen kontinuierlich Feedback geben. Die große kreative Freiheit, die sich Produzierende noch vor Kurzem von den neuen Streamingplattformen erhofften, scheint so allerdings nicht gegeben; vielmehr deutet sich eine umfassende Kontrolle bereits in der Drehbuchentwicklung an.

Mehrfach erhielt Netflix Lob dafür, schon in einem sehr frühen Stadium grünes Licht für Projekte auf Grundlage von Exposés zu geben. Die für die lange Drehbuchentwicklung gemeinhin typische Unsicherheit, ob es zu einer Realisierung komme, bleibe so aus. Die Kehrseite der Medaille scheint aber der zeitliche Druck zu sein, der die Arbeit für Netflix charakterisiere. Im Panel „In the Trenches“ – ohne Netflix-Personal – erfuhr die entsprechende Streamingplattform wie auch Amazon Prime Video dafür Kritik, mehr auf die Anzahl von gut zu vermarktenden Titeln zu achten als auf deren Qualität.

### Clash der Produktionskulturen

Verknüpft mit der knappen Entwicklungszeit deutete sich ein Aufeinanderprallen unterschiedlicher US-amerikanischer, europäischer und lokaler Produktionskulturen an. Meta Sørensen, Produzentin der norwegisch/dänischen Netflix-Fantasyserie *Ragnarök* (seit 2020) nannte als Beispiel die traditionell langen Sommerferien in den skandinavischen Ländern und den verbreiteten

Anspruch, diese mit der Familie zu verbringen. Jantje Friese, Headautorin der ersten deutschen Netflix-Serie *Dark* (seit 2017) und grundsätzliche Befürworterin der zeitlichen Effektivität, erinnerte daran, etwaigen Nachwuchs von Produktionsbeteiligten mitzubedenken.

Ein potenzieller Clash der differenten Produktionskulturen liegt zudem in den unterschiedlichen Herangehensweisen an die Drehbucharbeit. Lars Blomgren von Endemol Shine stellte aber fest, dass allmählich unterschiedliche Entwicklungstraditionen in einzelnen Ländern vermehrt berücksichtigt würden.

Die transnationalen Vernetzungen sind, so gesehen, kein einseitiger Prozess im Sinne einer Amerikanisierung, durch den etwa der Showrunner in sämtlichen europäischen Fernsehproduktionen Einzug hält. Auch beim „Berlinale Series Market“ wurde die sowohl geschäftlich als auch kreativ verantwortliche Person (vgl. Krauß 2018) verhandelt und z. T. alternativen, „demokratischeren“ Produktions- und Entwicklungsweisen aus Europa gegenübergestellt. Das Lokale, so zeigt sich in diesem Diskurs erneut, spielt weiterhin eine zentrale Rolle – gerade im Angesicht der transnationalen Vernetzungen, die die aktuelle Serienproduktion prägen.

### Anmerkung:

1 Dieser Beitrag erschien bereits in der Rubrik „Webklusiv“ auf tvdiskurs.de.

### Literatur:

**Europäische Kommission [Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology]:** *Promotion and Distribution of European Works*. Brüssel 2018. Abrufbar unter: <https://ec.europa.eu> (letzter Zugriff: 23.03.2020)

**Europäische Kommission:** *Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)*. Brüssel 2020. Abrufbar unter: <https://ec.europa.eu> (letzter Zugriff: 23.03.2020)

**Hammett-Jamart, J./Mitric, P./Novrup Redvall, E.:** *Introduction: European Film and Television Co-production*. In: Dies. (Hrsg.): *European Film and Television Co-Production. Policy and Practice*. Cham 2018, S. 1–26

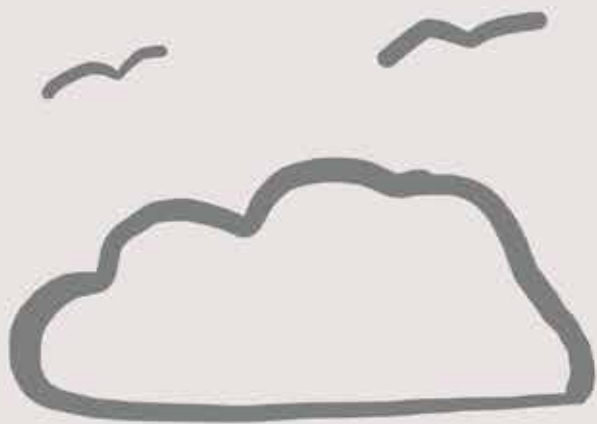
**Harris, B.:** *‘European Television Co-Productions’ – an interview with Klaus Zimmermann*. In: J. Hammett-Jamart/P. Mitric/E. Novrup Redvall (Hrsg.): *European Film and Television Co-production. Policy and Practice*. Cham 2018, S. 319–328

**Krauß, F.:** *Showrunner und Writers’ Room. Produktionspraktiken der deutschen Serienindustrie*. In: *montage AV*, 2/2018/27, S. 95–109

**Meir, C.:** *Mass Producing European Cinema. Studiocanal and Its Works*. New York u. a. 2019



Dr. Florian Krauß ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Medienwissenschaftlichen Seminar der Universität Siegen und untersucht in seinem DFG-Projekt die Diskussion zu Qualitätsserien in der deutschen Fernsehbranche. Außerdem ist er Prüfer bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Bedingt durch die deutschlandweiten Schließungen der stationären Kinos seit März 2020 berichten wir an dieser Stelle ausnahmsweise nicht über die Freigaben aktueller Spielfilme. Stattdessen werfen wir einen Blick auf eine fast schon ausgestorbene Sonderform des Kinos, die vor Corona eher als nostalgisches Vergnügen galt, unter den aktuellen Umständen aber eine Wiederbelebung erfährt: das Autokino.

Trotz strenger Hygienevorschriften – nur zwei Personen pro Wagen, geschlossene Scheiben, Ticketverkauf online, kein Service am Auto – kamen am 8. April 2020 zur Autokino-Premiere auf dem Düsseldorfer Messeparkplatz 1.000 Zuschauerinnen und Zuschauer in 500 Autos.

Durch die enorme Weiterentwicklung mobiler Veranstaltungstechnik können einige Autokinos schon vor Einbruch der Dunkelheit mit ihrem Programm beginnen. Die ersten Vorführungen im Berliner Autokino „Carrona“ finden sogar schon um 11.00 Uhr statt.

Autokinos sind bei Paaren wegen der romantischen Stimmung besonders beliebt. Allerdings sollte man darauf achten, wie nah man sich als Pärchen kommt, denn wenn sich andere von zu viel Intimität gestört fühlen, droht ein hohes Bußgeld. In Amerika muss man vielerorts für die letzte Reihe, die Love Lane, von vornherein einen Preisaufschlag zahlen.

Vor der Coronapandemie und der damit verbundenen Schließung von Kinos gab es rund 20 Autokinos in ganz Deutschland, einige davon spielten ihr Programm sogar nur saisonal. Inzwischen sind seit 2020 bereits über 60 weitere, teils temporäre, dazugekommen.

Deutschlands erstes Autokino eröffnete im März 1960 in Gravenbruch mit dem Film *Der König und ich* mit Yul Brynner. Damals versuchte man bewusst, der kleinen Mattscheibe des aufkommenden Mediums Fernsehen etwas Außergewöhnliches entgegenzusetzen, und so fanden vor der überdimensional 540 m<sup>2</sup> großen Leinwand über 1.100 Autos Platz. In der ehemaligen DDR gab es seit 1977 im brandenburgischen Zempow nur ein einziges Autokino.

Manche Autokinos beschränken sich nicht nur auf die Vorführung von Filmen, sondern veranstalten sogar Livekonzerte wie z. B. das von Heino in Bonn und „Revolverheld“ in Gießen. Aber auch Gottesdienste, Hochzeiten, Theateraufführungen und Poetry-Slams werden angeboten.

# Revival des Auto- kinos

In den Autokinos werden entweder große Erfolge aus der Zeit vor Corona gezeigt (z. B. *Parasite*, *Die Känguru-Chroniken*) oder Filme, die ein regionales Publikum ansprechen, wie beispielsweise die Dokumentation über die Band „Die Toten Hosen“ im Autokino Düsseldorf. Beliebte sind auch Klassiker wie *Grease* oder *Zurück in die Zukunft III*, in denen das Autokino selbst eine nicht unbedeutende Rolle spielt. Die in den modernen Autoscheiben integrierten UV-Filter verhindern allerdings die Vorführung von 3-D-Filmen.

Damit man auch in einem Kleinwagen, der z. B. hinter einem Geländewagen steht, noch eine gute Sicht auf die Leinwand hat, sind viele Autokinos mit Rampen oder welligem Bodenbelag ausgestattet. Die Wagen werden meist bogenförmig vor der Leinwand platziert. Früher empfing man den Ton über extern aufgestellte Boxen, deren Geräusche kilometerweit zu hören waren. Heute lässt sich der Ton auf einer bestimmten UKW-Frequenz über das eigene Autoradio empfangen.

Für 150 Autos benötigt der Veranstalter eines Autokinos ungefähr 7.000 m<sup>2</sup> freie Fläche. Idealerweise wählt er ein befestigtes Gelände, das über eine Straße erreichbar ist.

Es gibt mehrere Gründe für den Rückgang der Anzahl von Autokinos in Deutschland seit den 1980er-Jahren: Durch die Einführung der Sommerzeit im Jahr 1980 konnten Autokinos wegen der benötigten Dunkelheit ihr Programm erst später, teils erst ab 22.00 Uhr, beginnen und mussten durch weniger Vorstellungen deutliche Einnahmebußen hinnehmen. Außerdem bekamen die Autokinos ab Mitte der 1980er-Jahre starke Konkurrenz durch das Privatfernsehen und die Heimvideosysteme, die viele Zuschauer zu Hause bleiben ließen.

Nach einer neuen Coronaschutzverordnung müssen Cabriofahrer die Verdecke im Autokino geschlossen halten. Alternativ darf man aber sein Autofenster öffnen.

# Heran- wachsende im Ausnahme- zustand

Homeschooling, verändertes Zusammenleben  
und Medienumgang in Coronazeiten

Mit dem Lockdown hat sich in der Lebenswelt junger Menschen ein weiterer Digitalisierungsschub vollzogen, der auch einige nachhaltige Spuren hinterlassen dürfte. Eilig durchgeführte Studien belegen bereits, wie Schulschließungen und Kontaktbeschränkungen den Alltag junger Menschen beschwert und ein digitales Leben befördert haben, bei dem Homeschooling, mediatisierter Austausch und Streamingdienste die Erfahrungsräume der Stunde waren.

### **Homeschooling: digitales Lernen anders als gedacht?**

Während die Kitaschließungen Mitte März 2020 in vielen Familien Unzufriedenheit mit der neuen Betreuungssituation hinterließen, gestaltete sich mit den Schulschließungen vor allem die Organisation des neuen Lernens als Problem. Obwohl die Informationen der Schulen zur aktuellen Situation wie auch die Unterstützung ihrer Kinder durch die Lehrkräfte Ende April/Anfang Mai 2020 bei Eltern eher Unzufriedenheit hinterließen, waren die Erziehenden gegenüber dem von ihren Kindern im Homeschooling Erlernten zufriedener eingestellt (vgl. Andresen u. a. 2020a). Gerade die (professionelle) pädagogische Begleitung des Lernens an sich, also abseits der bloßen Übermittlung von Aufgaben, scheint vielerorts nicht rundgelaufen zu sein. Die Mehrheit der Lehrkräfte sah sich hierfür allein schon mit der digitalen Ausstattung an der Schule nicht gut vorbereitet (vgl. Vodafone Stiftung 2020).

Nimmt man andere Daten zur Hand, dann waren Ende April/Anfang Mai immerhin schon zwei von drei Kindern im Grundschulalter per E-Mail mit ihren Lehrerinnen und Lehrern in Verbindung – in den meisten Fällen allerdings nur sporadisch. Jedes zwölfte Kind in dem Alter hatte nach Angaben seiner Eltern bis dahin noch keinerlei Kontakt zu den Lehrkräften (vgl. Langmeyer u. a. 2020). Was die Situation an weiterführenden Schulen angeht, belegen die Angaben von Jugendlichen, dass sich das Homeschooling Anfang April vielerorts noch in der Bearbeitung übermittelter Schulaufgaben erschöpfte, wobei nicht die Lehrerinnen und Lehrer, sondern digitale Medien, Peers und Eltern die Lernbegleiter der Stunde waren. Über alle Altersgruppen hinweg berichtet gut die Hälfte der 12- bis 19-Jährigen, dass sie (oder ihre Eltern) zu diesem Zeitpunkt bereits „regelmäßig Aufgaben per Mail zu-

**»Gerade die (professionelle) pädagogische Begleitung des Lernens an sich scheint vielerorts nicht rundgelaufen zu sein.«**

geschickt“ bekamen. Nur jeder Vierte hatte bereits „Chats mit den Lehrkräften/mit der Klasse“ erlebt, gut jeder Fünfte „in der Klasse in einer Cloud“ gearbeitet, jeder Sechste „Video-Konferenzen mit den Lehrkräften/mit der Klasse“ gehabt und jeder Zehnte mit Lehrkräften telefoniert. Bezeichnend ist, dass fast jeder Dritte angibt: „Habe zu Beginn der Schulschließung Aufgaben von meinen Lehrern bekommen und habe seither kaum Kontakt mehr zu meinen Lehrern“ (vgl. MPFS 2020).

Mit den Antworten auf die ebenfalls gestellte Frage: „Wer hilft dir beim Lernen?“ wird deutlich, wie stark die 12- bis 19-Jährigen Anfang April noch auf sich und die eigenen Eltern gestellt waren. An erster Stelle stehen hier die Freundinnen und Freunde, die für die Hälfte der Schülerinnen und Schüler via Chat erreichbar waren. Es folgen der Reihe nach Tutorials im Internet, die Eltern, die insbesondere für die Jüngeren eine

wichtige Unterstützung waren, das selbstständige Ausprobieren und erst dann die Anleitungen aus der Schule, die nur für jeden Dritten relevant waren. Sowohl bei den Endgeräten als auch bei den medialen Angeboten haben die 12- bis 19-Jährigen vor allem auf „ihre“ Medien zurückgegriffen: Jeweils mehr als vier von fünf Schülerinnen und Schülern haben zum Lernen und für die Hausaufgaben Handys bzw. Smartphones sowie YouTube-Videos genutzt. Daneben waren für die meisten auch PCs/Laptops bzw. Wikipedia relevant. Das Gesamtfazit dazu, wie es mit der Schule zu Hause klappt, fiel zumindest Anfang April noch recht gut aus: Über alle Altersgruppen bewerteten es Mädchen wie Jungen mehrheitlich mit der Note 1 oder 2 und nur gut 5 % mit der Note 5 oder 6 (ebd.).

### **Unzufriedenheit und belastender familiärer Alltag?**

So recht und schlecht es mit dem Homeschooling unterm Strich gelaufen sein mag, was auffällig viele Heranwachsende störte, war die reduzierte öffentliche Sicht auf sie als Schülerinnen und Schüler, bei der die als besonders belastend empfundenen Beschränkungen des Alltags, ihre Unsicherheiten und Ängste kaum vorkamen. Gerade die drastisch eingeschränkten persönlichen Kontakte im Freundeskreis hinterließen eine hohe Unzufriedenheit. Ebenso die Art und Weise, wie die Jugendlichen nun ihre Zeit verbrachten. Die grundsätzliche Stimmung zu Hause war demgegenüber sehr viel seltener das Problem (vgl. Andresen u. a. 2020b). Bei den Kindern sah es ganz ähnlich aus. Verglichen mit der Zeit vor dem Lockdown, waren sie aus Sicht ihrer Eltern deutlich unzufriedener mit ihrem aktuellen Zeitvertreib, hatten insgesamt betrachtet aber überwiegend „eine gute Zeit“ in ihrem Zuhause (Andresen u. a. 2020a).

Konflikte und Chaos waren in den Familien, die vielerorts plötzlich mit finanziellen Sorgen oder der Vereinbarkeit von Homeoffice und Kinderbetreuung zu kämpfen hatten, zwar nicht an der Tagesordnung. Viele, insbesondere Mehrkindehaushalte, wurden dennoch auf eine harte Probe gestellt. In der bereits zitierten DJI-Studie (Langmeyer u. a. 2020) gab gut ein Fünftel der Elternschaft an, dass bei ihnen Konflikte oder Chaos „häufig“ bzw. „sehr häufig“ Teil des Coronaalltags waren. Die meisten waren auch der Meinung, dass ihr Kind aktuell „eher gut“ oder sogar „sehr gut“ mit der neuen Situation zurechtkommt, wobei hier auch die sozioökonomischen Verhältnisse eine Rolle spielen. So meinte beispielsweise jeder zweite Elternteil aus einem Haushalt, der mit dem Einkommen ohnehin nur (sehr) schwer klarkommt, das eigene Kind würde mit der aktuellen Situation „eher nicht gut“ oder „gar nicht gut“ zurechtkommen (vgl. ebd.).

### **Messengerdienste und Social Media als Ersatz für das Soziale?**

Die bereits herausgestellte große Unzufriedenheit Heranwachsender hinsichtlich der fehlenden persönlichen Kontakte insbesondere zu ihren Freundinnen und Freunden zeigt, dass der mediatisierte Austausch das Soziale zwar um eine weitere Ebene bereichern, aber eben nicht ersetzen kann. Für den Kontakt zu den Freundinnen und Freunden wurden während des Lockdowns die Messengerdienste, allen voran WhatsApp, unverzichtbar: Neun von zehn Jugendlichen hielten Anfang April 2020 auf diese Weise Kontakt mit ihren Freundinnen und Freunden – die Jüngeren wie die Älteren, die Mädchen nur geringfügig mehr als die Jungen. Andere Optionen (Telefon, Skype etc.) waren deutlich weniger relevant,

## **»Für den Kontakt zu den Freundinnen und Freunden wurden während des Lockdowns die Messengerdienste, allen voran WhatsApp, unverzichtbar.«**

Der Alltag der mit Abstand meisten Heranwachsenden bestand nun aus mehr gemeinsamer Zeit mit Eltern und Geschwistern. Knapp die Hälfte der 3- bis 15-Jährigen war allerdings auch mehr „alleine“ (zu Hause). Die meisten verwendeten die Zeit häufiger, um „drinnen [zu] spielen“, zwei von fünf Kindern – auf dem Land mehr als in der Stadt – spielten sogar häufiger draußen, was auch mit den zumeist vorhandenen (oder zeitweise nutzbaren) eigenen Außenflächen zu tun hatte. Die mit Abstand meisten 3- bis 15-Jährigen verbrachten weniger Zeit mit ihren Großeltern. Fast alle, jüngere wie ältere Kinder, haben sich seltener mit ihren Freundinnen und Freunden getroffen (vgl. Langmeyer u. a. 2020). Im Kreis der Jugendlichen sah es ganz ähnlich aus: Selbst die (möglichen) Treffen zu zweit, also mit einer Freundin oder einem Freund, fielen mehrheitlich seltener aus (vgl. MPFS 2020).

die meisten Mädchen hielten allerdings auch via Telefon Kontakt mit ihren Freundinnen und Freunden, die meisten Jungen „über Computerspiele/Teamspeak“.

Bei den Kontakten mit anderen mussten viele Jugendliche auf Möglichkeiten zurückgreifen, die für sie sonst nicht im Mittelpunkt stehen. So nutzten etwa zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen für die Kontaktaufnahme mit den eigenen Großeltern bzw. älteren Verwandten das Telefon und nur knapp die Hälfte Messengerdienste. Auch während der Kontaktbeschränkungen waren die weiblichen Heranwachsenden, die von jeher kommunikationsorientierter mit digitalen Medien umgehen, etwas aktiver als die männlichen. Knapp ein Fünftel der Jugend besuchte auch Großeltern oder ältere Verwandte, allerdings „ohne direkten Kontakt“, noch weniger nutzten Videochat (vgl. MPFS 2020).

Zur veränderten Social-Media-Nutzung von Jugendlichen in Deutschland liegen aktuell noch nicht allzu viele Daten vor. Erste Ergebnisse zur veränderten Onlinenutzung der Menschen zeigen aber, dass auch Instagram, Facebook, Twitter & Co. während des Lockdowns über alle Altersgruppen hinweg an Bedeutung gewonnen haben – bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen mehr als bei den älteren Semestern. Nach den Daten einer im April 2020 durchgeführten repräsentativen Befragung waren von den 16- bis 29-Jährigen fast neun von zehn Internetnutzerinnen und -nutzern häufiger im Social Web unterwegs. Die meisten nutzten die Dienste vermehrt dazu, um Beiträge zum aktuellen Geschehen zu lesen. Viele posteten mehr eigene Storys oder kommentierten häufiger die von anderen (vgl. Bitkom 2020).

### TV, YouTube und digitale Spiele: Krisengewinner?

Auch abseits des mediatisierten Austauschs mit Messengerdiensten und Social-Media-Angeboten haben Kinder und Jugendliche die Zeit der Schulschließungen und Kontaktbeschränkungen zunehmend medial ausgestaltet. Sowohl die ersten Ergebnisse einer groß angelegten weltweiten Studie in 42 Ländern (vgl. Götz u. a. 2020) wie auch die nachfolgend ausgeführten Befunde aus Deutschland zeigen, dass mit dem abrupt veränderten Alltag junger Menschen nicht nur hierzulande vor allem die Medienbeschäftigungen (weiter) an Bedeutung gewannen, die schon vor der Coronapandemie großes Interesse auf sich gezogen hatten. Für Kinder ist das vor allem das Fernsehen. Für Jugendliche sind YouTube, Streamingdienste und digitale Spiele die Krisengewinner – wenn man es so sagen will.

Nimmt man die sicher nicht eins zu eins passgenauen Einschätzungen von Eltern, dann lässt sich der veränderte Medienumgang von Kindern Ende April/Anfang Mai 2020 wie folgt beschreiben: Im Kindergartenalter haben die meisten Kinder in Deutschland ihren Alltag häufiger mit Fernsehen, Streamingdiensten oder YouTube sowie mit Radio, Musik oder dem Hören von Hörspielen zugebracht. Fast jedes zweite Kind hat sich auch häufiger Bilderbücher angesehen oder es bekam vorgelesen, fast jedes dritte hat sich mehr den digitalen Spielen zugewandt. Schon im Grundschulalter verbrachten die meisten Kinder häufiger mit digitalen Spielen Zeit, gut ein Drittel war während der Schulschließungen und Kontaktbeschränkungen mehr im Internet unterwegs. Bei älteren Kindern wurden die digitalen Medien noch relevanter: Drei Viertel nutzten häufiger das Fernsehen, Streamingdienste oder YouTube bzw. waren mehr im Internet unterwegs. Gut zwei Drittel haben häufiger als zuvor Zeit mit digitalen Spielen zugebracht (vgl. Langmeyer u. a. 2020).

Jugendliche sind noch viel mehr in die digitale Welt eingestiegen. Anfang April 2020 waren für die mit Abstand meisten 12- bis 19-Jährigen im Alltag YouTube-Videos, „Musik hören“ und Streamingdienste relevanter. Die meisten haben zudem mehr ferngesehen, aber auch mehr Zeit mit „Spazierengehen“, „Lernen“ oder „Kochen/Backen“ zugebracht. Knapp die Hälfte

der Jugendlichen hat häufiger gelesen oder die Zeit „allein“ bzw. zusammen „mit Freunden“ mit Computerspielen verbracht. Was die Häufigkeit anbetrifft, haben die mit Abstand meisten Mädchen (fast) täglich Musik gehört. Für gut die Hälfte waren auch Streamingdienste sowie YouTube-Videos alltagsrelevant. Die beliebte Videoplattform hatte für die Jungen den größten Stellenwert, zudem nutzten sie deutlich häufiger als Mädchen „(fast) täglich“ Computerspiele (vgl. MPFS 2020).

#### Literatur:

**Andresen, S./Lips, A./Möller, R./Rusack, T./Schröer, W./Thomas, S./Wilmes, J.:** *Kinder, Eltern und ihre Erfahrungen während der Corona-Pandemie. Erste Ergebnisse der bundesweiten Studie KiCo.* Hildesheim 2020a. Abruflbar unter: <https://doi.org/10.18442/121>

**Andresen, S./Lips, A./Möller, R./Rusack, T./Schröer, W./Thomas, S./Wilmes, J.:** *Erfahrungen und Perspektiven von jungen Menschen während der Corona-Maßnahmen. Erste Ergebnisse der bundesweiten Studie JuCo.* Hildesheim 2020b. Abruflbar unter: <https://dx.doi.org/10.18442/120>

**Bitkom:** *Social-Media-Nutzung steigt durch Corona stark an.* Pressemitteilung, 27.05.2020. Abruflbar unter: <https://www.bitkom.org>

**Götz, M. u. a.:** *Children, COVID-19 and the media. A study on the challenges children are facing in the 2020 coronavirus crisis.* In: TELEVISION, 33/2020/E, S. 4–9. Abruflbar unter: <http://www.br-online.de>

**Langmeyer, A./Guglhör-Rudan, A./Naab, T./Urlen, M./Winkhofer, U.:** *Kindsein in Zeiten von Corona. Erste Ergebnisse zum veränderten Alltag und zum Wohlbefinden von Kindern.* München 2020. Abruflbar unter: <https://www.dji.de>

**MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg.):** *JIMplus 2020. Lernen und Freizeit in der Corona-Krise.* Stuttgart 2020. Abruflbar unter: <https://www.mpfs.de>

**Vodafone Stiftung Deutschland (Hrsg.):** *Schule auf Distanz. Perspektiven und Empfehlungen für den neuen Schulalltag. Eine repräsentative Befragung von Lehrkräften in Deutschland.* Düsseldorf 2020. Abruflbar unter: <https://www.vodafone-stiftung.de>



Dr. Daniel Hajok ist Kommunikations- und Medienwissenschaftler, Honorarprofessor an der Universität Erfurt sowie Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM).

# „Das geht auch wieder vorbei.“

Wenn Kinder trauern, fehlen Erwachsenen oft die richtigen Worte

Tilman P. Gangloff im Gespräch mit Ralph Caspers



Die TV-Karriere von Ralph Caspers (48) begann 1995 mit dem Tiermagazin *Muuh* (SUPER RTL). 1996 wechselte er zum WDR, wo er seither vor allem *Die Sendung mit der Maus*, *Wissen macht Ah!* und die Wissenschaftssendung *Quarks* moderiert. Neben diversen TV-Preisen, u. a. für das Pubertätsmagazin *Du bist kein Werwolf*, wurde Caspers 2019 mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande für sein Bildungsengagement ausgezeichnet. Im April 2020 erschien im Kölner Verlag Bastei Lübbe sein Ratgeberbuch *Wenn Papa jetzt tot ist, muss er dann sterben? Wie wir Kindern in Trauer helfen können*. Caspers ist verheiratet, hat drei Kinder und lebt mit seiner Familie in Köln.



Fast jeder Erwachsene kennt diese Situation: Man trifft einen Menschen, der einen nahen Angehörigen verloren hat, und weiß nicht, was man sagen soll. Noch schwieriger ist es, Kindern zu erklären, dass jemand aus der Familie gestorben ist. Ralph Caspers hat für solche Situationen einen ausgezeichneten Ratgeber geschrieben. Der Titel ist eine typische Kinderfrage: *Wenn Papa jetzt tot ist, muss er dann sterben?* Darin warnt der TV-Moderator Eltern u. a. davor, nicht ehrlich zu ihren Kindern zu sein. Der Erziehungsberater Ulric Ritzer-Sachs rät ebenfalls davon ab, bedrückende Ereignisse schönzureden.

**Herr Caspers, wer Sie nur als Moderator aus dem Kinderfernsehen kennt, wird sich vielleicht fragen: Warum hat sich dieser lustige Mann mit so einem traurigen Thema wie dem Tod befasst?**

Dieses Thema ist mir gar nicht so fremd, wie man vielleicht denkt. Vor einiger Zeit hat mich der Kölner Verein für Trauerbegleitung TrauBe gefragt, ob ich sein Botschafter werden möchte. Ich weiß, wie es sich anfühlt, wenn man jemanden verliert: Als mein Vater gestorben ist, war ich 15 und musste damit mehr oder weniger allein klarkommen.

**Was ist Ihre Aufgabe als Botschafter?**

Ich nutze meine Bekanntheit, um darauf aufmerksam zu machen, dass dieser Verein in Situationen hilft, in denen man sich leicht überfordert fühlt. Eine ähnliche Funktion übe ich auch beim Deutschen Kinderhospizverein aus.

**Und wie kam es zu dem Buch?**

Während ich mich noch über die Arbeit von TrauBe informierte, erhielt ich eine Anfrage von Bastei Lübbe, ob ich einen Ratgeber zum Thema „Trauer bei Kindern und Jugendlichen“ schreiben wollte. Auch da musste ich nicht lange überlegen. Jeder Erwachsene kennt die Situation: Man will jemanden trösten, findet aber nicht die richtigen Worte.

**Warum tun sich viele Eltern so schwer, über das Sterben zu sprechen? Der Tod wird ja regelrecht totgeschwiegen.**

Wenn ich über den Tod spreche, denke ich unweigerlich auch darüber nach, was mit mir selbst passiert, wenn ich sterbe; und was aus den geliebten Menschen wird, die ich hinterlasse. Es macht traurig, sich mit solchen Fragen zu beschäftigen, und Trauer ist eine Emotion, die die meisten Menschen lieber meiden, denn sie ist unbekanntes Terrain. Dabei lassen sie aber außer Acht, dass nach der Trauer die schönen Dinge im Leben noch schöner sind, weil man auch eine andere Seite kennengelernt hat. Dieser ganze Komplex ist jedoch ein derart existenzielles Thema, dass die meisten Erwachsenen Angst haben, sich damit auseinanderzusetzen. Dabei ist es wichtig, sich darauf einzulassen, denn nur dann wird man erkennen: Das geht auch wieder vorbei.

**Sind Kinder bei solchen Fragen unbekümmerter?**

Kinder gehen jedenfalls voll in die Trauer rein, wenn z. B. ein Haustier gestorben ist. Sie können schon in Tränen ausbrechen, wenn sie nur darüber nachdenken, dass der Hund oder die Katze eines Tages nicht mehr da sein wird. Kinder haben viel weniger Filter im Kopf und sind sehr gradlinig. Andererseits kann es auf Erwachsene auch äußerst befremdlich wirken, wenn Kinder nicht trauern wollen, weil sie gerade ganz andere Dinge im Kopf haben.

**Erwachsene bekommen ein schlechtes Gewissen, wenn sie merken, dass sie eigentlich trauern sollten.**

Dabei ist es völlig okay, nicht bei jedem Todesfall sofort tiefe Trauer zu empfinden. Oft kommt die Trauer auch erst später, weil man sich erst mal um die Beerdigung kümmern muss und gar keine Zeit zum Trauern hat.

**Ihr Buch ist sehr lebensnah und pragmatisch, inklusive eines Kapitels, in dem Sie sehr konkret den Prozess der Verwesung beschreiben. Musste das sein?**

Ja, das musste sein. Kinder sind neugierig, man muss damit rechnen, dass sie wissen wollen, was mit dem Leichnam geschieht, und damit man das zumindest ansatzweise schildern kann, habe ich auch die Verwesung beschrieben. Wie detailliert man das weitergibt, muss jeder selbst entscheiden, aber es ist wichtig, dass man den Prozess objektiv erklären kann. Es gibt auch eine sehr konkrete Alternative: Man kann sich mit den Kindern beim Waldspaziergang anschauen, was mit einem toten Tier passiert. Natürlich ist es ein bisschen eklig, die Fliegenlarven zu beobachten, aber auf diese Weise wird der natürliche Kreislauf sichtbar: Der Tod eines Lebewesens ist die Lebensgrundlage für andere Lebewesen. Diese Erkenntnis hat doch auch etwas sehr Beruhigendes.

**Sie verwenden in Ihrem Buch einige Wörter, die bestimmte Phänomene perfekt veranschaulichen, beispielsweise „Pfützentrauer“.**

Das ist ein Begriff aus der Trauerbegleitung. Kinder springen in die Trauer wie in eine Pfütze und können sich schon einen Moment später mit etwas völlig anderem beschäftigen. Für Erwachsene ist das oft irritierend.

**Sehr schön ist auch das Bild von Hand und Handschuh.**

Auch das habe ich mir von einer Trauerbegleiterin geliehen, die Kindern damit die Frage nach der Seele beantworten wollte: Der Körper ist der Handschuh, also eine Hülle, aus der sich die Seele beim Tod eines Menschen zurückzieht.

**Viele Erwachsene schauen sich Wissen macht Ah! auch ohne Kinder an, weil sie Ihre Ironie schätzen. Mussten Sie sich sehr zurückhalten?**

An ein, zwei Stellen schimmert sie schon durch. Vor dem Schreiben habe ich mir überlegt: Was für eine Art Buch würde ich selbst gern lesen? Natürlich hätte ich den Ratgeber auch unterhaltsam verfassen können; oder sehr emotional, sodass jeder Leser zu Tränen gerührt wäre. Ich habe mich dann für einen praktikablen Stil entschieden, um die Trauernden an die Hand nehmen zu können. Mein üblicher flapsiger Tonfall wäre deplatziert gewesen und hätte auch zu sehr vom Inhalt abgelenkt.

**Wie gehen Kinder eigentlich mit Ihrer Ironie um? Gerade jüngere kapierten das doch oft nicht.**

Den Satz höre ich regelmäßig. Natürlich verstehen nicht alle Kinder Ironie, aber das gilt auch für viele Erwachsene. Kinder holen sich aus meinen Moderationen raus, was sie verstehen, alles andere ignorieren sie.

**Was ist der größte Fehler, den Eltern im Zusammenhang mit einem Trauerfall begehen können?**

Der größte Fehler ist Unehrlichkeit. Ganz schlimm ist die Formulierung, jemand habe sich auf eine lange Reise begeben, denn auch von den längsten Reisen kommt man in der Regel irgendwann zurück. Eines Tages wird den Kindern klar: Das war eine Reise ohne Wiederkehr, und dann haben sie nicht nur den Verstorbenen verloren, sondern auch das Vertrauen in die Menschen, die noch da sind. Viele Eltern wollen auf den richtigen Zeitpunkt warten, um ihre Kinder über einen Todesfall zu informieren, aber es gibt keinen richtigen Zeitpunkt. Schlechte Nachrichten werden nicht besser, wenn man sie eine Weile gären lässt, also sollte man am besten sofort mit der Wahrheit herausrücken.

**Sollten Eltern diese Ehrlichkeit auch bei anderen bedrückenden Themen zeigen, also bei Katastrophen oder Terroranschlägen?**

Ehrlichkeit ist immer gut. Und eine klare, direkte Sprache wählen, ohne die Kinder mit Informationen zu überfrachten. Wenn ein Kind fragt: „Was ist passiert?“, dann kann man sagen: „Oma ist gestorben.“ Man muss nicht direkt die

komplette Geschichte erzählen von den ersten Krämpfen bis zum letzten Atemzug. Wenn ein Kind mehr wissen will, dann wird es nachfragen.

**Wie soll man sich verhalten, wenn einem vor lauter Trauer die richtigen Worte fehlen?**

Niemand würde sich eine Blöße geben, wenn er so etwas zugibt, aber viele Menschen flüchten sich lieber in Floskeln, z. B. „Herzliches Beileid“, was fast wie ein Glückwunsch klingt; das wirkt dann oft herzlos und kalt. Wenn sie sich hinterfragen, wird ihnen bestimmt klar: Wären sie selbst in der Situation des Trauernden, würden sie so etwas nicht gern hören wollen.

**Im Nachwort beschreiben Sie sich als den Mann, der im Fernsehen Furzwitze macht und den Kindern erzählt, warum Popeln gut ist. Viele Zuschauer von Wissen macht Ah! wissen vermutlich gar nicht, dass Sie auch an den Drehbüchern beteiligt sind. Sehen Sie sich selbst eher als Journalist oder als Moderator?**

Ich trenne das für mich gar nicht. Ich beschäftige mich einfach gern mit Themen, die mich interessieren, und gehe dabei, wie ich gestehen muss, sehr egozentrisch vor. Auch die TV-Sendungen gestalte ich in erster Linie so, wie ich sie mir gern selbst anschauen würde, und habe schlicht das Glück, damit offenbar auch den Geschmack vieler Zuschauer zu treffen. Bei dem Buch bin ich genauso vorgegangen.

**Man glaubt das kaum, aber Sie werden in zwei Jahren 50. Ihr Kollege Armin Maiwald aus der Sendung mit der Maus ist 80 und macht immer noch Kinderfernsehen. Halten Sie noch 30 Jahre durch?**

Ich mache Kinderfernsehen in erster Linie, weil es mir großen Spaß bereitet. Wenn das irgendwann nicht mehr der Fall sein sollte, werde ich sofort damit aufhören. Und natürlich ist auch nicht auszuschließen, dass ein neuer Programmdirektor auf die Idee kommt, dass Sendungen für Kinder nur von Menschen unter 30 moderiert werden dürfen. Die Geschichte des Fernsehens hat immer wieder bewiesen, wie flüchtig alles ist. Was heute wie in Stein gemeißelt wirkt, kann morgen schon nichts mehr gelten. Wenn man sich darüber im Klaren ist, kann man mit solchen Unwägbarkeiten gelassen umgehen.

**Moderieren Sie Quarks mit einer anderen Haltung als Wissen macht Ah!?**

Nein, ich mache keine Unterschiede zwischen Kinder- und Erwachsenenfernsehen. Ich bin immer ich, und deshalb sind *Quarks*, *Wissen macht Ah!* oder *Die Sendung mit der Maus* für mich bloß unterschiedliche Spielarten von „Ralph-Fernsehen“. Ich bin mein erster Zuschauer.

Tilman P. Gangloff

# Oma sitzt nicht auf der Wolke

## Was Eltern beachten müssen, wenn sie mit Kindern über einen Trauerfall sprechen

Früher oder später werden Kinder mit dem Tod konfrontiert. Die meisten Eltern finden intuitiv die richtigen Worte, wenn die Großmutter gestorben ist, aber viele fühlen sich in solchen Fällen auch hilflos und wissen nicht, wie sie die schlechte Nachricht überbringen sollen. Am wichtigsten sei es, die Wahrheit zu sagen, rät Ulric Ritter-Sachs, „und zwar völlig unabhängig vom Alter der Kinder: ‚Deine Oma ist tot.‘“ Der Diplom-Sozialpädagoge ist Koordinator für die Foren der Bundeskonferenz für Erziehungsberatung (BKE). Auf keinen Fall dürfe man um das Thema herumreden, das merkten Kinder sofort: „Die Oma sitzt jetzt auf einer Wolke und schaut auf dich herab“ – das ist zwar ein schönes, aber auch ein falsches Bild. „Andererseits sollten Eltern natürlich nicht schonungslos oder grausam sein. Deshalb sollten sie sich gut auf so ein Gespräch vorbereiten „und sich vorher überlegen, was sie antworten, wenn die Kinder wissen wollen, was mit den sterblichen Überresten passiert oder ob die Seele des Verstorbenen weiterlebt. Das hängt natürlich auch davon ab, welche Vorstellung ich selber habe. Es ist völlig in Ordnung, den Kindern zu gestehen, dass man das nicht mit Gewissheit weiß, aber z. B. fest daran glaubt, dass es eine Art Leben nach dem Tod gibt. Gläubige haben es in solchen Fällen leichter, aber irgendeine Form von Spiritualität haben ja sehr viele Menschen.“

Ritzer-Sachs, der auch als Erziehungsberater für das Diakonische Werk Worms-Alzey arbeitet, empfiehlt zudem, gemeinsam mit den Kindern Bücher zu dem Thema zu lesen, auch über ein mögliches Leben nach dem Tod. Als Erstes kommt ihm *Die Brüder Löwenherz* von Astrid Lindgren in den Sinn, „eine tolle Geschichte, auch wenn die verstorbene Oma nach ihrem Tod eher nicht mit Pfeil und Bogen in einem Fantasieland für Gerechtigkeit sorgen wird. Viele Eltern werden bestimmt weinen, wenn sie solche Geschichten vorlesen, schließlich haben sie ja auch selbst einen Verlust erlitten, aber das ist völlig in Ordnung. Es gibt auch Veröffentlichungen, die ich nicht empfehlen würde, deshalb ist es wichtig, dass die Eltern die Bücher erst mal selber lesen.“

Es ist ohnehin unmöglich, Kinder vor dem Themenkomplex „Tod und Sterben“ zu beschützen, erst recht, wenn sämtliche Medien etwa nach Katastrophen, Terroranschlägen oder wie während der Coronapandemie von nichts anderem berichten. Auch in solchen Fällen hält es der Sozialpädagoge für entscheidend, „bei der Wahrheit zu bleiben und nichts zu beschönigen. Bei Corona sollte man den Kindern klarmachen, dass sich das Virus bei den allermeisten Betroffenen nicht schlimmer als eine Erkältung auswirkt; doch es gibt eben auch Menschen, die daran sterben. Genauso wichtig ist aber auch der Hinweis auf die vielen Hilfskräfte, die sich dafür einsetzen, dass die Erkrankten wieder gesund werden.“

Davon abgesehen ist Ritter-Sachs überzeugt, dass Väter und Mütter in der Regel genau richtig reagieren, wenn sie auf ihren Bauch hören: „Niemand kennt Kinder besser als die eigenen Eltern.“ Der Sozialpädagoge rät dringend davon ab, „ein schlimmes Ereignis so wolkig oder blumig zu umschreiben, dass die Gedanken, die sich die Kinder anschließend machen, viel krasser sind als der eigentliche Vorfall. Wenn man sich mit Kindern einen Film anschaut, bei dem man feststellt, dass sie dafür eigentlich noch zwei Jahre zu jung sind, sollte man auch nicht einfach mittendrin abbrechen, denn im Kopf der Kinder läuft der Film weiter.“ Die Erziehungsberatungsstellen der BKE ([www.bke-beratung.de](http://www.bke-beratung.de)) sind bundesweit auf vielen Kanälen erreichbar: telefonisch, per Videochat oder anonym per Onlineberatung.



Tilman P. Gangloff  
ist freiberuflicher  
Medienfachjournalist.



# Medien in Krisenzeiten

Gesellschaftliche Krisen sind Herausforderungen für die Medien, aber auch für die Politik – und beide sind darauf angewiesen, dass die Interaktion gut funktioniert. Die Coronakrise hat gezeigt, dass die immensen Anstrengungen des Staates, die Pandemie zu managen, ohne die täglichen Updates und Informationen darüber, was gerade verboten ist oder irgendwann wieder erlaubt wird, ohne die Medien nicht möglich gewesen wären. Krise heißt aber auch immer: Durch die Veränderung unseres Alltags lernen wir, dass beispielsweise Homeoffice gut funktioniert und viele Meetings mit hohem Reiseaufkommen und CO<sub>2</sub>-Ausstoß durch Onlinekonferenzen ersetzt werden können. Krisen legen den Finger in die Wunden gesellschaftlicher Schwachstellen, wie z. B. die Wohnverhältnisse von Leiharbeitern, die menschenverachtend in überfüllten Schrottimmobilien leben müssen. Das Problem ist seit Langem bekannt, nun wird deutlich, dass es nicht nur für die Betroffenen, sondern auch für die Gesellschaft insgesamt eine Gefahr darstellt – nun wird endlich gehandelt. *tv diskurs* geht der Frage nach, welche Aufgaben Medien in Krisenzeiten haben, wie sie die Krise reflektieren und moderieren und wie sie sich dadurch, ebenso wie Gesellschaften selbst, verändern.

# Krisen- bewältigung und Krisen- kommunikation

Mit Krisen umzugehen, ist eine Kulturtechnik. Man kann sogar sagen: Kultur selbst ist ein Rahmen, um Krisen zu bannen und zu bewältigen. Wie genau diese Bewältigungsstrategien aussehen, ist von historischen und sozialen Faktoren abhängig. Dennoch gibt es über Jahrhunderte hinweg wiederkehrende Muster der Krisenbewältigung. Das liegt auch an einer Reihe anthropologischer Konstanten und der aus ihnen erwachsenden Logik der Krisenkommunikation.

eben bedeutet, zu versuchen, möglichst lang am Leben zu bleiben. Deshalb sind alle Lebewesen in einem permanenten Krisenmodus. Einmal nicht aufgepasst und es ist vorbei mit dem schönen Erdendasein. Schon Erich Kästner stellte daher fest: „Leben ist immer lebensgefährlich.“

Aus diesem Grund ist unser Gehirn ein Gefahrenvermeidungsorgan. Seine wichtigste Funktion ist nicht die Erkenntnis, das Komponieren von Fugen oder das Erstellen von Hexametern, sondern uns am Leben zu erhalten. Deshalb scannt es in jeder Zehntelsekunde unsere Umwelt nach Indizien für eine Gefahr. Auch wenn es uns nicht immer bewusst ist: Wir leben in einem permanenten Alarmzustand, stets bereit, eine gefährliche Situation als solche zu erkennen, Angst zu bekommen und Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Und manchmal meldet das Gehirn auch einen Fehlalarm. Lieber einmal zu oft geflohen als einmal zu wenig. Der Mensch ist ein Hasenfuß, deshalb hat er so lange überlebt.

### **Kultur als Kontingenzbewältigung**

Doch die Existenz im Krisenmodus belastet. Also braucht der Mensch Techniken der Angstüberwindung. Das probateste kollektive Mittel zur Angstüberwindung ist die Kultur. Sie schafft Ordnung, wo zuvor Unordnung war. Und das zunächst ganz konkret und wörtlich. Denn „cultura“ bedeutet Ackerbau, Pflege, Bearbeitung. Durch „cultura“, also durch Landwirtschaft, schafft sich der Mensch einen überschaubaren Ort der Geborgenheit inmitten des natürlichen Chaos. Felder und Siedlungen machen das Fremde und Unbekannte heimisch und vertraut. Die Kultivierung der Natur entlastet, indem sie das Chaotische und Unvorhersehbare aussperrt und Ordnung und Strukturen schafft. Kultur schützt vor schlechten Überraschungen und macht das Leben berechenbar.

Diese Ordnung ist jedoch fragil. Jederzeit droht Verwüstung durch Naturkatastrophen, durch Dürre, Stürme, Kälte oder Hitze. Kultur, die sich behaupten will, ordnet daher nicht nur den Raum, sondern versucht, auch die Zeit zu bändigen. Denn nur eine berechenbare Zukunft garantiert auch langfristig Ordnung und Sicherheit. Also versucht man, mittels Riten und Festen die Geister und Götter gnädig zu stimmen und so die Zukunft kalkulierbar zu machen. Zugleich gliedern diese Feiern den Jahreslauf und geben auf diese Weise auch der Zeit Struktur.

So entspringt aus der Kultur der Kult. In ihm wird die rettende Ordnung erbeten und mittels Opfern und anderen Ritualen herbeibeschworen. Kultur und Religion sind daher die menschlichen Schlüsselstrategien der Kontingenzbewältigung, Krisenvermeidung und Katastrophenkommunikation.

Doch die Götter sind launisch. Also werden die Menschen dennoch von Krieg, Seuchen, Dürren und Überschwemmungen heimgesucht. In solchen Momenten der unbeherrschbaren Katastrophe sucht der Mensch zumindest nach einem Sinn. Denn wenn sich das Unheil schon nicht bannen lässt, dann muss es zumindest eine Bewandnis damit haben, irgendeine Bedeutung, die ihm einen Wert und Nutzen verleiht.

Diese Bedeutung gibt es für endliche Wesen in einer endlichen Welt jedoch nur in der Überwindung der Zeitlichkeit. Das bezeugt exemplarisch das älteste fiktionale Werk europäischer Kultur: die *Ilias*. In dieser zieht Achill ein kurzes Leben mit ewigem Ruhm der langen, glücklichen, aber namenlosen Existenz vor. Denn nichts, auch kein erfülltes Leben, kann aus antiker Sicht sinnstiftend sein. Sinn gibt es nur in der Ewigkeit. Sie macht göttergleich.

Da es nicht jedem Menschen vergönnt ist, ein Achill zu sein, schafft sich der Mensch mit der Kultur ein kollektives Transzendierungssystem. Hier, in der Symbolwelt kultureller Artefakte, überwindet der Mensch seine Endlichkeit. Jeder Tempel, jede Kathedrale und jeder Wolkenkratzer sind letztlich Zeugnis des menschlichen Versuches, der eigenen Vergänglichkeit zu entkommen.



© Beuret & Bailly

Georg Emanuel Opiz, *Der Völler*, 1804  
Gouache auf Papier, 59 x 70,2 cm



## Strategien der Krisenbewältigung

Katastrophen erschüttern Kulturen, da sie deren Transzendierungspotenzial belasten. Denn Katastrophen verdeutlichen nicht nur nachdrücklich die Endlichkeit menschlicher Existenz, sondern zugleich den kontingenten Charakter der Wirklichkeit. Insofern sind sie Herausforderungen für die Stabilisierungsfunktion und das Sinnstiftungspotenzial von Kulturen. Deshalb auch haben Katastrophen zumeist umfangreichere kulturelle Umformungsprozesse zur Folge. Kulturen, die über Jahrzehnte oder gar Jahrhunderte plausibel das Endlichkeitsbewusstsein kanalisiert haben, scheitern daran im Moment plötzlich hereinbrechenden Massenelends.

Exemplarisch hierfür ist die Antoninische Pest des ausgehenden 2. Jahrhunderts, die weite Teile des Römischen Reiches entvölkerte und wesentlich zur Krise des Imperiums und dem Aufstieg des Christentums beigetragen hat. Auch der sogenannte Schwarze Tod, also die Pest im engeren Sinne, die in Europa zwischen 1347 und 1353 wütete und der ein Drittel der damaligen Bevölkerung zum Opfer fiel, hatte nachhaltige und grundlegende Auswirkungen auf die europäische Kultur. Man vereinfacht nicht, wenn man in der Pest eine ganz wesentliche Ursache für den langsam einsetzenden Zerfall mittelalterlicher Gewissheiten sieht. Schon Egon Friedell formulierte 1927 in seiner berühmten – und nach wie vor lesenswerten – *Kulturgeschichte der Neuzeit*: „[...] das Konzeptionsjahr des Menschen der Neuzeit war das Jahr 1348, das Jahr der ‚schwarzen Pest‘“.

Natürlich gab es auch schon vor der großen Pest Anzeichen eines Mentalitätswandels. Dennoch hat Friedell recht. Wie jede Krise änderte auch die Pest die Welt nicht grundlegend oder gar schlagartig. Sie war aber der Katalysator, der zahlreiche gesellschaftliche Prozesse beschleunigte, die im Vorfeld schon angelegt gewesen waren: Die zukünftigen europäischen Mächte formierten sich, das Bankwesen gewann an Bedeutung, das Wirtschaftsleben wandelte sich grundlegend. Der Medizin- und Kunsthistoriker Klaus Bergdolt spricht in seiner einschlägigen Studie von der „Mentalitätskrise der vierziger Jahre“. Und in dieses Krisenbewusstsein hinein fuhr die Pest.

Die Menschen reagierten darauf mit drei Verarbeitungsmustern, die in Katastrophenszenarien immer wieder zu beobachten sind: autoaggressive Selbstanklage, Rückzug in die Innerlichkeit und Hedonismus. Drastischer Ausdruck der Selbstanklage waren die Geißlerbewegungen. Zu Hunderten, manchmal zu Tausenden zogen die Menschen durch Dörfer und Städte, trugen Fahnen und Kreuze vor sich her, waren in Lumpen gehüllt, sangen monotone, von Vorsängern intonierte Lieder vor sich hin und peitschten sich dabei selbst. Hintergrund dieser Massenbewegung war ein durch die Offenbarung des Johannes und andere apokalyptische Schriften verbreiteter Endzeitglaube. Angesichts des baldigen Untergangs der Welt, so die Überzeugung der Geißler, konnte nur strengste Buße und Selbstzucht Vergebung der Sünden bringen.

**D**och die Flagellanten geißelten sich nicht nur selbst, sondern im übertragenen Sinne auch die Gesellschaft, der sie Gottlosigkeit und Sündhaftigkeit vorwarfen. Ihre deutliche Botschaft war: Haltet ein, besinnt euch und kehrt um. Diese latent politische Botschaft wurde von der weltlichen und geistlichen Obrigkeit argwöhnisch beobachtet.

Insbesondere die sich formierende städtische Mittelschicht aus Handwerkern und Bürgertum reagierte auf die Krise mit einem Rückzug ins Private. Das Seelenheil wurde nun verstärkt in ganz individuellen Glaubenserfahrungen und in einer persönlichen Zwiesprache mit Gott gesucht. Innere Einkehr, stilles Gebet und eine auf das Individuum abzielende Frömmigkeitskultur griffen um sich. Sowohl unter Laien als auch unter Theologen kam es zu einer Renaissance mystischen Denkens.

Neben Flagellantentum und Innerlichkeitsspiritualität entstanden in Reaktion auf die Pandemieerfahrung aber auch Ausformungen einer explizit hedonistischen Lebenskultur. Giovanni Boccaccios *Dekameron* gibt davon beredtes Zeugnis. Insbesondere in den Städten griffen Genussucht und Luxus um sich. Die Überlebenden des städtischen Bürgertums – häufig zugleich ökonomische Gewinner der Krise – stellten ihren neuen Reichtum zur Schau. Das von der Pest hinterlassene Wachstumskapital wurde nicht investiert, sondern verprasst. Zugleich kam es zu einer Neubewertung der Sexualität. Die höfische Minne des Mittelalters hatte ausgedient. Die religiöse und höfische Verklärung der Frau wurde abgelöst durch eine eher weltliche Auffassung von Weiblichkeit. Passend dazu wandelte sich die Mode, die luftiger, freier und leichter wurde.

Diese drei im Zuge der spätmittelalterlichen Pestpandemie sich artikulierenden Krisenreaktionsmuster – Flagellantentum, Innerlichkeitsspiritualität und Hedonismus – werden in der Folge nicht nur kulturprägend für die anhebende Neuzeit, sondern basieren zugleich auf kulturellen Prototypen menschlicher Krisenbewältigung. Selbstanklage, Rückzug ins Private oder Flucht in den Genuss lassen sich immer wieder und in immer neuen Formen in den großen Krisen der Neuzeit feststellen. Sogar in den Coronawochen des Frühjahrs 2020 zeigten sich diese Verhaltensmuster. Gaben sich die einen fest davon überzeugt, dass nun die Natur zurückschlage, dass wir die gerechte Strafe für unseren Lebensstil und unsere Verschwendungssucht erhielten, so feierten andere die Situation als Chance zur Entschleunigung und Selbstfindung; und wieder andere versammelten sich mit Gleichgesinnten zu ebenso unerlaubten wie ausgelassenen Feiern und inszenierten Coronapartys.

Vielleicht ist es wenig überraschend, dass Krisenmanagement und Krisenkommunikation im Wesentlichen psychologisch und anthropologisch vorgegeben sind, dass die Art und Weise, wie diese Reaktionsmuster sich jedoch realisieren, abhängig ist von der Kultur der jeweils betroffenen Gesellschaft.

Das bedeutet zugleich, dass kulturelle Narrationen, die noch vor wenigen Jahrzehnten halfen, gesellschaftliche Krisen zu meistern, sich als überholt erweisen können. Am deutlichsten wird das an der Rolle religiöser Deutungsmuster in den Krisen der Moderne. Reagierten die Kirchen Mitte des 19. Jahrhunderts mit einer konservativen Restauration traditionell christlicher Formen (das Erste Vatikanische Konzil war Ausdruck dieser Bestrebung) noch überaus erfolgreich auf die sozialen Verwerfungen der Industrialisierung, auf Entfremdung und Massenelend, so scheiterten analoge Versuche zu Beginn des Ersten Weltkrieges sehr schnell. Zum einen hatten die inzwischen fortgeschrittenen Modernisierungsprozesse die Menschen weniger empfänglich für religiöse Bilder und Deutungsmuster gemacht. Zum anderen brach die Vorstellung eines die Geschichte und Geschehnisse lenkenden Gottes in den Schützengräben auf beiden Seiten der Westfront in sich zusammen und ließ sich mit der Realität industriellen Massenschlachtens nicht mehr in Einklang bringen.

### **Anthropologische Konstanten**

Dennoch haben religiöse Deutungskonstellationen die Entchristianisierungsprozesse des 20. Jahrhunderts in säkularer Form überstanden. So wies der Tübinger Religionshistoriker Andreas Holzem darauf hin, dass sich in der Coronakrise fast so etwas wie eine neue Gläubigkeit gezeigt habe. Nur dass die Systeme und Überzeugungen, auf die sich diese Gläubigkeit richtet, nun nicht mehr aus der Theologie stammen, sondern aus der Virologie. Die Bereitschaft, ein solches Expertentum zu akzeptieren und nach dessen Expertise das eigene Handeln auszurichten und Freiheitsbeschränkungen hinzunehmen, sei bemerkenswert, so Holzem in einem Gespräch. Allerdings ist unsere Gesellschaft alles andere als homogen. Und so zeigten sich nach einer ersten Phase des Schocks sehr bald Ketzer und Ungläubige der neuen Expertenreligion.

Aber auch diese Infragestellung des offiziell verkündeten Konsenses gehört zu historisch erprobten Verarbeitungstechniken in Krisensituationen. Offensichtlich durchleben betroffene Gesellschaften verschiedene Stadien der Krisenverarbeitung, wie sie in den späten 1960er-Jahren die Psychiaterin Elisabeth Kübler-Ross, gebürtige Schweizerin und fast ein halbes Jahrhundert in den USA lebend, für den Prozess des Sterbens formuliert hat. Demnach reagieren Menschen in fünf Phasen auf eine tödliche Erkrankung: Leugnen, Zorn, Verhandeln, Depression und Annahme. Der schwedische Psychiater Johan Cullberg machte daraus einige Jahre später vier Phasen der Krisenbewältigung. Er unterschied die Schockphase des Nicht-Wahrhaben-Wollens, die Reaktionsphase aufbrechender Emotionen, die Bearbeitungsphase des Suchens und Findens und schließlich die Phase, in der die Krise als Chance wahrgenommen wird.

Was Kübler-Ross und Cullberg auf individualpsychologischer Ebene als Entwicklungsmodell darstellen, zeigt sich aus sozialpsychologischer Perspektive eher als Bündel unterschiedlicher Konzepte der Krisenverarbeitung, die sich in betroffenen Gesellschaften zeitgleich wiederfinden und als unterschiedliche Angebote an die Mitglieder der Gesellschaft verstanden werden können. So reagieren in Krisenzeiten manche Menschen mit einfachen Leugnungsreflexen, andere mit Wut, wieder andere versuchen, sich in die neue Situation einzufügen oder sind zutiefst niedergeschlagen.

Jede einzelne Krisenbewältigungsstrategie ist auch an spezifische Kommunikationsformen gebunden. Menschen, die sich konstruktiv in die neue Situation einfügen, greifen die in ihrer Zeit herrschenden Beruhigungsnarrative auf, eher widerspenstige Charaktere versuchen, diese zu hinterfragen oder sogar als Manipulationskampagne zu entlarven. Letzteres muss nicht immer negativ sein. Die reformatorischen Bewegungen der frühen Neuzeit ebenso wie die emanzipatorischen und pazifistischen Strömungen der Moderne entsprangen der Infragestellung der jeweils herrschenden Krisenbewältigungsideologie. Allerdings konnten die Gesellschaften des frühen 20. Jahrhunderts aus einem noch vergleichsweise gefestigten Fundus tradierter Werte, Rollen und Überzeugungen schöpfen. Die Frage der Zukunft wird sein, inwiefern die pluralistischen, individualistischen und fragmentierten Gesellschaften der Spätmoderne in der Lage sind, Krisen zu bewältigen – oder ob sie an ihnen scheitern.

**Literatur:**

**Bergdolt, K.:** *Der Schwarze Tod in Europa. Die Große Pest und das Ende des Mittelalters.* München 1994

**Cullberg, J.:** *Krise als Entwicklungschance.* Gießen 2008

**Friedell, E.:** *Kulturgeschichte der Neuzeit.* München 2007  
[Erstveröffentlichung: 1927]



Dr. Alexander Grau arbeitet als freier Kultur- und Wissenschaftsjournalist u. a. für „Cicero“, „NZZ“ und den Deutschlandfunk.

A portrait of Bernhard Pörksen, a man with glasses and dark hair, wearing a dark blue suit jacket over a dark shirt. He is standing against a textured concrete wall. The lighting is soft, highlighting his features. The quote is overlaid in large white text.

„Die Wahrheit  
beginnt  
zu zweit.“

Vera Linß im Gespräch mit Bernhard Pörksen

Der Medienwissenschaftler Dr. Bernhard Pörksen, Professor an der Eberhard-Karls-Universität Tübingen, beschäftigt sich in seiner Forschung mit der Frage, wie sich der Medienwandel auf die gesellschaftliche Kommunikation auswirkt und wie Debatten so gestaltet werden können, dass sie die Demokratie fördern. Gemeinsam mit dem Kommunikationspsychologen Friedemann Schulz von Thun schrieb Bernhard Pörksen zuletzt das Dialogbuch *Die Kunst des Miteinander-Redens. Über den Dialog in Gesellschaft und Politik*. Wie lassen sich seine Erkenntnisse auf die Zeit der Krise anwenden? Darüber sprach *tv diskurs* mit dem Wissenschaftler.

**Eine Krise gilt oft auch als Chance. Beispielsweise als Chance, anders, differenzierter zu kommunizieren. Mit Blick auf die Coronakrise muss man allerdings feststellen: Chance vertan – oder?**

Ich glaube, es ist im Moment noch zu früh. Ich würde sagen, wir erleben etwas, was man die *Gleichzeitigkeit des Verschiedenen* nennen könnte. Auf der einen Seite Explosionen von künstlerischer Kreativität im Netz, Solidaritätskonzerte, wunderbare solidarische Aktionen – auf Twitter zu beobachten oder natürlich auch im „real life“. Aber wir erleben auf der anderen Seite eben auch Hass, Hetze, Desinformation, wütende Attacken, wenn man so will die große Gereiztheit unter den Coronabedingungen. Und all dies gleichzeitig im Prozess einer weltweiten Vernetzung.

**Ist diese Gleichzeitigkeit ein Problem oder könnte man nicht einfach sagen, sie spiegelt wider, dass sich die Gesellschaft schon seit Längerem ausdifferenziert?**

Diese Gleichzeitigkeit ist aus meiner Sicht gleich in mehrfacher Hinsicht ein Problem. Zum einen für den Zeitdiagnostiker, der dann Entscheidungen treffen muss, zurückgeworfen ist auf seine Perspektive. Warum verkündet er oder sie auf einmal die totale Verpöbelung des Diskurses? Oder warum feiert er oder sie eine neue Solidarität? Das ist das Problem des Zeitdiagnostikers. Aber es ist zum anderen auch ein Problem für jede oder jeden von uns, weil man auf einmal bemerkt, dass die Behaglichkeit, die Harmonie der Wohlmeinenden radikal durchbrochen, radikal gefährdet ist unter solchen Kommunikationsbedingungen. Ja, man kann wunderbare Beispiele der Solidarität feiern, aber schon einen Klick weiter ist man wieder in einem dumpfen Tal des Hasses. Und diese Gleichzeitigkeit des Verschiedenen ist eine Vernetzungserfahrung, die unmittelbar verstört.

**Die Verstörung allein ist aus meiner Sicht noch nicht so schlimm. Schwerwiegender ist doch die Angst davor, dass die Stimmung kippen könnte, dass die Verpöbelung und der Hass überhandnehmen könnten.**

Ja, Sie haben völlig recht. Diese Verstörung ist eine Art Dauerirritation auch für diejenigen, die ein anderes besseres Leben und ein anderes besseres Miteinander-Reden wollen. Man ist ja immer schon mit dem Gegenbeispiel konfrontiert, mit dem abgründigen Hass. Man sieht all dies gleichzeitig. Das Berührende, ja, aber eben auch das Bestialische und das Banale. Und diese Gleichzeitigkeit des Verschiedenen, die macht jede noch so wohlklingende These über das Wesen des Netzes und die Schönheit der Verbundenheit sofort dementierbar.

**Und sie löst das Gefühl aus, dass es eigentlich oft sinnlos ist zu kommunizieren. Es scheint nur Sinn zu machen, mit denen zu reden, mit denen man sowieso schon auf einer Wellenlänge ist.**

Das finde ich eine eher erschreckende Schlussfolgerung. Ich würde diese Zusammenhänge genau umgekehrt betrachten, auch wenn mir selbst oft oder viel zu oft die Kraft fehlt, mich der Kommunikation mit radikal Andersdenkenden oder Lauten und Wütenden zuzuwenden. Im Grunde genommen leben wir in einem definierenden Moment der Kommunikationsgeschichte, und die Mehrheit der Gemäßigten – und es ist eine Mehrheit – muss sich sehr viel engagierter zuschalten, für eine Sprache der Abkühlung werben. Ich würde sagen, die Mehrheit der Gemäßigten schweigt noch viel zu laut. Und sich in dieser Situation zurückzuziehen, heißt: der kleinen wütenden pöbelnden Minderheit der Hassenden das Feld zu überlassen – eben dies hielte ich für fatal.

**Nehmen wir ein konkretes Beispiel. Zu Beginn der Coronakrise gab es eine Zeit lang ein „Wir“, das aber jetzt vorbei ist. „Die Zeit“ schildert in einem Artikel: „Mundschutzträger und Mundschutzverweigerer blaffen sich vor Supermärkten an, statt sich zuzuhören. Konzertbesucher finden ihr Bedürfnis nach Musik und Kultur bedingungslos wichtiger als das der Fußballfans. Und wer endgültig die Schnauze voll hat vom Lockdown, demonstriert“. Was ist da schiefgelaufen? Haben sich die Vernünftigen nicht genug eingebracht?**

Das ist sicher die eine Tendenz. Denn all dies sind ja auch Machtkämpfe, Dominanzkämpfe, und wenn die Mehrheit der Gemäßigten sich mit einer anderen Deutlichkeit engagieren würde, dann wäre sicher das Kommunikationsklima nicht in dem Maße von den Rändern her bestimmbar. Das ist ja etwas, was wir immer wieder erleben und auch beklagen müssen. Es sind die Extremen und es sind die kleinen extremen Minderheiten, die von den Rändern her das Kommunikationsklima bestimmen. Aber in der Tiefe, würde ich sagen, regiert ein Prozess der Vernetzung, der uns mit immer anderen Weltansichten, großen und kleinen Ideologien konfrontiert. Und diese Ad-hoc-Konfrontation mit immer anderen Perspektiven, die ist schlicht und einfach eine Überforderung. Sie wäre nur dann keine Überforderung, wenn wir medienmündig wären, zögernd, gelassen, skeptisch, freundlich. Aber unter den gegenwärtigen Bedingungen auch der Anonymität von Kommunikation und der Eskalationsbereitschaft und leichten Entzündlichkeit ist die aktuell laufende Medienrevolution einfach eine Überforderung des Menschen.

**Was wir dabei beobachten können, ist, dass eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den Argumenten anderer ausbleibt. Andererseits kann man auch niemanden dazu zwingen, den Dialog zu suchen. Wie kann man dazu einladen, sich doch mit Argumenten auseinanderzusetzen?**

Sie haben im Grunde genommen die Antwort in der Frage schon geliefert. Und das ist das Stichwort: Einladung. In der Tat, man kann niemanden zwingen. Die Bevormundung, die Kanzelpredigt, der Zeigefinger, das endlose Moralisieren – all das funktioniert nicht. Und diejenigen, die für ein anderes Kommunikationsklima werben, die für die Orientierung an Fakten und an seriösen Experten eintreten, die stehen jetzt vor einer ungeheuer schwierigen Frage, nämlich: Wie können wir Aufklärung unter den gegenwärtigen Medienbedingungen neu bestimmen? Wissend, dass der Mensch ein Gefühlswesen ist, wissend, dass wir Menschen uns stärker an Emotionen orientieren als an Fakten? Aus meiner Sicht muss Aufklärung heute nicht von der Philosophie her gedacht werden, sondern ganz wesentlich von der Psychologie und der Medienanalyse her.

**Weil Sie Psychologie sagen: Die Psychologie beschreibt bestimmte Persönlichkeitsmerkmale bei Menschen, die etwa an Verschwörungserzählungen glauben. Ein niedriges Level an analytischem Denken, keine systemische Vorgehensweise, sich ausgeschlossen fühlen und endlich mal dem anderen zeigen können: Ich weiß jetzt was. Kann man das mit bestimmten Kommunikationsmustern beantworten?**

Es gibt sicher keine Weltformel der Diskursrettung. Kommunikation ist in einer erschreckenden und auch wunderbaren Art und Weise unberechenbar. Aber es gibt sicher ein paar Prinzipien. „Alter weißer Mann“, „hysterische Feministin“, „frustrierter Ostdeutscher“ – die Vermeidung der pauschalen Attacke ist wesentlich, weil sie immer kränkt. Das Zögern lernen, das wirkliche Zuhören, ein Zuhören, das nicht so sehr von den eigenen Vorannahmen ausgeht, sondern versucht, sich die Frage vorzulegen, in welcher Welt ist das, was der andere sagt, tatsächlich plausibel? In welche Welt passt das hinein? Meistens hören wir ja auf eine Weise zu, die fragt: Stimmt das, was der andere sagt, mit dem, was ich ohnehin glaube, überein? Aber ein Zuhören, das sich von der Matrix der eigenen Weltwahrnehmung löst, diese ein Stück öffnet, das schiene mir das Gebot der Stunde. Und ganz wichtig: Niemandem, den man erreichen will, kann man dadurch imponieren, niemand lässt sich dadurch erreichen, indem man ihn massiv kritisiert und abwertet. Also, so schwierig das scheinen mag, so gefährlich oder riskant es auch unter öffentlichen Bedingungen ist: Hier sich um eine Würdigung zu bemühen, die Teilwahrheit in der Position des anderen erkennen zu können und anerkennen zu wollen, das sind Prinzipien, die Kommunikation verbessern. Aber natürlich ist ein hartgesottener Verschwörungstheoretiker unter Umständen gar nicht mehr für diese Bemühungen erreichbar.

**Das setzt natürlich eine Idealsituation voraus. Das Schlagwort „Alter weißer Mann“ oder auch andere wie „Männerwelten“ oder „Black Lives Matter“, das sind ja auch politische Instrumente, die angewandt werden, um Menschen miteinander zu verbinden. Die sagen das: Der alte weiße Mann hört mir eben nicht zu, darum muss ich das mit so einer plakativen Aktion deutlich machen.**

Ja, das hat natürlich auch seinen Sinn. Diese Empörung ist ja nicht einfach nur schlecht, sondern ich würde sagen, Empörung hat ein Doppelgesicht. Sie kann durchaus produktiv im Sinne der Gesellschaftsveränderung wirken, sie kann ein Instrument der Aufklärung sein, aber eben auch ein Instrument der Gegenaufklärung, des sinnlosen Spektakels. Nur: Wenn Sie sich unter einem Hashtag versammeln und andere zu Recht oder zu Unrecht – das sei einmal dahingestellt – attackieren, dann tun Sie eines ganz

gewiss nicht: Sie führen kein Gespräch, sondern Sie ringen um Deutungshoheit im Medium der Öffentlichkeit. Das ist in Ordnung. Das gehört zu einer Demokratie dazu. Nur: Wenn man wirklich in einen Dialog eintreten will, dann gilt die Formel, die mein Kollege Friedemann Schulz von Thun folgendermaßen formuliert: Die Wahrheit beginnt zu zweit. Das ist die Prämisse des Dialogs. Das ist die Voraussetzung, die man annehmen muss, wenn man tatsächlich in ein wirkliches Gespräch eintreten will. In ein Gespräch, das diesen Namen verdient und das nicht einfach nur ein Austausch ist von Fertigantworten oder ein Bemühen darum, den anderen irgendwie niederzuringen im Interpretationsmuster von Sieg und Niederlage.

**Würden Sie sagen, das ist dann auch gelingende Kommunikation, wenn man bereit ist, sich auf den anderen einzulassen und nach einer gemeinsamen Wahrheit zu suchen?**

Ja, das würde ich sagen. Das ist die Ultrakurzdefinition gelingender Kommunikation. Die Wahrheit zu zweit beginnen lassen. Allerdings muss man gleich konstatieren – und das ist nicht besonders schön oder ermutigend, sich das einzugestehen –, dass diese Form von Dialog nicht mit allen gelingen kann. Weil es Grenzen des Sagbaren gibt. Weil eine Gesellschaft auch von Tabus lebt, von roten Linien, von der Markierung, von etwas, was nicht formuliert werden sollte. Antisemitische Verschwörungstheorien, Gewaltfantasien, rassistische Abwertungen. All das sind Positionen, die keine dialogische Würdigung verdienen, sondern – so schmerzhaft das im Einzelnen auch sein mag – die Ächtung.

**Man muss also schon differenzieren zwischen Menschen, mit denen man über bestimmte Themen reden kann, und wo der Punkt ist, an dem es dann nicht mehr geht und man sich klar abgrenzen muss.**

Ja, unbedingt. Friedemann Schulz von Thun und ich plädieren eigentlich für eine Art Doppelbewegung. Empathie, Dialogorientierung, Gesprächseuphorie, solange es irgendwie geht. Aber dann eben auch Streitbarkeit, das Beharren auf Unterschieden, Konfrontation, wenn es notwendig ist. Mir selbst hilft eine Unterscheidung zur Klärung eigener Dialogbereitschaft, die Friedemann Schulz von Thun folgendermaßen formuliert: Man soll den anderen immer verstehen, das ist die erste Stufe. Egal, ob man ihn als Gegner begreift oder nicht. Verstehen ist immer notwendig. Hat man aber auch Verständnis, kann man seine Motive und Empfindlichkeiten nachvollziehen? Das ist eine zweite Frage. Hier beginnt das weite Feld. Das ist schwer und nur mit genauem Blick entscheidbar. Und die dritte Frage lautet: Ist man einverstanden?

Diese Dreistufenunterscheidung von Verstehen, Verständnis und Einverständnis hilft mir selbst, um mir klar zu werden: Bin ich eigentlich zu einem wirklichen Dialog mit dem anderen bereit? Und ich halte diese Klärung der eigenen Dialogbereitschaft aus einem sehr einfachen Grund für außerordentlich wichtig: Menschen merken es, ob der Dialog und die Gesprächsangebote bloße Behauptung sind, Showeffekte, therapeutische Pseudoformeln – oder ob man es ernst meint.

**Man sollte also erst einmal bei sich anfangen und erst danach den nächsten Schritt gehen, wenn man feststellt, dass man bereit ist zu einem Dialog?**

Ja, das würde ich sagen. Denn es gibt viel zu viele pauschale Dialogbehauptungen, die schlicht und einfach nur der Konfliktbeschwichtigung dienen. Ich möchte nicht hören, was der andere wütend, ungelenkt und mir blödsinnig erscheinend herausschreit. Eben deshalb nähere ich mich ihm dann in so einer pseudotherapeutischen Betulichkeit und suggeriere und sage: Ja, ich möchte den anderen jetzt ernst nehmen. Ich möchte das Gespräch auf Augenhöhe, ich möchte wirklich zuhören. All das sind ja längst im öffentlichen Raum sehr verbreitete, aus dem therapeutischen Setting heraus diffundierte Formeln und Floskeln, die Mode geworden sind. Aber eben viel zu häufig. Und dafür haben Menschen ein feines Gespür und feine Antennen.

**Umgekehrt stelle ich aber auch fest, dass sich viele ganz aus der Kommunikation heraushalten. Ich höre immer wieder Geschichten, dass Menschen aus ihrem privaten Bereich erzählen, dass da jemand AfD-Positionen hat oder homophob ist. Und dann sagen sie sich: „Ich wink das einfach durch. Das ist mir zu anstrengend. Das ist mir zu absurd.“ Obwohl man ja gerade in diesem privaten Bereich die Chance hätte, zu diskutieren.**

Ja, stimmt. Das ist ambivalent. Natürlich, man muss sich im Sinne auch der eigenen Abgrenzungsfähigkeit selbst schützen. Und es ist ja ungeheuer erschöpfend, mit einem hartgesottenen Verschwörungstheoretiker zu debattieren. Ihm also in das Labyrinth der vielen Details über umgestürzte Türme oder Impfungen oder was auch immer zu folgen. Aber aus meiner Sicht legt die gesellschaftliche Situation, in der wir im Moment leben, nahe, die Dialogzonen so weit wie möglich auszuweiten. Immer in dem Bewusstsein, dass es rote Linien gibt, geben muss.

## »Persönliche Sichtbarkeit reduziert die Enthemmung.«

**Gute, gelingende Kommunikation braucht Zeit und Streit. In den sozialen Medien ist es noch schwieriger als in der Offlinewelt, das umzusetzen, denn sie sind auf schnelle, impulsive Reaktionen ausgerichtet. Hier hat man also noch weniger Zeit für eine gute Kommunikation. Wie bewerten Sie es, dass man sich z. B. auf Twitter unter Hashtags organisiert? Wie #Männerwelten oder #Coronaelternrechnenab? Was ja dann sehr schnell dazu führt, dass sich andere darauf stürzen, und dann ist die Debatte ziemlich schnell tot. Ist es ein Fehler, überhaupt so vorzugehen?**

Nein, das würde ich nicht sagen. Ich bin persönlich außerordentlich fasziniert von dem Hashtag, diesem kleinen Rautezeichen und seiner integrierenden Kraft. Denn hier entstehen neue Formen der Vergemeinschaftung. Im Unterschied zu Kollektiven, die klare Innen-außen-Grenzen besitzen. Denken Sie an eine Partei, denken Sie an ein Unternehmen, hier entstehen Gemeinschaften, die ich „Konnektive“ genannt habe, Gemeinschaften neuen Typs, Ich-wir-Gemeinschaften, die es einerseits ermöglichen, die eigene Individualität zu feiern – ich bin präsent mit meinem Bild, meiner Geschichte, meinem Foto, meinem Mini-Narrativ, meiner Zeile. Und andererseits aber die Integration in ein größeres Ganzes erlauben. Das ist das Prinzip dieser „Konnektive“. Im Unterschied zu Kollektiven, bei denen sehr viel weniger persönlicher Selbstaussdruck, sehr viel weniger persönliche Individualität zeigbar und sichtbar werden kann. Insofern würde ich diese Hashtag-Schwärme nicht pauschal verurteilen. Sie haben ihre gute Kraft entfaltet, denken Sie an die #MeToo-Debatte, die wirklich ein außerordentlich relevantes Thema, nämlich Sexismus in den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Sphären, gesetzt hat. Aber es gibt eben auch das sinnlose Spektakel, den Shitstorm ohne Sinn und Verstand, der dann Unschuldige attackiert und womöglich sozial vernichtet.

**Das geht in den sozialen Medien sehr schnell. Würden Sie sagen, dass wir auch eine andere Struktur der sozialen Medien brauchen, die nicht auf Zuspitzung oder Vernichtung ausgerichtet ist?**

Ja, das würde ich unbedingt so sagen. Persönliche Sichtbarkeit z. B. reduziert die Enthemmung. Natürlich gibt es auch Gegenbeispiele, dass offen gehetzt wird: Da haben wir den Mann mit dem Ingenieurstitel und dem Doktor-titel, der seine Hassrede über Frauen, Medienmacher oder Flüchtlinge mit Klarnamen unterzeichnet. Aber die Sichtbarmachung, die persönliche Konfrontation, die Gestik und Mimik, der Blick in die Augen des anderen – all das erzeugt Empathie. Denken Sie an das kleine Experiment zurück, dass Renate Künast einmal gemacht hat. Zusammen mit einer „Spiegel“-Redakteurin hat sie die schlimmsten Hater, deren Adressen sie herausfinden konnte, besucht. Sie ist von der Facebook-Welt einer viel gehassten, öffentlich attackierten Frau in die Offlinewelt der tatsächlichen Begegnung gegangen. Es ist sehr interessant, dieses Experiment nachzuvollziehen, und es wird durch viele Studien bestätigt. In dem Moment der persönlichen Begegnung verliert der Hass ein Stück Kraft.

**Ist das ein Plädoyer dafür, sich mehr in der realen Welt zu begegnen oder mehr Gesicht zu zeigen?**

Es ist ein Plädoyer dafür, sich *auch* in der realen Welt zu begegnen. Es ist ein Plädoyer dafür, sich diese Mechanismen klarzumachen. Es ist ein Plädoyer dafür, sich offen, berührbar und verletzbar im Netz zu zeigen, auch wenn es schwerfällt. Und es ist ein Plädoyer dafür, Anonymität nicht als einen Wert an sich zu begreifen, sondern als ein Mittel zum Zweck. Anonymität unter den Bedingungen, unter denen man Angst haben muss – in China, in der Türkei, in einer Diktatur –, ist unbedingt wichtig. Anonymität unter den Bedingungen, unter denen man keine Angst haben muss, seine Meinung, seine Auffassungen zu äußern, ist nicht so wichtig, sie wird vollkommen überschätzt.



Joachim von Gottberg

# Corona und das Dilemma ethischer Prinzipien

Zum ersten Mal in der Geschichte unserer Verfassung sind die Prinzipien des Grundgesetzes auf eine so harte Probe gestellt worden: Corona hat die Freiheitsrechte des Einzelnen auf ein Minimum reduziert, die Wirtschaft wurde komplett lahmgelegt, für viele Branchen gab es praktisch ein Berufsverbot. Dass die Bevölkerung diese Einschränkungen nicht als Willkürakt der Regierung, sondern als notwendige Reaktion auf eine gefährliche Pandemie wahrgenommen hat, ist nicht zuletzt den pluralistischen Medien zu verdanken.<sup>1</sup>

**A**ls der Parlamentarische Rat unser Grundgesetz (GG) am 23. Mai 1949 verabschiedete, war sein Ziel, zumindest in Art. 1 (Menschenwürde) und Art. 20 („Die Bundesrepublik Deutschland ist ein demokratischer und sozialer Bundesstaat.“) unumstößliche Grundprinzipien für alle staatlichen Organe festzulegen und damit die Idee einer freiheitlichen deutschen Demokratie zu garantieren. Um dies zu dokumentieren, hat man diese beiden Grundwerte mit der sogenannten „Ewigkeitsklausel“ (Art. 79 Abs. 3) geschützt: Selbst mit

Zweidrittelmehrheit des Bundestages können diese Prinzipien unseres Rechtsstaates nicht abgeschafft oder relativiert werden. Damit ist der Schutz der Menschenwürde (Art. 1 GG), so gut dies juristisch möglich ist, in Stein gemeißelt. Zu den weiteren Grundrechten gehören die in Art. 2 garantierte freie Entfaltung der Persönlichkeit (Abs. 1) und das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit (Abs. 2). Art. 4 sichert die freie Religionsausübung zu, Art. 8 sorgt für die Versammlungsfreiheit, die Privatsphäre in der eigenen Wohnung wird durch Art. 13 geschützt.

## Widersprüchliche Prinzipien

Niemand hätte es für möglich gehalten, dass ein unsichtbares Virus diese Grundprinzipien innerhalb von wenigen Tagen außer Kraft setzen könnte. Art. 1 GG steht sich unter den gegenwärtigen Umständen selbst im Weg. Denn die Menschenwürde ist mit Selbstbestimmung verbunden, die dem Einzelnen die Entscheidung überlässt, auf welche Risiken er sich einlassen will. Eingriffe in die Selbstbestimmung wie die Gurtpflicht im Straßenverkehr sind nur erlaubt, wenn durch die Verweigerung des Gurtes andere Menschen in Gefahr ge-



© Sandra Hermannsen

raten könnten – beispielsweise, weil ein Betroffener im Falle starker Verletzungen oder seines Todes durch das Nichtanlegen des Gurtes anderen bei einem Unfall nicht mehr helfen kann (Az. 1 BvR 331/85). Das Gleiche gilt für das Rauchverbot, das ebenfalls nur mit Blick auf den Nichtraucherschutz verfassungsgemäß ist. Nun muss der Staat auch die Würde derjenigen Menschen schützen, die – in diesem Falle durch das Coronavirus – in Gefahr geraten könnten, weil durch die schnelle Ausbreitung der Seuche Krankenhausbetten mit entsprechenden Beatmungsgeräten knapp werden könnten, was im Falle einer Infektion vor allem bei Risikopatienten mit Vorerkrankungen den Tod bedeuten würde. Da der Schutz der Menschenwürde in Art. 1 GG als Leitwert über allem steht, auch über dem Handeln aller gesellschaftlich relevanten Organe, ist es nicht zu rechtfertigen, besondere Risikogruppen aus dem Schutz ihrer Würde herauszunehmen.

Christiane Hoffmann, Hauptstadtredeurin des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“, hatte zwar Verständnis für den Shutdown, forderte aber in ihrem Leitartikel vom 28. März 2020: „[...] in den kommenden Wochen und Monaten werden wir immer wieder neu abwägen müssen. Dann stehen schwere Entscheidungen an, es wird darum gehen, welche Risiken wir eingehen, um die Wirtschaft wieder in Gang zu bringen. Oder ob es eine Lösung sein kann, die besonders Gefährdeten zu isolieren? [...] Wenn wir jetzt die gesundheitlich Schwächsten schützen, müssen wir sicherstellen, dass den Preis dafür langfristig nicht die wirtschaftlich Schwächsten zahlen.“ (Hoffmann 2020). Bundestagspräsident Wolfgang Schäuble äußerte sich in einem „Tagesspiegel“-Interview kritisch dazu, „dass manche meinten, angesichts der Pandemie habe hinter dem Schutz des Lebens alles andere zurückzutreten. Anders als die Menschenwürde sei das Grundrecht auf Leben kein absoluter Wert, sondern durch andere Grundrechte einschränkbar [...]“. (Schäuble, zitiert nach Müller-Neuhof 2020). Ähnlich äußerte sich der Tübinger Ober-

bürgermeister Boris Palmer: „Wir retten möglicherweise Menschen, die in einem halben Jahr sowieso tot wären“ (Palmer, zitiert nach „Der Tagesspiegel“, 28.04.2020). Faktisch bedeutet das: Die Menschenwürde als *der* Leitwert der Verfassung unseres Staates gilt im Hinblick auf einen zweiten Grundwert, nämlich das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit, nur noch bedingt. Der Staat, so wurde Palmer verstanden, solle seine Schutzmaßnahmen selbst auf die Gefahr hin reduzieren, dass man durch Corona den Tod sogenannter Risikopatienten in Kauf nimmt.

### **Zahlreiche Beschränkungen von Grundwerten**

Aber auch andere Einschränkungen des öffentlichen Lebens setzten verschiedene Grundwerte außer Kraft: Gottesdienste waren nur noch online erlaubt, der Besuch in Alten- und Pflegeheimen wurde nahezu komplett verboten. Schulen wurden geschlossen, Kinderbetreuung gab es nur noch für Eltern, bei denen mindestens ein Elternteil in einem „systemrelevanten“ Beruf arbeitete, Ämter reagierten nur noch auf Onlineanfragen. Das Grundrecht auf freie Berufsausübung (Art. 12 GG) wurde beschnitten, ganze Berufszweige konnten ihrer Arbeit nicht mehr nachgehen, viele Büros stellten auf Homeoffice um. Die Reisefreiheit wurde aufgehoben, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern sperrten ihre Distrikte für Touristen aus anderen Bundesländern. Um die sozialen Folgen zu mildern, wurde die Begrenzung der Neuverschuldung, noch 2009 in Art. 109 Abs. 3 GG beschlossen, wieder aufgehoben. Der Staat drehte mit der Zustimmung ansonsten zurückhaltender Wirtschaftsfachleute den Geldhahn auf, am 3. Juni 2020 wurde ein Konjunkturprogramm von 130 Mrd. Euro beschlossen.

Eine Weile schien es, als hätten die Regierung, das Parlament, die Wirtschaftsbesse und Wirtschaftsweisen ihre Entscheidungskompetenz an Virologen, Epidemiologen und Lungenfachärzte abgegeben. Über die ersten Wochen der Krise hinweg wurde allmorgendlich die

Pressekonferenz von Prof. Dr. Lothar Wieler, Präsident des Robert Koch-Instituts (RKI), live übertragen, der die aktuellen Zahlen von Infizierten und an Corona gestorbenen Personen mitteilte. Der R-Faktor, der anzeigt, wie viele Menschen ein Infizierter durchschnittlich ansteckt, schien plötzlich zur eigentlichen Währung zu werden. Die Einordnung der Lage durch Wissenschaftler wie Prof. Dr. Christian Drosten, Prof. Dr. Alexander S. Kekulé, Prof. Dr. Hendrik Streeck oder Prof. Dr. Melanie Brinkmann war wichtiger als die durch Politikerinnen und Politiker der Bundesregierung.

Obwohl der Shutdown für viele Menschen eine komplette Katastrophe darstellte, blieb es in Deutschland weitgehend ruhig. Selbst der Eingriff in die Unverletzlichkeit der Wohnung, in der Besuche praktisch verboten waren, wurde weitgehend akzeptiert.

### **Die Rolle der Medien**

Proteste gab es kaum, stattdessen stiegen die Zustimmungswerte für die Bundeskanzlerin und die CDU als größte Regierungspartei in vorher für unmöglich gehaltene Höhen. Damit dies gelingen konnte, waren die Medien von entscheidender Bedeutung. Sie haben glaubhaft deutlich gemacht, welche Risiken eine Verweigerung dieser Restriktionen nach sich gezogen hätte. Rundfunk und die Printmedien haben ihr Programm komplett umgestellt. Seit Wochen gibt es keine Nachrichtensendung oder Talkshow, die nicht Corona oder die damit zusammenhängenden Probleme thematisiert hätte. Ob *Markus Lanz*, *stern TV*, *maybrit illner* oder *Anne Will*: Es ging um die Notwendigkeiten der Beschränkungen und die Bereitschaft der Menschen, die Maßnahmen auch ernst zu nehmen. Die Entwicklung der Krankheit, die Problematik der Todesfälle, die Schwierigkeiten, in diesen Zeiten die eigenen Kinder in kleinen Wohnungen zu beschäftigen, das Problem der Onlinelehre für pädagogisch nicht ausgebildete Eltern – alle Themen wurden ausführlich dargestellt. Das Land versank in einer kollektiven

Coronahypnose, an der die Medien einen großen Anteil hatten.

Neben der intensiven Berichterstattung über die Gefährlichkeit des Coronavirus wirkten die Medien aber auch sehr intensiv an der Konditionierung ihrer Rezipientinnen und Rezipienten mit. Sie zeigten, wie die Polizei unzulässige Menschengruppen auflöste und vereinzelt Verhaftungen vornahm. Pressekommentare drückten Unverständnis über so viel Unmoral und Verantwortungslosigkeit aus. Politiker lobten ihrerseits über die Medien eindringlich die große Bereitschaft der Menschen, sich an die jeweiligen Auflagen zu halten: Wohlverhalten wurde gelobt, Fehlverhalten massiv getadelt. Dabei kamen die realistischen Opferbilder dem Gelingen dieses hypnotischen Zustandes zu Hilfe. Aus Italien und Spanien, später auch aus den USA und Brasilien gab es Bilder und Berichte von Mengen an Särgen, die aus den Krankenhäusern geholt und irgendwo „geparkt“ werden mussten, weil die Beerdigungsinstitute völlig überfordert waren.

### Der ethische Diskurs

Auch der Deutsche Ethikrat gab zu den ethischen Fragen der Coronakrise am 27. März 2020 eine Stellungnahme ab, die der damalige Vorsitzende Dr. Peter Dabrock, Professor für Systematische Theologie an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, und der Verfassungsrechtler Dr. Steffen Augsburg, Professor für Rechtswissenschaft an der Justus-Liebig-Universität Gießen, in der Bundespressekonferenz am 7. April 2020 vorstellten. Augsburg ging zunächst auf das ethische Problem der Triage ein. Art. 1 GG verbiete es dem Staat, qualitative oder quantitative Kriterien an das menschliche Leben anzulegen, jeder Mensch sei gleich viel wert, so Augsburg. Moralische Einschätzungen hätten sich an die rechtlichen Vorgaben zu halten. Man dürfe nicht verschiedene Kriterien an die Jüngeren oder Älteren anlegen. Wenn alle Plätze belegt seien und ein neuer Patient nur überlebe, wenn die Beatmung eines anderen hierfür beendet werde, werde

eine im Ergebnis tödliche Handlung vorgenommen. Das Pflegepersonal könne sich in diesen Fällen an Empfehlungen von Fachgremien orientieren. Ob das in der Praxis eine hilfreiche Position ist, bleibt zweifelhaft: Egal, wie der Arzt handelt, könnte er für den Tod entweder des einen oder des anderen Patienten verantwortlich gemacht werden.

Dabrock ging auf die Frage ein, ob der begonnene Diskurs über Ausstiegsszenarien aus dem Lockdown ethisch erlaubt sei oder ob man sich in Geduld üben müsse. Zwar sei es für Lockerungen derzeit zu früh, aber es sei nie zu früh für eine öffentliche Diskussion über Öffnungsperspektiven. Die Menschen brauchten in einer solchen Situation Hoffnungsbilder. Die Stellungnahmen von Politikern zu möglichen Öffnungen würden allerdings aus Sicht des Ethikrates zu sehr den Zeitaspekt betreffen und zu wenig auf die fachlichen und sozialen Kriterien eingehen. Wenn man angekündigte Lockerungen später aufschieben oder zurücknehmen müsse, führe das zu Frustrationen – und das bedrohe die große Zustimmungsrate. Man solle immer wieder kritisch prüfen, ob die Maßnahmen für alle oder für einzelne Gruppen weiterhin geeignet, erforderlich und angemessen, kurzum: verhältnismäßig seien. Dabei gehe es um die Bedeutung unterschiedlicher schutzwürdiger Güter und das Maß eines akzeptierbaren Risikos. Es gehe nicht nur darum, ob das Leben oder die Wirtschaft zuerst zu sichern sei, es gebe darüber hinaus weitere Solidaritätskonflikte. Der Wille, den betroffenen Kranken zu helfen, führe oft dazu, die Opfer des Lockdowns aus dem Blick zu verlieren: Operationen würden verschoben, Präventionsuntersuchungen abgesagt, Therapien abgebrochen, Sterbende und Kranke nicht mehr so begleitet, wie es die Menschlichkeit verlange. Es gehe um die Abwägung zwischen dem medizinisch Notwendigen und dem sozial Hinnehmbaren. Deshalb seien nicht nur die Fachwissenschaftler gefragt, vielmehr müsse die Wissenschaft zusammen mit der Politik nach den besten Maßnahmen aufgrund der gegebenen Fakten suchen lassen: „Die Coronakrise ist die Stunde

der demokratisch legitimierten Politik“, so Dabrock.

### Das Bedürfnis nach Normalität

Die Medien spürten den Zeitpunkt, an dem die Bereitschaft für die Restriktionen allmählich abnahm. Nun tauchten auch Fachleute und Politiker auf, die eine lockerere Sicht auf die Dinge hatten. Das führte auch zu Verwirrungen, z. B. in Bezug auf die Maskenpflicht. Der Radiologe Prof. Dr. Frank Ulrich Montgomery, 18 Jahre lang Präsident des Marburger Bundes und seit 2019 Präsident des Weltärztebundes, stellte wie einige andere die Masken als eher gefährlich dar. Nach langem Zögern ist inzwischen in öffentlichen Verkehrsmitteln, Geschäften und Restaurants – dort allerdings nur für die Kellnerinnen und Kellner – die Maske zur Pflicht geworden.

Letztlich waren es Politiker und der Epidemiologe Hendrik Streeck, die die Wende einläuteten. Armin Laschet, Ministerpräsident in Nordrhein-Westfalen, dessen Bundesland in Heinsberg durch die leichtfertig zugelassenen Karnevalsveranstaltungen besonders hohe Infiziertenzahlen verzeichnete, gab bei dem Bonner Epidemiologen eine repräsentative Studie in Auftrag, die nicht mehr nur die Statistiken von Infizierten und Gestorbenen zugrunde legte und damit diejenigen nicht erfasste, bei denen keine Symptome vorlagen und deshalb nicht getestet wurden.<sup>2</sup> Von den etwa 500 durch Streeck getesteten Personen verfügten im Ergebnis 15 % bereits über Antikörper, also sehr viel mehr als die vorher bekannte Zahl der Infizierten. Die „Durchseuchungsrate“ – also der Anteil der Menschen, die aufgrund einer bereits überstandenen Erkrankung Antikörper aufweisen und deshalb mutmaßlich gegen weitere Infektionen immun sind – war größer als erwartet.

Armin Laschet nutzte die Vorstellung der Studie für die Forderung nach einer allmählichen Lockerung der Schutzmaßnahmen. „Wir müssen eine Lösung finden, wie wir Freiheit und Gesundheitsschutz besser in Einklang bringen können.“ (Laschet, zitiert nach Voogt 2020). Sein bayerischer Amtskollege

Markus Söder hingegen hielt solche Überlegungen für verfrüht. Angela Merkel warb ihrerseits für eine bundesweite Einigung auf weitere drei Wochen des Shutdowns, ebenso der Virologe Christian Drosten, der eindringlich vor einer zweiten Welle warnte, die schlimmer werden könnte als die erste. Auch der Physiker Prof. Dr. Michael Meyer-Hermann, der die Entwicklung der Pandemie in digitalen Computermodellen nachbaute, riet zur Vorsicht: „Ich hätte es bevorzugt, wenn wir versucht hätten, mit allen uns zur Verfügung stehenden Mitteln eine totale Bremse zu ziehen, damit wir in einer absehbaren Zeit zu einer großen Normalität zurückkehren können.“ (Meyer-Hermann 2020). Aber in den Medien und auch in der Bevölkerung hatte sich die Stimmung in Richtung Lockerung gedreht. Das spürte auch Markus Söder – und plötzlich brach die Bereitschaft der Länder ab, mit Kanzlerin Merkel gemeinsam bundesweit geltende Maßnahmen zu verabreden. Söder kündigte die Öffnung der Grenzen nach Österreich an, der Tourismus kommt allmählich wieder in Gang. Inzwischen dürfen Urlauber wieder an die Nord- und Ostsee, wenn auch mit Sicherheitsabstand und Maskenpflicht. Die Medien machten diesen Prozess mit und sorgten dafür, dass in der Bevölkerung ein Bewusstsein für ein Restrisiko der zweiten Welle erhalten blieb.

Bodo Ramelow, Ministerpräsident in Thüringen, erntete zunächst viel Kritik, als er am 26. Mai 2020 in seinem Bundesland alle Coronabeschränkungen mit dem Hinweis aufhob, es gebe dort keine Infizierten mehr. Doch inzwischen ist auch die Urlaubsreise nach Spanien und Italien wieder möglich, die Schritte in Richtung Normalität werden immer größer, auch wenn die Gefahr einer zweiten Welle immer noch besteht. Momentan (Stand: Mitte Juni 2020) sind die Infektionszahlen trotz der inzwischen galoppierenden Rücknahmen der Restriktionen immer noch relativ niedrig. Im Vergleich zum Anfang der Krise, als einige wenige Infizierte das Virus aus anderen Ländern mit nach Deutschland gebracht hatten und sich Covid-19 rasend schnell verbreitete,

scheint es nun zwar einige Herde zu geben – so nach einem Gottesdienst in Frankfurt, einer Familienfeier in Göttingen und in verschiedenen Massenunterkünften von Mitarbeitern in Schlachthöfen –, aber das sind bisher einzelne, lokal begrenzte Ausbreitungen. Wenn man heute in Restaurants oder an Badestränden nach Distanz und Abstand Ausschau hält, hat man das Gefühl, Corona hätte es nie gegeben. Der Hunger der Menschen nach Normalität und Kontakt zu anderen scheint keine Grenzen zu kennen. Wir können nur hoffen, dass dies gut geht.

### Fazit

Schon die Positionierung des Ethikrates zeigt: Zu Prinzipien unserer Grundrechte gibt es in Krisenzeiten manchmal nur sehr relative Antworten. Die Menschenwürde in Art. 1 GG gilt zwar für jeden, doch in einer Abwägung darüber, ob der Arzt eher einen Todkranken oder einen relativ Gesunden rettet, hilft das nicht weiter. Auch die Hilfestellungen von Fachverbänden können dieses Dilemma nicht ausräumen. Es ist praktisch nicht möglich, in der gegenwärtigen Krisensituation den Grundwerten unserer Verfassung konsequent zu folgen. Das in dem Begriff der Menschenwürde implementierte Recht auf Selbstbestimmung – ebenso wie eine Reihe anderer Grundwerte wie das der freien Religionsausübung oder das Recht auf Privatheit in der eigenen Wohnung – steht in einem offensichtlichen Widerspruch zu dem Grundrecht auf Leben anderer, das – ebenfalls dem Schutz der Menschenwürde folgend – grundsätzlich nicht danach abgewogen werden darf, ob jemand möglicherweise ohnehin bald gestorben wäre. Der Staat hat den Menschen sehr viel abverlangt und versucht, eine Balance zwischen den relevanten Grundrechten herzustellen und dabei möglichst den Schaden für die betroffenen Gruppen abzumildern. Die Medien haben den kommunikativen Teil des Prozesses recht gut gemanagt und dazu beigetragen, dass der Shutdown – zumindest bisher – ohne allzu großen Schaden abgelaufen ist. Die Triage ist uns zum Glück in

Deutschland erspart geblieben. Aber die Coronakrise hat uns gezeigt, dass die Werte unseres Grundgesetzes zwar als prinzipielle Absichtserklärungen sehr gut geeignet sind, dass es aber immer wieder Fälle gibt, in denen sich die einzelnen Prinzipien widersprechen und eine eindeutige Position nicht möglich ist. Das Ergebnis sind Konstrukte, die nach einem über die Medien geführten Diskurs durch die demokratisch legitimierte Politik entstehen müssen.

### Anmerkungen:

- 1 Informationsstand: Mitte Juni 2020
- 2 Die Präsentation von Zwischenergebnissen der Studie durch Armin Laschet und Hendrik Streeck ist abrufbar unter: <https://www.youtube.com> (letzter Zugriff: 16.06.2020)

### Literatur:

- Ärztzeitung:** *Corona-Schutzmaßnahmen. Montgomery hält Maskenpflicht für falsch.* In: *Ärztzeitung online*, 23.04.2020. Abrufbar unter: <https://www.aerztezeitung.de> (letzter Zugriff: 16.06.2020)
- Der Tagesspiegel:** *Boris Palmer provoziert in Coronavirus-Krise. „Wir retten möglicherweise Menschen, die in einem halben Jahr sowieso tot wären.“* In: *Der Tagesspiegel*, 28.04.2020. Abrufbar unter: <https://www.tagesspiegel.de> (letzter Zugriff: 16.06.2020)
- Deutscher Ethikrat:** *Pressekonferenz zur Coronakrise.* Berlin, 07.04.2020. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com> (letzter Zugriff: 16.06.2020)
- Hoffmann, C.:** *Der Preis des Lebens. Die Pandemie zwingt der Welt eine Tabudebatte auf.* In: *Der Spiegel*, 14/2020, 28.03.2020, S. 6
- Meyer-Hermann, M.:** Interview. In: *ZDF heute-journal*, 15.04.2020 (zitiert nach RiffReporter). Abrufbar unter: <https://www.riffreporter.de> (letzter Zugriff: 16.06.2020)
- Müller-Neuhof, J.:** *Schäubles Einlassungen zu Corona. Einer muss es mal sagen.* In: *Der Tagesspiegel*, 29.04.2020. Abrufbar unter: <https://www.tagesspiegel.de> (letzter Zugriff: 06.06.2020)
- Voigt, G.:** *Wege in die Normalität. Die Erkenntnisse aus der Pressekonferenz mit Armin Laschet.* In: *Kölner Stadt-Anzeiger*, 09.04.2020. Abrufbar unter: <https://www.ksta.de> (letzter Zugriff: 16.06.2020)



Prof. Joachim von Gottberg ist Chefredakteur von *tv diskurs*.



Wir haben den öffentlichen Diskurs auf Plattformen ausgelagert, die sich dafür kaum eignen. Soziale Medien sind für kommerzielle Zwecke optimiert und befördern Desinformation, Propaganda und andere negative Kollateraleffekte.

Ulrike Klinger

# Haartrockner gegen Corona?

## Soziale Medien und die Infodemie

Haben Sie es schon gehört? Das Coronavirus gibt es gar nicht. Es ist ein Biokampfstoff, der in Laboren gezüchtet wurde. Das Virus verbreitet sich über 5G. Man kann es mit Chlordioxid loswerden. Ein Haartrockner reicht auch. Dank Corona kehrt die Natur zurück und in Venedig gibt es wieder Delfine. Dies sind nur einige wenige Beispiele der zahlreichen Lügen, Verschwörungslegenden, Halbwahrheiten und Absurditäten, die in den letzten Wochen im Kontext der Coronaviruskrise in sozialen Medien verbreitet wurden. Eine wilde Melange aus Virusleugnung, vermeintlichen Wundermittelchen, rassistischen und xenophoben Inhalten, die nun mit einem Corona-Spin versehen wurden und den üblichen Weltherrschaftsverschwörungsmythen. Bereits Anfang Februar 2020 warnte die WHO vor der „Infodemie“, die mit dem pandemischen Gesche-

hen einhergehe und es schwierig mache, mit korrekten und wichtigen Informationen durchzudringen.

Gerade in einer Krise sind Orientierung und rationale öffentliche Diskurse elementar. Tatsächlich waren Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler lange nicht so präsent in den Medien wie in den letzten Wochen während der Coronaviruskrise. Das Vertrauen in Wissenschaft stieg weiter an, ebenso die Nutzung etablierter Medien, auch das oft totgesagte lineare Fernsehen konnte Zuwächse verzeichnen. Scheinbar eine paradoxe Situation: einerseits ein reichhaltiges journalistisches Angebot an Coronaberichterstattung und Virologen-Podcasts, andererseits eine Flut an Desinformation auf WhatsApp, YouTube und Twitter. Sind also die sozialen Medien schuld an der Infodemie?

## Soziale Medien als Nachrichtenquellen

In allen Altersgruppen unter 45 Jahren hat das Internet das Fernsehen als Hauptnachrichtenquelle abgelöst. Für 11 % der deutschen Internetnutzer sind soziale Medien eine Hauptnachrichtenquelle, bei den 18- bis 24-Jährigen für 30 %. Eine Zeitung lesen in dieser Altersgruppe nur noch 5 %, 2019 waren es noch doppelt so viele. Sogar WhatsApp nutzen 16 % der Deutschen als Nachrichtenquelle. Dies zeigt sich auch in der Pandemie. Obwohl das Fernsehen mehr als sonst eingeschaltet wurde, informierte sich etwa die Hälfte der deutschen Internetnutzerinnen und -nutzer auch in den sozialen Medien über Corona und Covid-19, bei den jüngeren Altersgruppen sogar 72 % (alle Daten: Hölzig/Hasebrink 2020). Was über soziale Medien kursiert, ist also keineswegs marginal oder irrelevant für den öffentlichen Diskurs.

Es wäre ein Missverständnis, online und offline, traditionelle Medien und soziale Netzwerke als getrennte Kommunikationsumwelten zu betrachten. Wir leben in hybriden Mediensystemen, in denen sich beide Bereiche überschneiden und miteinander verwoben sind. Informationsflüsse und Diskursdynamiken finden über verschiedene Plattformen hinweg statt. So zeigte eine Studie der Fact-Checking-Organisation „Correctiv“, dass die Leute Desinformation über Corona zwar meistens über WhatsApp begegnen, die Quelle in den meisten Fällen aber YouTube ist – weil in WhatsApp-Gruppen eben viele Links zu Videos geteilt werden (Echtermann 2020). Schaut man sich die Links an, die am meisten über Twitter in Tweets zu Corona und Covid-19 geteilt wurden, sieht man zum Großteil Links zu traditionellen Massenmedien, z. B. verlinkte Artikel der Tageszeitungen oder des öffentlichen Rundfunks. Informationen, ob korrekt oder falsch, reisen über mehrere Plattformen und soziale Netzwerke hinweg, genauso wie Nutzer nicht entweder Twitter oder Instagram oder YouTube nutzen, sondern verschiedene Plattformen vernetzt. Auch der Zugriff auf klassische Medieninhalte erfolgt nicht nur über einen direkten Zugriff (z. B. über Zeit online), sondern über Links, die in sozialen Medien geteilt werden.

Soziale Medien sind algorithmisch kuratierte Informationsumwelten. Die Inhalte, die wir dort sehen, wurden von Algorithmen für uns datenbasiert ausgewählt. Alles, was wir anklicken, liken oder kommentieren, beeinflusst daher, welche Inhalte wir später angezeigt bekommen oder – vielleicht noch wichtiger – welche wir eben nicht sehen können. Das bedeutet, dass diese Art des Informationszugangs zum einen hochgradig personalisiert ist. Jeder sieht andere Inhalte, was die Wahrnehmung einer gemeinsam erlebten Realität schwieriger macht. Zum anderen werden über soziale Medien vor allem kostenlose Inhalte geteilt. Hochqualitativer Journalismus, investigative Recherchen, aufwendige Reportagen, die nur für Abonentinnen und Abonnenten oder hinter einer Paywall publiziert sind, werden sich kaum bei Twitter oder Facebook verbreiten. Populär ist, was zugänglich ist und viele Interaktionen auslöst.

## Nicht für Diskurse gemacht:

### Wie das Design Kommunikation beeinflusst

Die technologischen und sozialen Affordanzen, also die Gebrauchseigenschaften dieser Plattformen, die Art und Weise, wie sie eingerichtet sind, welche Interaktionsmöglichkeiten sie uns anbieten und ihr Design, haben einen direkten Einfluss auf die Kommunikation und die Diskurse, die dort stattfinden. Nachdem frühe Studien vor allem das emanzipatorische und demokratisierende Potenzial betont haben (Facebook-Revolutionen!), zeichnet sich nach über zehn Jahren empirischer Forschung ein eher nüchternes und düsteres Bild. Das Design und die Funktionsweise von sozialen Medien eignen sich in hervorragender Weise dazu, die Quellen von Informationen zu verschleiern und soziale Signale (Likes, Shares, Kommentare) zu manipulieren (Bimber/Gil de Zúñiga 2020). Hyperaktive Nutzer, automatisierte Accounts (sogenannte Social Bots) erwecken den Eindruck von sozialen Bewegungen und gesellschaftlicher Relevanz, wo eigentlich nur laute Minderheiten mobilisieren.

Ob in einer Krise oder unter normalen Bedingungen, soziale Medien sind kaum geeignet für rationale öffentliche Diskurse. Dies müsste nicht zwangsläufig so sein und ist auch nicht direkt der Technologie an sich anzulasten. Es liegt vielmehr daran, dass sie nicht primär für politische Information und Diskurse eingerichtet sind, sondern um möglichst viel Geld mit Werbung und der Erhebung vermarktbarer Daten zu verdienen (Zuboff 2019). Verlagert eine Gesellschaft nun aber öffentliche Kommunikation und Diskurse in eine solche Umgebung, bleiben Kollateraleffekte nicht aus.

### Desinformation ist auch ein Geschäftsmodell

Studien zeigen, dass sich Desinformation über soziale Medien schneller, weiter und tiefer verbreitet als faktisch richtige Informationen, ganz besonders, wenn es um politische Informationen geht (Vosoughi/Roy/Aral 2018). Dies liegt nicht unbedingt an der Technologie, sondern auch an den Nutzerinnen und Nutzern selbst. Clickbait, reißerische Überschriften und Titel, führen zu vielen Interaktionen, die dann von den Algorithmen der Plattformen belohnt werden. Es wird sehr viel geklickt und geteilt, ohne vorher gelesen worden zu sein (Gabiolkov/Ramachandran/Chaintreau/Legout 2016). Dadurch wird Desinformation zum Geschäftsmodell, weil sich mit Interaktionen viel Geld verdienen lässt, etwa mit Klicks auf Links, die zu Webseiten voller Werbung führen, oder mit häufig angeklickten YouTube-Videos. Diese Art von Geschäftsmodell mit Desinformation hat sich auch im US-Wahlkampf 2016 bemerkbar gemacht. Gerade in einer Krise, in der Nutzerinnen und Nutzer Orientierung und Informationen suchen, kann das schnell zu einem Problem werden.

Um Nutzerinnen und Nutzer möglichst lange auf den Plattformen zu halten, damit sie möglichst viel Aufmerksamkeit und Interaktionen dort lassen, tendieren soziale Medien zu Radikalisierung und Polarisierung (Tufekci 2018). Im Jahr



2016 bestand ein Drittel der großen politischen Facebook-Gruppen in Deutschland aus extremistischen, von Rassismus und Verschwörungslegenden geprägten Gruppen, deren Mitglieder größtenteils über Facebooks eigene Empfehlungssysteme rekrutiert wurden, d. h., Facebook schlug Nutzern aktiv vor, diese Gruppen könnten ihnen gefallen (Horwitz/Seetharaman 2020). Wenn es um politische Kommunikation von Parteien und Politikern geht, verbreiten sich emotionale, negative Botschaften und „attack messages“ besonders gut (Hemsley 2019), wovon vor allem populistische Akteure profitieren (Bobba 2019; Jost/Maurer/Hassler 2020).

Diese Kollateraleffekte finden nicht in einem luftleeren Raum statt, sondern vor dem Hintergrund eines massiven Bedeutungsverlusts etablierter Gatekeeper, eines kriselnden Journalismus, der sich kaum noch über Werbung finanzieren lässt, und einer immer schwächer werdenden Bindungskraft von Parteien und politischen Institutionen. Öffentlichkeit ist daher heute zunehmend uneditiert und dissonant: eine Vielzahl von Stimmen und Meinungen, die in einer Kakophonie gegeneinander kommunizieren und es nicht schaffen, Konflikte sinnvoll zu bearbeiten (Bennett/Pfetsch 2018). Das ist kein vorübergehendes Phänomen, sondern ein strukturelles Problem der politischen Kommunikation in digitalen Öffentlichkeiten.

### Was kann man nun tun?

Wir haben den öffentlichen Diskurs und unsere Nachrichtenquellen in eine Umgebung ausgelagert, die dafür nicht geschaffen ist und eine ganze Reihe von negativen Effekten auf politisches Wissen und politisches Interesse mit sich bringt (Shehata/Strömbäck 2018). Wir alle haben in der Coronaviruskrise viel über Nies- und Handhygiene gelernt. Auch für unser Verhalten auf sozialen Medien helfen ein paar einfache Regeln, um die Infodemie einzudämmen: Wer gut informiert sein will, darf sich nicht auf Gratisinhalte verlassen. Nichts teilen, was man nicht vorher auch komplett gelesen oder angeschaut hat. Popularitätswerte wie Likes oder Shares nicht überbewerten: Sie bedeuten fast gar nichts. Kommentare mit Skepsis lesen: Nur sehr wenige, sehr aktive und oft ideologisch geprägte Akteure kommentieren sehr viel. Laute Minderheiten: Themen und Meinungen online sind nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung. Daran denken: Soziale Netzwerke sind ziemlich uneditiert (jeder kann alles posten) und voller versteckter Werbung.

Langfristig wird es ohne Regulierung nicht gehen. In der Coronaviruskrise haben die Plattformen mit zahlreichen Maßnahmen gezeigt, dass sie Desinformation ernst nehmen. Google priorisierte Informationen aus autoritativen Quellen, Twitter und Facebook löschten Desinformation oder versahen sie mit Warnhinweisen, WhatsApp unterband das massenhafte Teilen von Links in Chatgruppen. Um sinnvolle Regeln für soziale Medien zu finden, wird es nötig sein, dass die Plattformen, Politik und Wissenschaft stärker und besser als bisher kooperieren. Da Facebook, Google u. a. bislang kaum Daten mit unabhängiger Forschung teilen, verstehen wir nur unzurei-

chend, was in den sozialen Netzwerken passiert, wie Informationsflüsse und Diskursdynamiken funktionieren und die disruptiven negativen Effekte auf Demokratie und Gesellschaft zu verhindern wären. Unabhängiger Journalismus muss gestärkt werden, ebenso die Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger – in allen Altersgruppen.

Die Coronaviruskrise hat in vielen Bereichen Missstände offengelegt. Die Infodemie hat uns gezeigt, wie hervorragend sich soziale Medien zur Verbreitung von Desinformation und Propaganda eignen, wie empfänglich breitere Teile der Bevölkerung für solche Botschaften und wie ungeeignet diese Plattformen für rationale Diskurse sind. Das bleibt auch jenseits der akuten Krise so, ist aber keinesfalls zwangsläufig. Technologien sind nicht statisch, man kann sie verändern. Es bleibt die Aufgabe demokratischer Gesellschaften, darauf zu drängen, dass Technologien ihnen nutzen, statt ihnen zu schaden.

### Literatur:

- Bennett, W. L./Pfetsch, B.:** *Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres.* In: *Journal of Communication*, 2/2018/68, S. 243–253
- Bimber, B./Gil de Zúñiga, H.:** *The unedited public sphere.* In: *New Media & Society*, 4/2020/22, S. 700–715
- Bobba, G.:** *Social media populism: features and 'likeability' of Lega Nord communication on Facebook.* In: *European Political Science*, 18/2019, S. 11–23
- Echtermann, A.:** *Datenanalyse: Nutzer finden fragwürdige Corona-Informationen vor allem auf Youtube und verbreiten sie über Whatsapp.* In: *Correctiv – Recherchen für die Gesellschaft*, 02.05.2020.  
Abrufbar unter: <https://correctiv.org> (letzter Zugriff: 28.06.2020)
- Gabielkov, M./Ramachandran, A./Chaintreau, A./Legout, A.:** *Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?.* In: *ACM SIGMETRICS/IFIP Performance 2016*, Jun 2016, Antibes Juan-les-Pins, France 2016
- Hemsley, J.:** *Followers Retweet! The Influence of Middle-Level Gatekeepers on the Spread of Political Information on Twitter.* In: *Policy & Internet*, 3/2019/11, S. 280–304
- Hölig, S./Hasebrink, U.:** *Reuters Institute Digital News Report 2020. Ergebnisse für Deutschland.* Hamburg 2020.  
Abrufbar unter: <https://www.hans-bredow-institut.de> (letzter Zugriff: 28.06.2020)
- Horwitz, J./Seetharaman, D.:** *Facebook Executives Shut Down Efforts to Make the Site Less Divisive.* In: *The Wall Street Journal*, 26.05.2020.  
Abrufbar unter: <https://www.wsj.com> (letzter Zugriff: 28.06.2020)
- Jost, P./Maurer, M./Hassler, J.:** *Populism Fuels Love and Anger: The Impact of Message Features on Users' Reactions on Facebook.* In: *International Journal of Communication*, 22/2020/14, S. 2081–2102
- Shehata, A./Strömbäck, J.:** *Learning Political News From Social Media: Network Media Logic and Current Affairs News Learning in a High-Choice Media Environment.* In: *Communication Research*, 1/2018/17
- Tufekci, Z.:** *YouTube, the Great Radicalizer.* In: *The New York Times*, 10.03.2018.  
Abrufbar unter: <https://www.nytimes.com> (letzter Zugriff: 28.06.2020)
- Vosoughi, S./Roy, D./Aral, S.:** *The spread of true and false news online.* In: *Science*, 6380/2018/359, S. 1146–1151
- Zuboff, S.:** *The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power.* London 2019



Dr. Ulrike Klinger ist Juniorprofessorin für Digitale Kommunikation an der Freien Universität Berlin und leitet die Forschungsgruppe „Nachrichten, Kampagnen und die Rationalität öffentlicher Diskurse“ am Weizenbaum-Institut für die vernetzte Gesellschaft in Berlin.

# „Im Feindbild vereint“

Christina Heinen im Gespräch mit Pia Lamberty

Die Pandemie scheint den Verschwörungsglauben zu befeuern. Die Psychologin Pia Lamberty forscht dazu, was Menschen dazu motiviert, ungeachtet anderslautender Fakten den abstrusesten Verschwörungserzählungen anzuhängen. *tv diskurs* sprach mit ihr sowohl über die zugrunde liegenden Erzählstrukturen und Vorurteile als auch über den psychologischen Benefit, den der Glaube an eine Verschwörung seinen Anhängern beschert.

### **Warum spielen Verschwörungstheorien in letzter Zeit eine so große Rolle? Ist das ein Merkmal von Gesellschaften in Krisen?**

Krisen haben das Potenzial, den Verschwörungsglauben zu befeuern.

In Situationen, in denen Menschen das Gefühl haben, keine Kontrolle zu haben, in denen sie sich machtlos fühlen, bedienen Verschwörungserzählungen Ängste und geben vermeintlich Struktur im Chaos. Man hat ein Feindbild, auf das negative Emotionen projiziert werden können, während beispielsweise das Virus eine unsichtbare Gefahr darstellt, die schwerer handhabbar scheint. Aus der Theorie lässt sich annehmen, dass der Verschwörungsglaube ansteigt während einer Pandemie. Ob Corona den Verschwörungsglauben aber wirklich befeuert, ist noch offen. Die Forschung steht hierzu noch ganz am Anfang. Zu beobachten ist nämlich gleichzeitig auch eine gegensätzliche Tendenz: Das Vertrauen in die Wissenschaft ist gestiegen. Es könnte also auch sein, dass der Verschwörungsglaube nicht zugenommen hat, sondern sichtbar geworden ist. Oder dass es zu einer Polarisierung kommt: Im Mittel ist das Vertrauen zwar gestiegen, aber eine kleinere Gruppe könnte sich radikalisiert haben.

### **Verschwörungserzählungen haben also nicht unbedingt zugenommen, sondern eventuell nehmen wir sie nur stärker wahr – als Kontrast zu anderen Arten des Umgangs mit der derzeitigen Krise?**

Ich würde da für den Moment noch ein Fragezeichen setzen. Es gibt erste Studien aus Deutschland, die zeigen, dass 17 % der Menschen glauben, es würde sich bei Corona um eine Lüge handeln. Ebenfalls 17 % glauben, dass Corona absichtlich im Labor gezüchtet wurde, um die Bevölkerungszahlen zu reduzieren. Ich finde, das sind keine geringen Werte.

### **Sind das zweimal 17 %?**

Ja. Das kann aber nicht einfach aufaddiert werden, da 9 % beides glauben!

### **Das beschreiben Sie auch in Ihrem Buch<sup>1</sup>: Anhänger von Verschwörungserzählungen glauben nicht nur einer, sondern oftmals mehreren – und sogar solchen, die sich widersprechen.**

Das ist tatsächlich ein stabiler Befund aus der Psychologie, der das erste Mal 2012 veröffentlicht wurde. Damals wurde gezeigt, dass Menschen, die glauben, dass Prinzessin Diana noch lebt, auch eher glauben, dass sie vom Geheimdienst ermordet wurde. Das zeigt sich für die heutige Krise auch. In Deutschland, den USA, aber auch in Großbritannien gibt es den Glauben an sich logisch ausschließende Verschwörungserzählungen. Das wurde damals als Beleg für Irrationalität gewertet. Mittlerweile ist die Forschung aber an einem anderen Punkt. Inzwischen geht man davon aus, dass diese Menschen glauben: „Es muss anders sein! Ich weiß vielleicht nicht wie anders, aber so, wie ihr es mir erzählt, kann es nicht passiert sein.“

### **Das Misstrauen gegenüber der Wissenschaft oder dem, was etablierte Medien vertreten, ist also wichtiger als der Inhalt der Verschwörungserzählung?**

Es geht um eine Vorurteilshaltung gegenüber all denen, die als mächtig wahrgenommen werden, seien es die Wissenschaft, die Medien, die Politik, die Weltgesundheitsorganisation (WHO) oder das Robert Koch-Institut (RKI). Auch beim Antisemitismus sieht man das. Immer geht es um Gruppen, die als mächtig wahrgenommen werden und denen man alles zutraut.

### **Das erklärt, warum z. B. bei den sogenannten „Hygienedemos“ Menschen mit ganz unterschiedlichen Anliegen zusammenfinden.**

Ja, die Menschen sind in ihrem Feindbild vereint. Das Thema „Impfungen“ bringt ja schon seit Langem linksradikale, bürgerliche und auch rechtsradikale Gruppen zusammen. Wenn wir bedenken, dass 2019 18 % an eine Impfverschwörung geglaubt haben, sehen wir, welches Mobilisierungspotenzial es da gibt.

### **Könnten Sie noch einmal kurz die verschiedenen Begrifflichkeiten definieren? Sie unterscheiden z. B. zwischen Verschwörungsmythos und Verschwörungserzählung?**

Lange Zeit wurde von Verschwörungstheorien gesprochen. Davon rückt man nun zunehmend ab, da es sich ja gerade nicht um Theorien handelt. Bei einer Theorie würden Fakten geprüft und in dem Moment, wo klar wird, dass die Fakten nicht mit der eigenen Annahme in Einklang stehen, muss die Theorie abgeändert werden.

»Krisen haben das Potenzial, den Verschwörungsglauben zu befeuern.«

Bei Verschwörungserzählungen passiert das Gegenteil: Die eigenen Annahmen werden nicht den Fakten angepasst. Die Informationen werden nur noch aus der eigenen Weltsicht heraus verarbeitet. Deshalb plädiere ich für den Begriff der Verschwörungserzählung.

Ergänzend finde ich den Begriff des Verschwörungsmythos wichtig. Er meint, dass es abstrakte Mythen gibt, die sich immer wieder aktualisieren und sich in konkreten Verschwörungserzählungen niederschlagen. Ein Mythos wäre z. B. die jüdische Weltverschwörung; er findet sich in Erzählungen über die Illuminaten, die Rothschilds oder auch George Soros wieder.

### **Haben die Verschwörungserzählungen, abgesehen von der aktuellen Situation, generell zugenommen?**

Das ist schwierig einzuschätzen. Es existieren dazu wenige Langzeitstudien, da das Thema in der Vergangenheit eher nebensächlich behandelt wurde. Die *Autoritarismus-Studie* von Oliver Decker u. a.<sup>2</sup>, die von 2002 bis 2018 durchgeführt wurde, ist eine der wenigen, die das über längere Zeit beobachtet hat. Im Ergebnis konnte ein Anstieg des abstrakten Verschwörungsglaubens bestätigt werden.

### **Können Sie das näher erklären?**

Setzt man sich wissenschaftlich mit dem Thema auseinander, kann man sich anschauen, wie entweder die Zustimmung oder die Ablehnung zu konkreten Verschwörungserzählungen sich wandelt.

Eine andere Option, das Phänomen wissenschaftlich zu greifen, ist es, den abstrakten Glauben an Verschwörungen zu erfragen und abzubilden. Bei dieser Methode werden keine konkreten Verschwörungsnarrative erfragt, sondern es wird die Zustimmung zu allgemeineren Sätzen wie: „Die da oben machen doch, was sie wollen“ oder: „Politiker sind nur Marionetten der dahinterstehenden Mächte“ eruiert. Es wird also die generelle Ablehnung von all denen, die als mächtig wahrgenommen werden, erfragt. Das ist mit abstraktem Verschwörungsglauben gemeint.

### **Was ist der Benefit, wenn man glaubt, man habe als eine oder einer von wenigen begriffen, dass „die da oben mit uns machen, was sie wollen“?**

Menschen, die ein starkes Bedürfnis haben, sich einzigartig zu fühlen, glauben stärker an Verschwörungen, weil sie dann die sind, die über eine Art Geheimwissen verfügen. Sie meinen, sie sähen die Wahrheit, während die anderen in dieser Logik nur naive Schlagschafe sind oder eben gleich als Teil der Verschwörung markiert werden. Spannend ist, dass Menschen, die von vornherein eine starke Verschwörungsmoralität haben, also eine Tendenz, an Verschwörungen zu glauben, der Verschwörungserzählung mehr Glauben schenken, wenn sie nur von einer Minderheit gestützt wird. Ich denke, das ist wichtig, um zu verstehen, wie mit Informationen umgegangen wird. Es ist nicht so, dass diese Menschen nicht in der Lage sind, Fakten zu verstehen, sondern der Verschwörungsglaube ist wichtig für die eigene Identität.

### **Ist das der Grund, warum es nicht einfach ist, den Verschwörungsglauben zu zerstreuen?**

Die Kombination aus der Ablehnung von Eliten und dem Bedürfnis, sich zu überheben, macht es unglaublich schwierig, dagegen zu argumentieren. Man würde die Funktion, die die Verschwörungserzählung für die Person hat, angreifen. Und damit die Person selbst.

### **Ist es überhaupt möglich, mit Menschen zu diskutieren, die einer Verschwörungserzählung anhängen? Oder anders gefragt: Wie sollte man mit ihnen reden?**

Hier würde ich klar trennen zwischen einer Diskussion online und einer im persönlichen Umfeld. Online wird man vermutlich niemanden vom Gegenteil überzeugen können. Man könnte aber versuchen, problematische Botschaften einzuordnen, damit Menschen, die mitlesen, den Sachverhalt vielleicht besser verstehen. Im Privaten sehe ich eher die Chance, darauf einzuwirken. Das sollte möglichst früh versucht werden und nicht erst, wenn die Ideologie ausgebildet ist. Dabei ist es enorm wichtig, ruhig zu bleiben und nach der Funktion zu suchen, die die Verschwörungserzählung für die Person hat. Also: Wofür dient der Verschwörungsglaube als Kompensation?

Daher würde ich eher generelle Fragen stellen wie: Wenn Corona nur ausgedacht ist, warum beschäftigen sich dann so viele Wissenschaftler damit? Warum sollte das Virus zur Bevölkerungsreduktion eingesetzt werden? Oder: Welchen

**»Der abstrakte Verschwörungsglaube geht mit einer stärkeren Affinität zu Gewalt und einer stärkeren Legitimation von Gewalt einher.«**

Profit hätte die Bundesregierung davon, wenn die gesamte Wirtschaft einbricht?

In der Beantwortung dieser Fragen muss die Person, die daran glaubt, die eigene Logik hinterfragen und kommt damit vielleicht selbst zu dem Schluss, dass die gezogenen Zusammenhänge so nicht stimmen können.

### **Welche Rolle spielen soziale Medien bei der Verbreitung von Verschwörungserzählungen?**

Auch hier gibt es leider keine Langzeitdaten. Ich denke, dass soziale Medien aber einen Einfluss haben, da bereits eine einmalige Konfrontation mit einer Verschwörungserzählung dazu führt, dass Menschen misstrauischer werden. Außerdem vermute ich, dass soziale Medien Verschwörungserzählungen noch mehr internationalisiert haben.

Aber ich möchte betonen: Die sozialen Medien haben das Problem natürlich nicht erschaffen. Verschwörungserzählungen begleiten uns vielmehr durch die gesamte Menschheitsgeschichte. In der Psychologie geht man mittlerweile sogar davon aus, dass es eine evolutionäre Grundlage für den Verschwörungsglauben gibt.

### **Wenn man an den Fall „Edward Snowden“ denkt, dann können Verschwörungserzählungen durchaus einen Wahrheitsgehalt haben. Wo verläuft die Grenze zwischen gesundem Misstrauen und Verschwörungsglauben?**

In meiner Forschung beschäftige ich mich weniger mit dem Wahrheitsgehalt als mit der Frage: Was macht das mit Menschen, wenn sie überall Verschwörungen sehen? Man muss vorsichtig sein, was man in dieser Debatte als Verschwörungserzählung markiert. Am Wahrheitsgehalt kann man das nicht festmachen. Wenn jemand sagt: „Das Virus ist nicht schlimmer als eine Grippe“, dann ist das, soweit ich das beurteilen kann, nicht richtig, aber es ist noch keine Verschwörungserzählung. Das wäre eher eine Desinformation. Es fehlt die Annahme, dass es Mächte gibt, die im Geheimen einen finsternen Plan haben.

### **Wenn man also sagen würde: „Ich glaube, das Virus kommt aus einem Labor und ist infolge eines Unfalls in der Forschung an Biowaffen ausgetreten“ – dann wäre das keine Verschwörungserzählung, weil das Motiv der Mächtigen mit dem Plan fehlt?**

Ja, richtig. Diese Intention muss immer dabei sein.

### **Spielt das Alter beim Verschwörungsglauben eine Rolle?**

Nein, jüngere Studien belegen, dass das nicht der Fall ist. Ebenso wenig gibt es Ost-West-Unterschiede und auch der Migrationshintergrund spielt keine Rolle. Was einen Unterschied macht, ist das Geschlecht: Männer glauben mehr an Verschwörungserzählungen als Frauen. Und Menschen mit einer niedrigeren Bildung glauben stärker an Verschwörungen als Menschen mit einer höheren Schulbildung. Dabei geht es aber nicht um eine vermeintlich niedrigere Intelligenz, sondern Menschen mit niedrigerem Bildungsstatus fühlen sich stärker von der Gesellschaft ausgeschlossen und haben das Gefühl, dass ihre Stimme nicht relevant ist. Für diesen gefühlten Kontroll- und Machtverlust ist der Glaube an Verschwörung eine Kompensation.

### **Sollten wir Verschwörungserzählungen generell ernst nehmen? Manches klingt so absurd ...**

Der abstrakte Verschwörungsglaube geht mit einer stärkeren Affinität zu Gewalt und einer stärkeren Legitimation von Gewalt einher. Das sind Menschen, die weniger wählen gehen, sich weniger demokratischen Mitteln der Meinungsäußerung bedienen. Stattdessen legitimieren sie gewalttätige politische Optionen, um ihr Ziel zu erreichen. Die letzten Terroranschläge aus dem rechtsextremen Spektrum wurden fast alle über Verschwörungserzählungen legitimiert. Das ist kein neues Phänomen. Extremistische Gruppen nutzen Verschwörungserzählungen seit jeher, um ihre politischen Ziele zu verfolgen. Und da der Feind in dieser Logik absolut böse ist, sind die Menschen, die an die Verschwörung glauben, das absolute Gute. Man immunisiert sich vollständig gegenüber Kritik. Jeder, der Kritik äußert, wird als naiv abgestempelt oder als Teil der Verschwörung markiert. Verschwörungsglaube ist also kein Spleen! Stattdessen haben wir es mit einem Phänomen zu tun, das Menschen in ihrem Feindbild vereint, die unter Umständen nicht vor Gewalt zurückschrecken.

#### **Anmerkungen:**

**1 Nocun, K./Lamberty, P.:** *Fake Facts. Wie Verschwörungstheorien unser Denken bestimmen.* Köln 2020

**2 Decker, O./Brähler, E. (Hrsg.):** *Flucht ins Autoritäre. Rechtsextreme Dynamiken in der Mitte der Gesellschaft. Die Leipziger Autoritarismus-Studie 2018.* Gießen 2018

Frank Lobigs

# Das Virus als Video-

## Der Corona-Call nach Coopetition in der TV-Branche

Die Coronakrise ist ein Menetekel für die deutschen Fernsehunternehmen: Um sich auch nach Corona in der digitalen Transformation gegen die US-amerikanischen Videostreaming- und -plattformriesen behaupten zu können, braucht die Branche mehr Kooperation. Die Medien- und Wirtschaftspolitik sollten geeignete Coopetition-Modelle fördern und nicht kartellrechtlich ausbremsen.

### **Das Coronaparadox auf dem TV-Markt**

Paradox – dies ist ein Schlüsselwort, das in keiner Stellungnahme fehlt, die sich mit den Effekten der Coronakrise auf das TV-Geschäft beschäftigt. „Das hat es noch nie gegeben“, ist sich etwa RTL-Vermarktungschef Matthias Dang sicher – eine Explosion aller Reichweite- und Nutzungswerte auf den Zuschauermärkten, gleichzeitig ein beispielloser „Abriss“ auf dem Werbemarkt: „So abrupt und so tief wie diese Krise [...] war noch keine“, stellte Dang Mitte Juni 2020 im Vodcast-Gespräch mit „Horizont“-Chefredakteur Volker Schütz fest.

Die paradoxe Situation, die die Branche als so einmalig erlebt, schlägt sich natürlich auch in den Marktzahlen nieder: In einer Sonderanalyse zum Coroneffekt sah etwa die AGF Videoforschung im April 2020 das TV-Lagerfeuer kräftig auflodern. Es werde deutlich mehr TV von deutlich mehr Menschen gesehen, belegten die AGF-Messungen, und selbst bei den jüngeren Zielgruppen erlebe das Fernsehen eine „Renaissance“.

Zeitgleich kamen indes die Spot-Stornierungen: Schon für den April hatten sich die TV-Werbe-Buchungen nahezu halbiert, noch über den Mai hinaus waren keine Verbesserungen in Sicht. Anfang Juni prognostizierte der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) für das Coronajahr 2020

# Menetekel

einen Rückgang der Werbeinvestitionen von 10 bis 20 % – und dies auch nur für den Fall, dass die Lockerungen der Coronaeinschränkungen Bestand hätten. Schon 10 % wären indes ein Schock: Selbst im Finanzkrisenjahr 2009 betrug der Rückgang „nur“ 6 %, damals gingen die Werbeeinnahmen der Medien um gut 10 % zurück.

## Die Coronakrise als Menetekel

Wäre der Coronaeinschlag nur eine heftige Delle in einem ansonsten nachhaltig stabilen Markt, müsste man sich, mindestens was die großen TV-Unternehmen RTL Deutschland (RTL) und ProSiebenSat. 1 Media (P7S1) angeht, keine Gedanken machen. Bis in die letzten Jahre haben sie im klassischen Free-TV gute Gewinne gemacht, die das Bundeskartellamt in der Vergangenheit immer wieder auch mit einem „wettbewerbslosen Duopol“ auf dem TV-Werbemarkt in Verbindung gebracht hatte. Die insbesondere bei den Werbe-Vermarktungstöchtern IP Deutschland (RTL) und SevenOne Media (P7S1) realisierten Überschüsse flossen nicht nur an zufriedene Aktionäre, sondern oftmals auch in Großakquisitionen der Mutterkonzerne jenseits des TV- und Videokerngeschäfts.

Doch der Coronaeinschlag ist mehr als eine vorübergehende Renditenbelastung. Er ist auch ein medienwirtschaftliches Menetekel: Die deutsche TV-Branche wird in der Coronakrise gewissermaßen von ihrer eigenen ökonomischen Zukunft heimgesucht. Denn Corona wird nun endgültig die unvermeidliche Zäsur in der digitalen Transformation des deutschen TV-Marktes markieren: Das lukrative alte Fernseh-Werbegeschäft wird im Vergleich zur Vor-Corona-Zeitrechnung zügig schrumpfen, und zugleich sind die deutschen TV-Unternehmen im digitalen Streaminggeschäft keine Marktmatadore mehr, sondern nur noch vergleichsweise kleine Opfer einer unerbittlichen Plattform- und Streamingrevolution durch die US-amerikanischen Internetgiganten wie Google (YouTube), Amazon und Netflix. Seit zwei Jahren kennen die Aktienkurse von ProSiebenSat. 1 Media und der RTL-Group deshalb nur noch eine Richtung: abwärts. Die Werte von Amazon und Netflix erreichen indessen in der Coronakrise Rekordniveaus; Netflix avancierte als Krisengewinnler gar zum „wertvollsten Medienunternehmen der Welt“.

In der TV-Branche passiert also das, was die Wirtschaftsexperten auch generell erwarten: Die Coronakrise wird der umfassenden Plattformrevolution von Wirtschaft und Gesellschaft – also dem Prozess

der Disruption und Transformation zunehmend vieler Wirtschaftsbranchen und Gesellschaftsbereiche durch die marktmächtigen Tech-Giganten – einen zusätzlichen mächtigen Push geben und die ökonomische Macht in Deutschland weiter in Richtung Tech-Konzerne verschieben.

### Übermacht der US-Streamingriesen

Vom AGF-bejubelten Zwischenhoch in der Fernsehnutzung darf sich somit niemand blenden lassen. Es ist genauso klar und ausschließlich coronabedingt wie der parallele Absturz der Werbemärkte. Die Übernachfrage hat sich stark auf die Corona-Berichterstattung der Sender gerichtet – aus publizistischer Sicht ein verdienstvoller Erfolg, in etwas sarkastischer ökonomischer Rechnung nur ein Danaergeschenk der Krise: hohe Kosten, null Erlöse. Sollten sich die Zeiten normalisieren, wird sich die Übernachfrage des Publikums schneller wieder verflüchtigen, als sich die Werbemärkte erholen können.

Was indes bleiben wird, ist eine weitere strukturelle Verschiebung der Videonachfrage zu den großen kostenpflichtigen Streamingplattformen Netflix und Amazon Prime Video. Auch hierfür lieferte die AGF mit den im Juni 2020 publizierten Ergebnissen der *TV-Plattform 2020-I-Studie* erste Zahlen: Bereits in den ersten Wochen des Lockdowns lag die Nutzung der beiden auch in Deutschland marktbeherrschenden Angebote deutlich über den Werten vom Herbst 2019; seit Beginn der halbjährlich durchgeführten Studie im Frühjahr 2017 hat sich die Nutzung von Netflix mehr als verdreifacht, die von Amazon Prime Video mehr als verdoppelt. Allen aktuellen Marktprognosen zufolge wird sich diese Entwicklung fortsetzen. Medienökonomisch betrachtet geht die Übermacht der US-amerikanischen Streaminganbieter dabei vor allem auf weltweit genutzte Größenvorteile zurück.

### Dominanz von Google und Facebook auf dem Onlinewerbemarkt

Laut der Goldmedia-Studie *Streaming Market Germany 2020* wird der gesamte Video-on-Demand-Markt in Deutschland im Umsatz von 4,3 Mrd. Euro im Jahr 2020 auf 6,5 Mrd. Euro im Jahr 2024 anwachsen. Das Marktvolumen läge dann bereits weit über dem Gesamtumsatz des klassischen Fernsehens. Enthalten sind hier allerdings auch Schätzungen für die Einnahmen mit In-Stream-Werbepots, die der ZAW für 2019 auf 780 Mio. Euro beziffert.

Doch auch beim Onlinewerbemarkt gilt, dass die heimischen Medienunternehmen an den wachsenden Einnahmen nur einen erschreckend marginalen Anteil haben. Der In-Stream-Video-Werbemarkt wird dabei von YouTube und Facebook dominiert, wobei die besondere Marktbedeutung von YouTube als marktbeherrschende Plattform für werbefinanzierte Videoinhalte im *Web-TV-Monitor 2019* (Goldmedia) deutlich nachgezeichnet wird. Im gesamten Onlinewerbemarkt sind indes die Gesamtkonzerne Google (Google Search, YouTube, Google-Ads-Netzwerke) und Facebook (Facebook, Instagram, Facebook Audience Network) als duopolistisch marktbeherrschend zu bezeichnen.

In seiner Jahresbilanz 2019 kritisiert der ZAW das „außergewöhnliche Maß“ der Marktkonzentration, die drohe, „zukünftig weiter beschleunigt zu werden“, ungewöhnlich deutlich und fordert die Politik zu Gegenmaßnahmen auf. In einem aktuellen Leitartikel des Werbe- und Marketingfachblatts „Horizont“ schreibt Chefreporter Jürgen Scharrer in Bezug auf die Coronakrise: „Sollten die US-Plattformen in der größten Werbekrise der jüngeren Geschichte tatsächlich ihre Marktanteile weiter massiv ausbauen – und sehr viel spricht dafür, dass genau das gerade passiert –, wäre das dramatisch [...]. Auf dem Spiel steht nicht weniger als die Stabilität des deutschen Marktes und womöglich sogar die Medienvielfalt.“



## Förderung von übergreifenden Coopetition-Modellen als Antwort

Wie soll die deutsche Medienpolitik, wie soll die deutsche TV-Branche auf solche Aussichten strategisch reagieren? Die Lösung lautet Coopetition: Kooperation („coop-eration“), die den publizistischen Wettbewerb („comp-etition“) stärkt!

Warum etwa gibt es in Deutschland noch keine übergreifenden Streamingplattformen der großen privaten und öffentlich-rechtlichen TV-Unternehmen wie die 2019 in Großbritannien gelaunchte BritBox und die im Herbst 2020 in Frankreich an den Start gehende Salto-Plattform? Die Vorteile liegen auf der Hand! In der Vergangenheit sind frühe Ansätze zu solchen Plattformen (Amazonas, Germany's Gold) an Einsprüchen des Bundeskartellamtes gescheitert. Hier sollte das Kartellrecht endlich angepasst werden im Sinne eines stärker publizistisch statt nur ökonomisch ausgerichteten Wettbewerbsrechts.

Als vielleicht noch wichtiger erscheinen die Planung und Förderung eines übergreifenden Coopetition-Modells der publizistischen Medien für den Onlinewerbemarkt. Selbst die Werbewirtschaft und die werbungstreibende deutsche Industrie brauchen und wünschen sich eine qualitäts-, marken-, datenschutz- und demokratiekompatible deutsche Alternative zu den diesbezüglich fragwürdigen, aber derzeit noch konkurrenzlosen und marktbeherrschenden Werbesystemen von Google und Facebook. Es ist also an der Zeit, auch im Onlinewerbemarkt die Kräfte zum Aufbau eines gesamtwirtschaftlich sowie auch publizistisch wertvollen Gegengewichts zu bündeln. Anknüpfen könnte man z. B. an Log-in-Allianzen, wie etwa die stiftungsbasierte NetID-Allianz, und auch hier könnte der öffentlich-rechtliche Rundfunk als ein „market strengthener“ helfen. Wenn die Regierungskoalition für das Coronakonjunkturpaket nach Projekten für eine investive und nachhaltige Wirtschaftsförderung sucht: Hier wäre eines, das nicht nur dem ökonomischen, sondern zugleich auch dem publizistischen Wettbewerb dienen würde.

Grundsätzlich wäre es sinnvoll, die Etablierung solcher Coopetition-Modelle medienpolitisch aktiv zu fördern. Hier könnte Deutschland z. B. von der Schweiz lernen, wie ein Ländervergleich der medienpolitischen Förderung sinnvoller Medienkooperationen zeigt. Generell erscheint eine „kooperationsorientierte Weiterentwicklung der Medienordnung“ angesichts der Herausforderungen der fortschreitenden Plattform- und Streamingrevolution der Medien als geboten (vgl. näher Gostomzyk/Jarren/Lobigs/Neuberger 2019). In Anbetracht der Pandemie gilt dies umso mehr: Corona calls for coopetition.

### Literatur:

**AGF Videoforschung GmbH:** *TV-Plattform 2020-I.* Frankfurt am Main 2020

**Goldmedia GmbH:** *Web-TV-Monitor 2019.* Berlin 2019

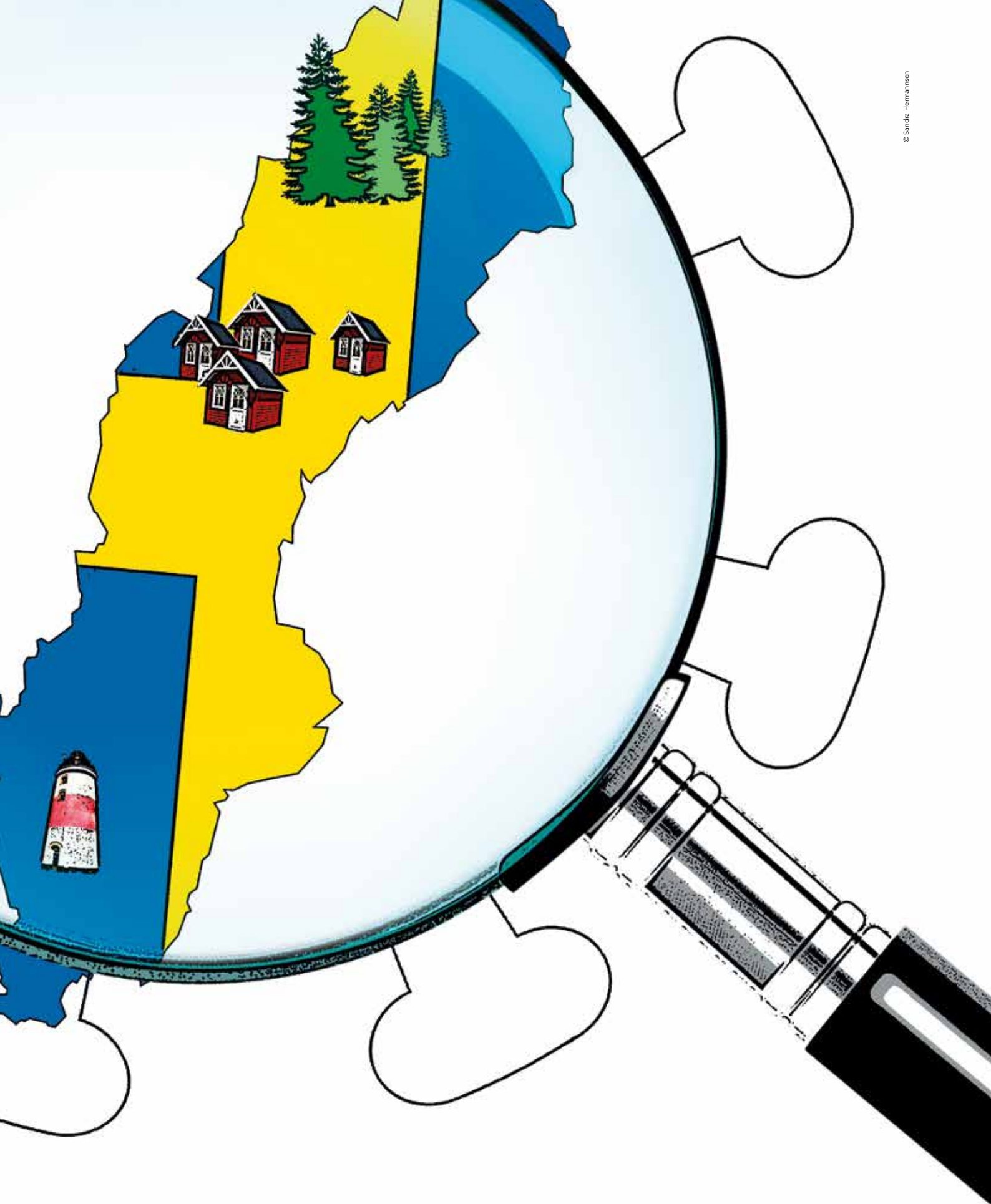
**Goldmedia GmbH:** *Streaming Market Germany 2020.* Berlin 2020

**Gostomzyk, T./Jarren, O./Lobigs, F./Neuberger, C.:** *Kooperationsorientierte Weiterentwicklung der Medienordnung. Studie im Auftrag der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft vbw.* München 2019.

Abrufbar unter: <https://www.vbw-bayern.de>



Dr. Frank Lobigs ist Professor für Medienökonomie am Institut für Journalistik der Technischen Universität Dortmund. In Forschung, Lehre und Gutachten befasst er sich insbesondere mit den medienwirtschaftlichen und publizistischen Auswirkungen der digitalen Transformation der Medien.



Anhand der massenmedialen Reaktionen zum Vorgehen Schwedens in der Bekämpfung der Covid-19-Pandemie werden die Funktionen von humoristischer und moralischer Kommunikation erläutert. Es wird gezeigt, dass Reflexivität unterdrückende, schnelles und unmittelbares Handeln ermöglichende moralische Kommunikation als ein wichtiges Medium verstanden werden kann, das die Durchsetzung des gesellschaftlichen Lockdowns in der Coronakrise ermöglichte bzw. ermöglicht. Der Lockdown wird als die Unterordnung nahezu aller funktionalen Sphären der Gesellschaft (etwa Politik, Wirtschaft, Kunst, Erziehung, Religion) an die Erfordernisse des Gesundheitssystems aufgefasst, das in seinem Funktionieren nicht lebensgefährdend „überlastet“ werden soll.

Jörg Räwel

# Schweden: Witz in der Coronakrise

Ein Witz zeichnet sich dadurch aus, dass er in Form einer Pointe eine (allenfalls konstruiert) konventionelle Sichtweise infrage stellt. Also Erwartungen, die mit etablierten Perspektiven einhergehen, absichtlich enttäuscht und so ermöglicht, deren fadenscheinige Bewährtheit zu offenbaren. Witze, als eine der vielfältigen Formen humoristischer Kommunikation, reflektieren also gängige, eingefahrene Sichtweisen (vgl. Räwel 2005). Guter Humor schafft es, zum Nachdenken anzuregen.

Die Strategie Schwedens in der Bekämpfung der Coronapandemie scheint, so gesehen, das Zeug zu haben, als extrem guter Witz durchzugehen. Es ist notwendig, alle Kitas und Schulen zu schließen? – In Schweden bleiben sowohl Kitas als auch Schulen bis zur 9. Klasse geöffnet. Alle Restaurants, Bars und Cafés müssen geschlossen werden? – Schweden zeigt,

dass dies unter Beachtung angemessener Distanzierung nicht notwendig ist. Es ist geboten, dass sich selbst unterschiedliche Familien nicht mehr besuchen dürfen? – In Schweden sind Versammlungen erst ab 50 Personen verboten. Humoristisch gleicht oder glich die Situation in Schweden der Disposition von *Asterix*, der von René Goscinny und Albert Uderzo kreierten Comicserie. Es konnte festgestellt werden: „Wir befinden uns im Jahre 2020 n. Chr., die ganze Welt hat sich auf eine Strategie zur Bekämpfung der Coronapandemie geeinigt... Die ganze Welt? Nein! Ein von unbeugsamen Schweden bevölkertes Land...“

Nun soll es nicht darum gehen, unterschiedliche Strategien zur Bekämpfung der Pandemie zu diskutieren. Zumal davon ausgegangen werden kann, dass kein Staat, auch Schweden nicht, in seinen Bemühungen, Covid-19 einzudämmen, das

Leben seiner Bürgerinnen und Bürger fahrlässig aufs Spiel setzt. Anhand der massenmedialen Reaktionen auf die schwedische Strategie sollen vielmehr die sozialen Bedingungen humoristischer Kommunikation erläutert werden. Unter welchen Umständen wird der gewöhnlich gesellschaftlich geschätzte Humor dubios oder gar von moralischer Kommunikation verdrängt? Kommunikation also, die gewissermaßen allergisch, im Zuweisen von Achtung und Missachtung auf Handelnde, auf Enttäuschungen von Erwartungen reagiert, die mit (etablierten) Perspektiven verbunden sind.

### Eigentümliche Neutralität humoristischer Reflexion

Schwedens Strategie weist zwar Grundzüge von Humor auf. Konventionelle Sichtweisen reflexiv zu brechen, ist allerdings lediglich eine notwendige, nicht jedoch hinreichende Bedingung humoristischer Kommunikation. Beim Humor geschehen Reflexionen, also das absichtliche Enttäuschen von Erwartungen, um der Reflexion selbst willen. Humor ist in seiner Reflexivität selbstgenügsam, wie sich idealtypisch etwa an Formen wie dem Nonsens oder dem Zynismus zeigt (vgl. Räwel 2007). Humor lässt sich vorderhand nicht vor einen bestimmten Karren spannen, spezifischen Funktionen zuordnen (vgl. Räwel 2005, S. 34 ff.).

Allerdings ist es gerade durch die eigentümliche reflexive Neutralität des Humors möglich, ihn unschwer zu instrumentalisieren. Etwa durch Moral in Formen wie dem Sarkasmus oder dem Spott; oder durch die Form der Satire in Bezug auf Politik; oder von der Wirtschaft in Form humoristischer Werbung. Auch mit Blick auf Erziehung ist gängig, Unterricht pädagogisch sinnvoll durch Humor „aufzulockern“. Nicht zuletzt ist die Kunst zu nennen. Marcel Duchamps berühmtes Kunstwerk eines Pissoirs als Readymade ist ein vorzügliches Beispiel für seine Instrumentalisierung durch Kunst. Die charakteristische Funktionslosigkeit humoristischer Reflexionen ermöglicht, diese für eine Vielfalt von Funktionen zu (miss-)brauchen (ebd., S. 137 ff.).

Schwedens Strategie in der Krise ist natürlich deshalb kein Witz, weil es das Land nicht darauf anlegt, anderen Staaten eine lange Nase zu drehen, strategisch anders vorzugehen, um der Andersartigkeit willen. Die Strategie, wie auch die anderer Länder zielt selbstverständlich darauf ab, das Leben der Bürgerinnen und Bürger (langfristig) möglichst gut zu schützen. Da es sich bei Covid-19 um eine neue Infektionskrankheit handelt – mit einem entsprechend hohen Maß an Unwägbarkeiten, Risiken und Unsicherheiten –, sollte, so könnte man meinen, eine strategische Vielfalt in der Bekämpfung der Pandemie zu erwarten sein. An den massenmedialen Reaktionen zum Vorgehen Schwedens zeigt sich jedoch, dass sich rasch eine vorherrschende Strategie durchsetzte. Nämlich ein mehr oder minder harter Lockdown gesellschaftlichen Lebens. Kennzeichen dafür ist, dass das Abweichen von dieser dominanten Perspektive (moralisch) diskreditiert wird, wie an folgender Auswahl von Schlagzeilen veranschaulicht werden kann:

### Massenmediales Moralisieren

*Grundschulen und Restaurants offen. Zweifel am schwedischen Sonderweg in der Corona-Krise werden lauter* (Neue Osnabrücker Zeitung, 25.03.2020); *Schwedens Krisenkonzept. Kann das gutgehen?* (faz.net, 31.03.2020); *Wie der schwedische Corona-Sonderweg scheiterte* (Tichys Einblick, 06.04.2020); *Coronakrise. US-Präsident zieht Schweden als Negativbeispiel heran* (Die Presse, 08.04.2020); *Folgen nicht abzusehen. 10 Prozent Sterberate: Schwedens lascher Sonderweg in Corona-Krise droht zu scheitern* (Focus online, 17.04.2020); *Strategie gegen Corona. Schweden taugt nicht als Vorbild* (Stuttgarter Nachrichten, 26.04.2020); *Hohe Sterberate unter Älteren in Schweden erwartet* (euronews.com, 27.04.2020); *Coronavirus in Schweden. „Wir haben die Entwicklung der Todeszahlen unterschätzt“* (Süddeutsche Zeitung, 30.04.2020); *Kein großflächiger Shutdown. Schweden wählt in Corona-Krise Sonderweg – die Wirtschaft bricht trotzdem ein* (Focus online, 01.05.2020); *Von wegen die Schweden machen's besser* (t-online.de, 13.05.2020); *Beim Schutz der Alten ist Schweden gescheitert* (rbb24.de, 19.05.2020); *Schweden verzeichnet höchste Todesrate seit Jahrzehnten* (Frankfurter Rundschau, 20.05.2020).

Die Dominanz einer Perspektive misst sich daran, wie schwer es ist, diese reflexiv zu brechen. Wobei Humor lediglich ein auf Reflexivität spezialisierter Sonderfall ist. Für die moderne Gesellschaft ist eine leichte reflexive Brechung von Perspektiven geradezu charakteristisch. Die Moderne zeichnet sich dadurch aus, dass sie vielfältig funktional ausdifferenziert ist, etwa in die Systeme der Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst, Religion, Erziehung, Massenmedien. Es ist üblich, jedes gesellschaftliche Thema reflexiv auf multiple Perspektiven herunterzubrechen. Der Bau einer Schule z. B. wird nicht lediglich unter erzieherischen Gesichtspunkten betrachtet, sondern es werden etwa auch wirtschaftliche („Da entstehen überbordende Kosten!“), politische („Schadet die Zustimmung zum Bau der Religionsschule unserer Partei?“), künstlerische („Passt diese Art der Architektur in diesen Stadtteil?“) oder etwa massenmediale („Brisantes Thema – darüber müssen wir berichten!“) Aspekte berücksichtigt (vgl. Luhmann 1997).

### Repression gesellschaftlicher Reflexivität durch den Lockdown

Ein sogenannter gesellschaftlicher Lockdown, den wir sehen bzw. sahen, kann als massive Einschränkung regulärer gesellschaftlicher Reflexivität begriffen werden. Dem Imperativ einer Perspektive – das Gesundheitssystem darf auf keinen Fall überlastet werden, damit menschliches Leben nicht durch Covid-19 gefährdet wird – haben sich alle anderen gesellschaftlichen Betrachtungsweisen unterzuordnen. Wirtschaft wird weitgehend, abgesehen von lebenswichtigen Sparten wie etwa der Lebensmittelproduktion, „heruntergefahren“ bzw. unter dem Vorbehalt „hochgefahren“, dass es angesichts einer „zweiten Welle“ wieder zum Lockdown kommen muss. Politik verlegt sich darauf, allgemeingültige Normen (etwa „Ab-

standsregeln“) zur Pandemiebekämpfung hervorzubringen. Massenmedien befassen sich fast monothematisch mit Corona unter vielfältigen Blickwinkeln. Erziehung und Wissenschaft werden in der Schließung von Universitäten und Schulen, bei präferiertem „Homeoffice“ und „Homelearning“, massiv eingeschränkt. Künstlerische, kulturelle und religiöse Veranstaltungen erscheinen obsolet (vgl. Stichweh 2020).

Nicht erstaunlich ist so gesehen, dass Humor lediglich zu Beginn der Krise, als diese als entferntes „chinesisches Problem“ erschien, etwa in den sozialen Medien florierte. Gegenwärtig erscheint damaliger Humor, etwa Witze zu den Hamsterkäufen von Toilettenpapier, fast schon wie eine ferne Erinnerung. Mit der Reflexivität unterdrückenden Ernsthaftigkeit des gesellschaftlichen Lockdowns wurde humoristische weitgehend durch moralische Kommunikation im negativen wie positiven Sinne ersetzt. Also einerseits etwa durch Diskreditierung abweichender Perspektiven, wie oben genannte Schlagzeilen zur schwedischen Bekämpfung der Pandemie veranschaulichen. Andererseits durch moralische Appelle und Durchhalteparolen, wie sie beispielsweise auf fast jedem Fernsehkanal dauerhaft eingeblendet wurden: „Wir bleiben zu Hause“, „Together we are strong“, „#StayTheFuckHome“, „#zusammenhalten“ etc.

### Funktion von Humor und Moral

An diesem Geschehen lässt sich die gegensätzliche Funktion von humoristischer und moralischer Kommunikation verdeutlichen. Während Humor ein Medium ist, das Reflexivität erleichtert, erscheint Moral als eines, das Reflexen dient (vgl. Rável 2005, S. 155 ff.). Angesichts von augenscheinlich tödlichen Gefahren ermöglicht Moral schnelle, unmittelbare Reaktionen und Handlungen. Eine mit lebensgefährlichen Auswirkungen verbundene Krise wird offenkundig zunächst als Zeitproblem erfahren. Wie der Lockdown zeigt, werden nicht nur humoristische Reflexionen, sondern etwa auch wirtschaftliche Einwände, erzieherische Bedenken, künstlerische Interventionen, ja selbst wissenschaftliche Reflexionen abseits der Virologie und Epidemiologie zumindest anfänglich als irrelevant eingeschätzt. Dies schlicht deshalb, weil dafür angesichts von lebensbedrohlichen Gefahren keine Zeit bleibt – sagt gewissermaßen eine durch (Not-)Regulierungen schnell handelnde Politik und eine Exekutive, die diese Regelungen rasch und rigide durchsetzt und überwacht.

Moral dient dazu, eine fraglos gültige, gar als lebensnotwendig erachtete Perspektive abzusichern. Nämlich dadurch, dass erwartungskonformes bzw. -abweichendes Handeln reflexhaft mit Achtung bzw. Missachtung Handelnder belegt wird. Es ist deshalb nicht erstaunlich, dass derzeit Perspektiven abseits der etablierten schnell als Verschwörungstheorien diskreditiert werden. Auch hier erscheint aktuell noch zu zeitaufwendig, gut begründete Bedenken, seien diese nun wissenschaftlicher, wirtschaftlicher oder sonstiger Art, reflexiv von offenkundig absurden Verschwörungstheorien zu unterscheiden.

Schwedens Strategie zur Eindämmung von Covid-19 kann tatsächlich als „guter Witz“ begriffen werden. Angesichts von Gefahren, die als lebensgefährdend eingeschätzt werden, mag Reflexionen unterdrückende, schnelles Handeln ermöglichende moralische Kommunikation zunächst gute Dienste leisten. Der 1998 verstorbene Soziologe Niklas Luhmann wies Ethik allerdings die Aufgabe zu, vor Moral zu warnen (Luhmann 1990). Die Triftigkeit dieser Auffassung bewahrheitet sich auch in der aktuellen Krise. Die erfolgreiche Bekämpfung einer Pandemie mit immer noch sehr großen Wissenslücken – schon hinsichtlich der zentralen Frage, wie die Letalität von Covid-19 einzuschätzen ist – bedarf der reflexiven Stärke aller Funktionssysteme der modernen Gesellschaft. Die Dominanz einer Reflexe präferierenden bzw. Reflexivität unterdrückenden moralischen Kommunikation schadet langfristig mehr, als dass sie nutzt.

#### Literatur:

**Luhmann, N.:** *Paradigm lost: Über die ethische Reflexion der Moral. Rede anlässlich der Verleihung des Hegel-Preises.* Frankfurt am Main 1990

**Luhmann, N.:** *Die Gesellschaft der Gesellschaft.* Frankfurt am Main 1997

**Rável, J.:** *Humor als Kommunikationsmedium.* Konstanz 2005

**Rável, J.:** *The Relationship between Irony, Sarcasm and Cynicism.* In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik, 1/2007/37, S. 142–153

**Stichweh, R.:** *Simplifikation des Sozialen. Durch die Corona-Pandemie wird die Weltgesellschaft einer unbekannteren Situation ausgesetzt: Was passiert, wenn alle ihre Funktionssysteme zeitweilig einem einzigen Imperativ folgen?.* In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 07.04.2020, S. 9



Jörg Rável ist Soziologe und Publizist. Neben der Theorie des Humors umfasst sein aktuelles Forschungsinteresse die Anwendung von Evolutionstheorien in den Sozialwissenschaften, die Entwicklung von Kommunikationstheorien der sozialen Medien und die Untersuchung des sozialen Wandels durch die „Digitalisierung“ der Gesellschaft.

# Als Laie im Kampf gegen das Coronavirus

Citizen Science heißt das Zauberwort, wenn Laien einen wertvollen Beitrag für die Wissenschaft leisten. Mit Apps wie Rosetta@home und Folding@home kann jede bzw. jeder mit einem eigenen Computer die Forschung unterstützen – auch das Virus Sars-CoV-2 ist beim verteilten Rechnen, dem sogenannten Volunteer-Computing, im besonderen Fokus.

„Für Volunteer-Computing stehen viele Programme zur Auswahl. Rosetta@home ist dabei mein Lieblingsprojekt. Es basiert auf der Software BOINC der Universität Berkeley, welche von den Erfindern von SETI@home geschrieben wurde“, sagt Andreas Rieke, besser bekannt als And.Ypsilon von den „Fantastischen Vier“.

Während des Interviews bewegt Rieke die Webcam durch seinen „Maschinenraum“, wie er ihn nennt. Wüsste man nicht um seine hauptberufliche Arbeit als Musiker, Soundtüftler und Produzent, bei der ohnehin viel Technik erforderlich ist, dann würde man meinen, er befände sich in einem großen Serverraum im Keller. Im Hintergrund türmen sich die Racks mit viel Equipment, vielen Reglern und Schiebern – und sein zentraler Computer lässt gerade Moleküle berechnen und zeigt sie auf seinem riesigen Bildschirm an. Ein Hobby in einem privaten Headquarter, aber mit ernstem und wichtigem Hintergrund.

„Die Erforschung ist häufig auch ein verdammt hartes Rechenproblem in der Wissenschaft. Die Vorhersage eines Schachspiels ist dagegen ein Kinderspiel“, meint Rieke und ergänzt: „Es ist ungefähr so, als würde man auf einem unbekanntem Planeten Hunderttausende blinde Fallschirmspringer absetzen, die nur tasten und vorankriechen können. Ihr Ergebnis, wie tief die tiefste Stelle ist, die sie gefunden haben, müssen sie aber zu einer zentralen Instanz melden können, sonst kann kein Gesamtergebnis zustande kommen.“

SETI@home zählt zu den ersten großen wissenschaftlichen Projekten dieser Art und gilt zudem als Initialzündung für Volunteer-Computing und mit dem universal nutzbaren Programm BOINC auch als technische Grundlage für zahlreiche weitere Projekte. Neben der Astrophysik, die beispielsweise die kosmische Hintergrundstrahlung analysiert, helfen andere Programme bei der Krankheitsbekämpfung von Krebs, Parkinson oder Alzheimer. Andere berechnen wiederum Klimaprognosen oder entwickeln die Quantenchemie weiter. Jedes na-

turwissenschaftliche Ressort unterhält – meist organisiert von Universitäten – ein Volunteer-Computing zu aktuell relevanten Themen.

„Man sollte sich natürlich mit dem Thema und dem Computerprogramm auseinandersetzen“, findet Andreas Rieke. Aber dies sei ein kleines Opfer. „Die Vorhersage, Proteinstrukturen und Proteinbindungen aus einer Aminosäuresequenz treffen zu können, ist ein sehr wichtiges Thema in der gesamten Biologie“, ergänzt Rieke auch mit Blick auf das Coronavirus.

von staatlicher Seite durchgeführt werden könnte – oder eben von Konzernen, die die Forschungsergebnisse meist geheim halten. Aus meiner Sicht ein wichtiger Faktor, bei dem man sich fragen muss, ob es nicht allein schon deshalb sinnvoll wäre, die offene Forschung zu unterstützen.“

Ein weiterer Ansporn dürfte sicherlich auch die Möglichkeit sein, sich in Gruppen zusammenzuschließen, um dann mit anderen Teams – zumindest passiv – zu wetteifern mit dem Ziel, in den Ranglisten nach oben zu klettern. Je mehr Berechnungen

**SETI – englisches Akronym für die „Suche nach außerirdischer Intelligenz“ – hat sich seit den 1960er-Jahren der wissenschaftlichen Aufgabe verschrieben, u. a. mit Radioteleskopen nach Signalen im Weltall zu suchen, die nicht menschlichen und nicht irdischen Ursprungs sind. Weil die Datenmengen zu groß und die Berechnungen zu aufwendig für die damaligen Computerleistungen waren, entstand kurz vor der Jahrtausendwende das populäre SETI@home.**

**Dieses verteilte die schier unendlichen Aufgaben und ließ sie von Freiwilligen auf der ganzen Welt bewältigen. Jede bzw. jeder konnte mit dem eigenen PC mitmachen, das Programm lief z. B. als Bildschirm-schoner. Mehrere Millionen Menschen beteiligten sich – und genau das ist der Clou am verteilten Rechnen: Die Masse macht's! Mehr als 2 Mio. Jahre Rechenzeit erbrachte allein die Erforschung außerirdischen Lebens.**

Ein weiteres populäres Programm ist Folding@home von der Stanford University, dessen Basis zwar nicht auf BOINC basiert, aber auch schon 20 Jahre im Einsatz ist und auf vielen Betriebssystemen läuft. Laut Projektleiter Greg Bowman wird das Programm aktuell – auch dank des Augenmerks auf Corona – auf mehr als 3,5 Mio. Geräten für die Proteinstrukturvorhersage genutzt. Als im April 2020 die Erforschung der Proteinfaltung des Virus begann, war die Rechenleistung aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer 15-mal stärker als der schnellste Supercomputer der Welt. Oder um es noch eindrücklicher zu formulieren: Folding@home hatte mehr Power als die stärksten 500 Supercomputer zusammen.

Während die Installation und Einrichtung von Rosetta@home und Folding@home relativ einfach und schnell sind, sollte dennoch beachtet werden, dass die Teilnahme auch etwas kostet: zwar keine Mitgliedsgebühr, wohl aber Stromkosten. Denn wenn die Programme aufdrehen und die CPU und GPU unter Volllast arbeiten, können gut und gerne ein paar 100,00 Euro mehr pro Jahr anfallen. Allerdings lässt sich einstellen, wie intensiv der heimische Rechner mitmachen soll. Beispielsweise kann dem Programm nur gestattet werden, während der Abwesenheit und dann auch nur minimal Leistungen zur Verfügung zu stellen – dann wären es nur wenige Euro pro Monat.

Andreas Rieke sieht das als „Spende für die Wissenschaft“, denn es sei „ein ernster Beitrag mit tatsächlicher wissenschaftlicher Arbeit, die sonst nur

durchgeführt werden, desto mehr Punkte gibt es auch. Die User- und Gruppenstatistiken sind öffentlich. „Ich gucke außerdem ab und zu, ob ich mal wieder einer der Glücklichen war, mit meinem Rechner die beste Vorhersage gemacht zu haben und wie oft das schon passiert ist“, zeigt sich Rieke begeistert.

Neben den beiden aufgeführten Programmen, die lediglich im Hintergrund laufen, gibt es auch das kostenfreie Computerspiel *Foldit* von der University of Washington: eine Art Puzzle, dessen Ziel es ist, ein Protein bestmöglich zu falten. Die spielerische Herangehensweise hat aber ebenfalls einen ernsten Hintergrund. Auch hier werden die Analysen wissenschaftlich zur Forschung genutzt – und die Masse an Nutzerinnen und Nutzern ist hier ebenfalls der Schlüssel zum Erfolg.

Andreas Rieke beteiligt sich ehrenamtlich als wissenschaftlicher Laie seit 2008 und ist sich abschließend sicher: „Citizen Science ist ein wichtiger Nutzen für die Gesellschaft.“



Sebastian Pertsch ist Journalist, Nachrichtenredakteur, Sprecher und Sachbuchautor. Er referiert zu den Themen „Sprache“ und „Journalismus“ – und betreibt zusammen mit Udo Stiehl die sprach- und medienkritische „Floskelwolke“.

## Desaster und Chance:

# Wenn Medien die Corona-Krise kriegen

Zu Beginn der Pandemie dachte ich: Wenigstens den Medien wird sie nicht schaden. Nun, da die Leute wohl oder übel zu Hause hocken und unweigerlich ein großer Bedarf an Information, an Erklärungen und Einordnungen besteht, erhebt sich der Journalismus strahlend aus seiner Misere. Die Onlinenachrichtenportale, fantasierte ich, werden sich vor Kundschaft kaum retten können, und viele derer, die plötzlich Zeit haben, um jeden Tag in Ruhe zu frühstücken, werden sich auch auf die Freude an der gedruckten Tageszeitung zurückbesinnen.

Ein paar Monate später: Ernüchterung. Die Einzigen, die rasant Publikum hinzugewonnen zu haben scheinen, sind die Verschwörungsnarzissten. Fun Fact: Das Wort „Covidioten“ ist inzwischen in fast

allen Sprachen der Welt geläufig. Und während wir uns locker machen, weil die Wirtschaft nicht zu lange lahmliegen darf und sich das „Infektionsgeschehen“ nun gefälligst dem Fetisch des uneingeschränkten Konsums unterzuordnen hat, verbrennen ein paar Möchtegerngurus, deren Namen hier nicht schon wieder genannt werden sollen, manisch ihren Marktwert, gleiten öffentlich in die Psychose ab oder kosten ihre Viertelstunde Ruhm aus. Ihnen läuft nach, wer auch schon immer gerne einen an der Waffel haben wollte oder nach einer zeitgemäßen Einkleidung für seinen Antisemitismus sucht.

Und apropos Marktwert verbrennen: Auch wenn wir Corona eines Tages überstanden haben, sollten wir nicht verges-

sen, wie das Flaggschiff der Rügenpresse – im laufenden Jahr (Stand: Mitte Juni 2020) hat es sich schon wieder fünf der zehn vom Deutschen Presserat ausgesprochenen „Maximalsanktionen“ ergeifert –, also die „Bild“-Zeitung, sich in der Krise blamiert hat.

Der Plan, Deutschlands Lieblingsvirologen Christian Drosten zu zerlegen, flog der Rüpeltruppe aus der Axel-Springer-Straße lehrbuchhaft um die Ohren. Chefredakteur Julian Reichelt geht nun nicht nur in die Annalen ein als der Breitbeinigste unter denen, die die „Bild“-Auflage immer tiefer in den Keller fuhren, sondern obendrein als derjenige, der die Zeitung ausgerechnet in ihrer Paradeisziplin, der Niedertracht, zum Gespött gemacht hat.



So umfassend zum Gespött, dass Springer-Boss Mathias Döpfner seinem Schützling Reichelt in einem weinerlichen Podcast zur Seite sprang. Verkehrte Welt de luxe: In dem denkwürdigen Tondokument treten „Bild“-Redakteure als bedrängte und verfemte Unschuldslämmer auf, denen es doch nur darum gehe, als Kämpfer für die Wahrheit „in den Geschichtsbüchern“ (Julian Reichelt) zu stehen. Wer sich an dieser Stelle (ca. bei Minute 2:40) nicht totgelacht hat, kann Mathias und Julian noch 50 weitere Minuten beim Selbstmitleid lauschen.

Eine ausgiebige Analyse dieses Quarks bietet Stefan Niggemeier auf „Übermedien“ unter dem Titel *Auch Julian Reichelt ist ein „Bild“-Opfer* – ähnlich wie zuvor schon „Der Volksverpetzer“, der unter *Keiner nimmt sie mehr ernst: Bild-Hetze gegen Drogen geht nach hinten los* den Schuss in den Ofen säuberlich dokumentiert hat. Und so könnten wir schließen, dass in der Viruskrise ausgerechnet der alte Platzhirsch der Meinungsmache zum Symbol für die Selbstdemontage herkömmlicher Medien geworden ist, während der Journalismus gerade jetzt, da wir ihn so dringend brauchen, von Portalen gerettet wird, die dafür gegründet wurden, ihn zu kritisieren oder sich speziell dem Internet zu widmen. Wie eben „Volksverpetzer“, „Übermedien“, natürlich die Pioniere von „Bildblog“, aber auch „Correctiv“, „netzpolitik.org“ oder „Mimikama“.

Zum Glück muss es bei einem für den klassischen Journalismus so betrüblichen Resümee aber nicht bleiben. Hier ein Gegenbeispiel: die Schweizer Onlinepublikation „Republik“. Gestartet Anfang 2018 als genossenschaftlich organisiertes, per Crowdfunding ermöglichtes Magazin, das keine Werbung enthält und seinen Statuten gemäß von den eigenen „Mitgliedern und Abonnentinnen“ verlegt wird: „Unser Ziel: Journalismus, der die Köpfe klarer, das Handeln mutiger, die Entscheidungen klüger macht. Und der das Gemeinsame stärkt: die Freiheit, den Rechtsstaat, die Demokratie.“

Ein idealistisches Projekt also, und der Transparenz halber sei erwähnt, dass auch ich, als Autor und Co-Autor, schon zwei

Texte in der „Republik“ veröffentlicht habe, beide 2019.

In der Zeit der Onlinegratiskultur und des wohlfeilen Branchenzynismus wurde das Unterfangen zwangsläufig belächelt: Wie süß, ach, lasst mal, die halten nicht lange durch. Nun ja, die in der eigenen Rechtsdrift verhedderte „Neue Zürcher Zeitung“ zeterte schon vorab, die „Republik“ werde ein Sammelbecken für linke Sektiererinnen sein und plane damit den „ideologischen Selbstmord“.

Zwei Jahre hielt sie durch, aber Anfang 2020 stand die „Republik“ vor dem Aus. Die Abo-Zahl war nach dem vielversprechenden Beginn abgerutscht, das Projekt trug sich nicht. Die Redaktion kündigte an, zum 31. März dichtzumachen, wenn sich bis dahin nicht wundersamerweise mehrere Tausend neue „Mitgliedschaften“ fänden.

Dann kam Corona. Und das Wunder geschah. Parallel zur Verhängung der Ausgangsbeschränkungen, die in der Schweiz mit ihrer Vorliebe für schmissig-schiefe Anglizismen „Lockdown light“ genannt wurden, stieg die Zahl der Mitglieder unaufhaltsam an. 19.000 hatte man sich erhofft, Ende März waren es 23.000 – und am 19. Juni 2020 wurde sogar die Schwelle von 25.000 Abonnements überschritten, mit der das Magazin nach eigenen Angaben dauerhaft „selbsttragend funktionieren kann“.

Im Zeichen von Sars-CoV-2 lief die „Republik“ zu Hochform auf. Ihre Berichterstattung nahm nicht nur die Coronaver-

heerungen daheim und im Ausland genau in den Blick. Sie legte dabei auch immer wieder offen, wie das Virus gleichermaßen bei Politikern und Reportern die eingefleischte Bescheidwiser-Attitüde aushebelt. Eine Autorin, Anina Ritscher, begleitete in einer wochenlangen Recherche die Demos der Verschwörungsgläubigen in Bern (und kam damit deren Motiven und Gemütszuständen viel näher als der Wust der angervort heruntergerissenen Kommentare in anderen Medien); ein Team ging in einer vierteiligen Serie der Frage nach, wie die allseits prophezeiten ökonomischen Folgen der Pandemie ganz konkret aussehen (und wie unwahrscheinlich eine Korrektur des gewohnten Wirtschaftens nach der Pandemie tatsächlich ist). Und so weiter...

An die 300 Artikel zum Thema „Corona“ hat die „Republik“ mittlerweile veröffentlicht. Das Engagement hat sich ausgezahlt: Endlich ist die Krise einmal wirklich zur Chance geworden.

Nun wollen wir natürlich gerne Äpfel mit Birnen vergleichen, aber nicht die „Republik“ mit der „Bild“, die selbst nach zwei Jahren Reichelt 18-mal so viele zahlende Digitalabonnenten hat. Doch ob auf dem dämmerigen Boulevard oder im aufblühenden Segment der seriösen, unabhängigen Onlinepublikationen: Die journalistischen Maßnahmen, die gegen den neuen Erreger ergriffen wurden, zeigen Wirkung – und weisen hoffentlich Wege für die Zukunft.



Michael Ebmeyer ist Schriftsteller und Übersetzer. Er lebt und arbeitet in Berlin.

# Panorama

## Facebook zahlt Content-Moderatoren in den USA eine Entschädigung

Insgesamt 52 Mio. Dollar will Facebook an ehemalige und noch aktive Content-Prüfer in den USA zahlen, so das Ergebnis einer Einigung im Rahmen eines gerichtlichen Vergleichs. 2018 hatten US-amerikanische Prüfer Klage gegen das soziale Netzwerk eingereicht, da dieses sie nicht ausreichend gegen die immensen psychischen Belastungen ihrer Tätigkeit schütze und geschützt habe. Content-Moderatoren prüfen und löschen Inhalte wie Darstellungen von sexuellem Kindesmissbrauch (so genannter Kinderpornografie), von Folter, Hinrichtungen, Suiziden, Terrorismus etc. Überwiegend sind sie bei Drittfirmen in prekären Arbeitsverhältnissen beschäftigt. Facebook will in Fällen posttraumatischer Belastungsstörungen nun Behandlungskosten übernehmen. Ein großer Teil der Content-Prüfung und Löschungen von unerwünschten Inhalten (Entscheidungsgrundlage sind interne Richtlinien der Plattform) durch Menschen findet bei Drittfirmen in Asien statt. Zunehmend sollen Algorithmen diese Arbeit übernehmen. In vielen Fällen ist eine Einschätzung jedoch nur auf der Grundlage menschlicher Urteilskraft möglich.

### Quellen:

**Zeit online/dpa/fo:** Schadensersatz. Facebook zahlt Millionen-Entschädigung an erkrankte Prüfer. In: Zeit online, 13.05.2020.

Abrufbar unter: <https://www.zeit.de>

**SZ.de/bloom/jael/bix:** Soziales Netzwerk. Facebook zahlt traumatisierten Content-Prüfern 52 Millionen Dollar. In: Süddeutsche Zeitung, 13.05.2020.

Abrufbar unter: <https://www.sueddeutsche.de>

## FSM veröffentlicht erste Prüfentscheidungen nach dem NetzDG

Die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) ist seit Januar 2020 staatlich anerkannt, auch Prüfungen auf Grundlage des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (NetzDG) durchzuführen. Erste Prüfentscheidungen mit ausführlichen Begründungen können nun auf der Webseite der FSM nachgelesen werden.

### Die Entscheidungen sind abrufbar unter:

<https://www.fsm.de>

## Medienstaatsvertrag hat zwei weitere Hürden genommen

Die EU-Kommission hat festgestellt, dass das Vertragswerk nicht gegen EU-Recht verstößt. Zudem haben alle Ministerpräsidenten der deutschen Bundesländer unterzeichnet. Nun müssen sich die Landtage noch mit dem Medienstaatsvertrag befassen und darüber abstimmen. Geplant ist, dass der Vertrag, welcher den Rundfunkstaatsvertrag ersetzen soll und neue Regelungen für Onlineplattformen und Medienintermediäre enthält, noch im Herbst 2020 in Kraft tritt. Das umstrittene „Pornowerbeverbot“ wurde wieder gekippt und ist nun nicht mehr im Vertragstext enthalten. Durch dieses wären einfach pornografische Inhalte indizierten Inhalten gleichgestellt worden und hätten somit – auch in inhaltsneutraler Form – nur noch in geschlossenen Benutzergruppen und nach Prüfung der Volljährigkeit von Nutzerinnen und Nutzern durch ein anerkanntes Altersverifikationssystem beworben werden dürfen.

### Quellen:

**Krempf, S.:** Medienstaatsvertrag: Pornowerbeverbot und Google-Ausnahme sind raus. In: Heise online, 04.05.2020.

Abrufbar unter: <https://www.heise.de>

**SZ.de/dpa:** Medienstaatsvertrag. Unterschriften sind komplett. In: Süddeutsche Zeitung, 02.05.2020.

Abrufbar unter: <https://www.sueddeutsche.de>

## Sie duldet, er deutet

### Das Fernsehen bleibt sich auch in der Krise treu: Es sind vor allem Männer, die Corona erklären

Die Erkenntnis ist nicht neu: Im Fernsehen wird die Welt von Männern erklärt. Die Coronakrise hat das wieder deutlich vor Augen geführt. „Frauen sind die wahren Heldinnen in der Krise – erzählen uns Männer“, lautet das Fazit einer Analyse des Instituts für Medienforschung der Universität Rostock. Die Kommunikationswissenschaftlerinnen Elizabeth Prommer und Christine Linke haben bereits in ihrem viel beachteten Buch *Ausgeblendet. Frauen im deutschen Film und Fernsehen* (Köln 2019) festgestellt, dass Frauen im Fernsehen ganz erheblich unterrepräsentiert sind, und zwar in allen Bereichen: vor der Kamera wie auch dahinter, in Filmen und Serien wie auch in journalistischen Formaten oder in der Unterhaltung.

Für die erneut durch die MaLisa Stiftung der Schauspielerin Maria Furtwängler und ihrer Tochter Lisa finanzierten Folgestudie haben die Kommunikationswissenschaftlerinnen Elizabeth Prommer und Julia Stüwe 174 Informationssendungen mit Coronabezug ausgewertet, die während der zweiten Aprilhälfte 2020 ab 18.00 Uhr von ARD, ZDF, RTL und SAT.1 ausgestrahlt worden sind. Die Ergebnisse belegen, wie wenig die weibliche Hälfte der Gesellschaft im Fernsehen zu sagen hat: Auf vier männliche Experten kam nur eine Frau. Während sich dies noch damit rechtfertigen ließe, dass die Leitung maßgeblicher Institutionen (etwa des Robert Koch-Instituts) überwiegend mit Männern besetzt ist, ist die Diskrepanz in der Statistik der Medizinerinnen und Mediziner, die in Talkshows oder Nachrichtensendungen zu Wort kamen, offenkundig: In Deutschland gibt es ebenso viele Ärztinnen wie Ärzte; im Fernsehen lag das Verhältnis aber bei eins zu fünf. Waren Menschen mit Leitungsfunktion gefragt, lag der Frauenanteil bei nur 5 %. Und während der Pflegebereich in der Realität eindeutig von Frauen dominiert wird (70 %), wurden sie im Fernsehen laut Studie nur zu 17 % befragt. Insgesamt kamen doppelt so viele Männer wie Frauen zu Wort (67 zu 33 %). Eine

parallel durchgeführte Untersuchung von knapp 80.000 Coronatexten in den Onlineauftritten von 13 Printmedien kam zu einem ähnlichen Ergebnis.

Die Erkenntnisse decken sich mit einer Analyse des „Spiegel“. Das Nachrichtenmagazin hat seit Januar 2020 die Coronaausgaben der fünf wichtigsten Talkshows in ARD und ZDF ausgewertet; nur ein Drittel der Gäste war weiblich. Das Fazit des Autorenquintetts: „Männer sind die Experten, ihnen wird die größere Deutungshoheit zugestanden.“ Frauen seien hingegen nur dann in der Überzahl, wenn es um Betroffenheit gehe: „Sie berichten vom Stress mit den Kindern, die sie zu Hause unterrichten, während sie gleichzeitig ihre Arbeit im Homeoffice erledigen.“ Medienforscherin Prommer findet die entsprechende Botschaft sehr bedenklich, denn sie kultiviere „das Bild eines Experten, der männlich zu sein hat. Die Abwesenheit der Frauen wiederum unterstellt, dass wir ihnen weniger zutrauen können.“ Anne Will, die Moderatorin der erfolgreichen Sonntagstalkshow der ARD, sagte dem „Spiegel“, ihre Redaktion lade regelmäßig auch Expertinnen ein, aber viele Frauen scheuten die Kritik und die Anfeindungen, die ein derart exponierter Auftritt fast zwangsläufig nach sich ziehe. Die nicht zuletzt durch den Springer-Verlag („Bild“) forcierten Angriffe auf Prof. Dr. Christian Drosten dürften die weibliche Zurückhaltung noch verstärkt haben.

#### Quellen:

**Dambeck, H./Knöfel, U./Laurenz, N./Tack, A./Voigt, C.:** *Wer das Sagen hat.* In: Der Spiegel, Nr. 21, 16.05.2020, S. 100–112

**Prommer, E./Stüwe, J.:** *Wer wird in Krisenzeiten gefragt?. Geschlechterverteilung in der Corona-Berichterstattung.* Rostock 2020 (im Auftrag der MaLisa Stiftung). Abrufbar unter: <https://malisastiftung.org>

#### Weiterführende Literatur:

**Weinert, B.:** *Männer erklären uns die Welt. Expertinnen sind im Fernsehen immer noch die Ausnahme.* Interview mit Elizabeth Prommer. Abrufbar unter: [tvdiskurs.de](http://tvdiskurs.de)

Tilmann P. Gangloff

Alexander Grau

# Das Porträt: Marc Ziegele

Marc Ziegele ist Juniorprofessor für politische Online-Kommunikation. Vermutlich gibt es nur wenige Lehrstühle in Deutschland, die ein aktuelleres Thema bearbeiten. Denn nicht erst die Coronakrise hat gezeigt, wie sehr sich nicht nur die klassischen Kommunikationswege, sondern auch die Landschaften der Medienakteure verändert haben. Die klassischen Medien kommen unter Rechtfertigungsdruck, alternative Medien reklamieren für sich, Bewahrer der Demokratie zu sein, der Ton wird mitunter rau, die großen Internetanbieter reagieren mit Löschungen und Fact Checking. In seinen Forschungsprojekten untersucht der an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf lehrende Kommunikationswissenschaftler diese überaus komplexen und heterogenen Phänomene.

Die Einsicht, dass die politische Kommunikation dank der digitalen Medien in den letzten Jahrzehnten demokratischer geworden ist, kann als Gemeinplatz gelten. Zugleich hat sich damit die alte Weisheit bestätigt, dass Demokratisierungsprozesse mitunter auch eine Schattenseite haben. Soziale Medien, Internetforen, Blogs und auch die Kommentarseiten der traditionellen Medien mutierten in den letzten Jahren zunehmend zu Orten hochemotionalisierter Debatten oder sogar zu Plattformen unverhohlener Beleidigungen.

Die politischen Fragen, die sich in diesem Zusammenhang stellen, sind offensichtlich: Grundsätzlich sollte in einem liberalen Gemeinwesen davon ausgegangen werden, dass Menschen das Recht haben, falsche, unsinnige oder absurde Meinungen zu vertreten. Jeder muss das Recht haben, Verschwörungstheoretiker zu sein. Einerseits schützt das Strafgesetzbuch (StGB) zwar vor Beleidigungen, daraus lässt sich aber nicht ein Recht auf gesittete Kommunikation ableiten. Es gibt keinen Rechtsanspruch auf gutes Benehmen. Andererseits umfasst das Recht auf freie Meinungsäußerung keine Herabsetzungen und Diskriminierungen. Was jedoch als Herabsetzung und Diskriminierung zu werten ist, darf nicht allein auf subjektiven Befindlichkeiten beruhen. Schon Jean-Paul Sartre wusste: „Die Hölle, das sind die anderen.“

### **Spielmarketing**

Einer, der die komplexen Entwicklungen und Debatten um die sozialen Medien, um Meinungsfreiheit, Aggressivität im Netz, Verschwörungstheorien und Radikalisierung seit Jahren erforscht, ist der Düsseldorfer Kommunikationswissenschaftler Marc Ziegele. Seit 2018 hat er eine Juniorprofessur für politische Online-Kommunikation inne. Dort untersucht er die Qualität von Diskussionen in sozialen Netzwerken, Ursachen und Folgen von Medienvertrauen und arbeitet an der Entwicklung und Erprobung automatischer Verfahren zur Erkennung bzw. Vorhersage ziviler und unziviler Diskussionsverläufe.

Sein Studium absolvierte Ziegele an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. „Ich bin im hessischen Taunus aufgewachsen und zum Studium nach Mainz gegangen“, erzählt der Kommunikationswissenschaftler. „Ursprünglich wollte ich etwas studieren, das Medien und Wirtschaft thematisch miteinander verbindet. Der Studiengang ‚Medienmanagement‘ in Mainz war da eine ganz gute Kombination. Allerdings habe ich schnell gemerkt, dass mich das Wirtschaftliche weniger interessiert als das Kommunikationswissenschaftliche.“

Insbesondere, so Ziegele, habe er die empirische Forschung vermisst. „Wir haben uns vor allem mit Kennzahlen und betriebswirtschaftlichen Indikatoren beschäftigt, nur selten aber damit, was die Menschen dazu antreibt, Medien zu nutzen, oder zu untersuchen, wie sie wirken“. Ziegeles Diplomarbeit, in der er sich mit der Rolle von Computerspielen als Werbeträger beschäftigte, markiert daher einen Übergang. „Ich hatte damals eine sehr interessante Vorlesung über die kommunikationswissenschaftlichen Aspekte von Computerspielen bei Christoph Klimmt gehört, in der es auch um das Wirtschaft-

## **»Man muss den Menschen möglichst früh beibringen, zu argumentieren und Kritik auch zu ertragen.«**

ten mit Computerspielen ging, insbesondere das In-Game-Advertising, also das Platzieren von Werbung in digitalen Spielen.“ Damals habe es über diesen Bereich wenig Forschung gegeben, weshalb er sich entschlossen habe, die Werbung in Computerspielen mit einer Kombination aus medienpsychologischer Wirkungsforschung und betriebswirtschaftlichen Fragen näher zu analysieren. Das Ergebnis: Aufgrund seiner Untersuchungen konnte Ziegele zeigen, wie wirkungsvoll Product-Placement in Spielen ist. „Damals war es tatsächlich noch so, dass die Spielehersteller sich Lizenzen für Logos und Markennamen von Firmen gekauft haben, damit ihr Spiel authentischer wirkt. Eigentlich hätte es umgekehrt sein müssen, und inzwischen ist das ja auch so. Firmen können heute virtuelle Werbebanner in Spielstadien genauso mieten wie echte Werbebanner in einem echten Stadion.“ Ein ähnliches Umdenken habe bezüglich Werbeeinblendungen in Spielen eingesetzt. Während viele Spielehersteller noch vor zehn Jahren Spielunterbrecherwerbung vehement abgelehnt hätten, sei es bei vielen Onlinespielen mittlerweile gang und gäbe, zwischen einzelnen Spiellevels Werbung zu schalten. „Es ist schon interessant zu beobachten, wie dieses Wirtschaftsmodell sich weiterentwickelt hat“, so Ziegeles Fazit.

### **Nachrichten und ihre Kommentare**

Nach seiner Arbeit über Werbung in Computerspielen wandte sich Ziegele endgültig rein kommunikationswissenschaftlichen Fragen zu. So befasste er sich in seiner Promotion mit dem Diskussionswert von Onlinenachrichten. „Mich hat damals beschäftigt, dass zwar unheimlich viele Menschen Nachrichten im Netz zu kommentieren scheinen, im Grunde aber recht wenig über diese Menschen bekannt ist: Wer ist das? Warum machen sie das? Weshalb haben manche Nachrichten Tausende von Kommentaren, andere nur ein paar Dutzend?“ Entsprechend untersuchte der Wissenschaftler in seiner Promotion, was eine Nachricht für Menschen diskussionswürdig macht. Dabei ging es Ziegele nicht nur um den Inhalt der

## »Wenn krude Ansichten unwidersprochen stehen bleiben, kann das dazu führen, dass sie von anderen Nutzern übernommen werden.«

Nachricht, sondern auch um deren Präsentation, um die jeweilige Plattform. „Es lassen sich drei bis vier Bereiche identifizieren, die die Bereitschaft steigern, eine Nachricht zu kommentieren“, erklärt der Kommunikationswissenschaftler. „Da sind zunächst die Eigenschaften der Nachrichten selbst, dann die Architektur der Plattform, auf der die Nachricht erscheint, schließlich die Eigenschaft bereits vorhandener Kommentare und dann die persönlichen Eigenschaften des Nutzers auf der Motivationsebene.“

Nachrichten würden dann besonders diskussionswürdig, wenn sie für den Rezipienten eine besondere Relevanz hätten. Diese Relevanz sei nicht notwendigerweise identisch mit einem persönlichen Nutzen oder mit persönlicher Betroffenheit, es reiche aus, dass sich der Nutzer in seinem persönlichen Wertesystem symbolisch angesprochen fühle und damit involviert sei. „Insofern gibt es zwei Motivationsmuster: auf der einen Seite das persönliche Tangiertsein etwa des VW-Arbeiters, der einen Artikel über VW kommentiert, auf der anderen Seite gesellschaftliche Reizthemen, anhand derer das Zusammenleben in der Gesellschaft diskutiert wird“. Bei Letzteren hätten viele Menschen tief verankerte Meinungsschemata im Kopf. Häufig würde dann allein ein Schlüsselwort ausreichen, um ein Kommentarbedürfnis zu triggern. „Das betrifft vor allem die latenten Konflikte, die in einer Gesellschaft dauerhaft bearbeitet werden, ungelöste Fragen, bei denen es nicht ‚richtig‘ oder ‚falsch‘ gibt, sondern die im Sinne des Konzepts der öffentlichen Meinung von Elisabeth Noelle-Neumann immer kontrovers diskutiert werden“.

Auf der Architekturebene würden vergleichsweise einfache Einrichtungen die Diskussionstätigkeit bestimmen, etwa ob man sich für die Kommentarfunktion persönlich registrieren müsse oder nicht. Auch der Aufbau der Kommentarfunktion, etwa ob man direkt auf die Anmerkung anderer Nutzer reagieren könne, würden das Diskussionsverhalten deutlich beeinflussen. Entsprechend habe auch die Möglichkeit, sich anonym zu äußern, einen Einfluss auf das Kommentierungsgeschehen.

Die seit Jahren zunehmende Aggressivität im Netz möchte der Wissenschaftler allerdings nicht allein auf die Möglichkeit anonymer Kommentare zurückführen. Hier kämen mehrere Faktoren zusammen. Zum einen würde das Netz lediglich das sichtbar machen, was ohnehin in einer Gesellschaft vorhanden sei. Auch früher hätten Menschen sich respektlos und beleidigend geäußert, nur sei man mit diesen meistens nicht in Kontakt gekommen. Ein zweiter Punkt sei tatsächlich die Anonymität, doch deren Rolle sei in der Wissenschaft umstritten: „Die Forschung dazu ist alles andere als eindeutig. In der Öffentlichkeit wird häufig so getan, als würde eine Klarnamenpflicht das Verhalten zivilisieren, doch die Forschung zeigt, dass solche Effekte sehr gering sind“. Viel entscheidender sei die Entfremdung durch die digitale Kommunikation selbst, also dass man dem anderen nicht gegenübersteht und ihn daher nicht als Mensch wahrnimmt. „Ob der Teilnehmer in einem Forum Rolf Meier heißt oder Häschen\_83 ist dem Gegenüber relativ gleichgültig.“ Im Grunde verhalte sich das wie beim Autofahren, wenn man einen anderen Verkehrsteilnehmer in einer Art beschimpfe, wie man es von Angesicht zu Angesicht nie tun würde.

Noch entscheidender als die unpersönliche Kommunikation sei für die Aggressivität im Netz jedoch das Aufeinanderprallen von unterschiedlichen Sozialmilieus, die sich in der analogen Welt nie begegnen würden. Die eigene Lebenswelt sei aber von überragender Bedeutung für die persönliche Identität. Sie infrage zu stellen, sei somit hochproblematisch. „In den sozialen Netzwerken findet ein Überlebenskampf der Lebenswelten und Identitäten statt – und der wird entsprechend hart und kontrovers ausgetragen.“

Kennzeichnend für soziale Netze sei eine Doppelstruktur. Einerseits würden sich in isolierten Teilöffentlichkeiten homogene Meinungsmilieus bilden. Diese recht homogenen Meinungsmilieus werden jedoch in den Öffentlichkeiten, die klassische Nachrichtenmedien bilden, schnell mit anderen Meinungen konfrontiert, was zu entsprechenden Emotionsausbrüchen führe. „Dafür gibt es nicht immer eine Lösung. Teilweise ist das der Preis für die Heterogenität und Vielfalt der Meinungen in einer pluralistischen Gesellschaft. Die Menschen etwa nach Teilöffentlichkeiten zu sortieren, wäre unserer Gesellschaft sicher nicht zuträglich.“

Die Menschen müssten vielmehr lernen, dass ein Argument oder auch einfach eine andere Meinung nicht einen Angriff auf die eigene Person darstelle. „Man muss den Menschen möglichst früh beibringen, zu argumentieren und Kritik auch zu ertragen.“

Eine weitere Möglichkeit zur Befriedung der politischen Onlinekommunikation, die Ziegele und sein Team untersuchen, ist der Einsatz von Moderatoren. „Eine Erkenntnis aus der Sozialpsychologie ist eben auch, dass die Menschen sich online an den scheinbar vorherrschenden Gruppennormen orientieren. Wenn sie wahrnehmen, dass in den ersten fünf Kommentaren Radau gemacht wird, dann wird das als akzeptiertes Verhalten aufgefasst und entsprechend repliziert.“

Allerdings sei der Ton, der von den etablierten Medien vorgegeben werde, auch nicht immer integrativ, und das gelte nicht nur für die Boulevardmedien. „Auch die seriösen Medien stecken gerne in Schubladen: hier wir Liberalen, dort die Wirrköpfe und Verschwörungstheoretiker. Mit diesen Dichotomien lassen sich zwar gute Storys bauen, doch tragen so auch die etablierten Medien dazu bei, dass gewisse Bevölkerungsgruppen sich stigmatisiert fühlen und sich radikalisieren.“ Diese Form der Abwertung erzeuge dann wieder negative Emotionen, die emotionalere, kürzere und unzivilere Kommentare hervorbrächten.

## Lügenpresse

Seit 2016 untersucht Ziegele mit ehemaligen Kollegen aus Mainz das Vertrauen der Menschen in die Medien.<sup>1</sup> Die Umfragen, so Ziegele, würden deutlich zeigen, dass das Vertrauen der Menschen in die klassischen und etablierten Medien konstant hoch sei. Von einer Zäsur oder „Erosion“ des Vertrauens könne keine Rede sein. Entsprechend könnten die meisten Menschen einschlägigen Lügenpresse-Vorwürfen wenig abgewinnen. „Diese Vorwürfe waren 2016 auf einem Hoch“, erläutert der Wissenschaftler. „Damals gab ein Viertel der Befragten an, dass an dem Lügenpresse-Vorwurf etwas dran sei. Seitdem aber ist das wieder auf unter 20 % abgesunken.“ Allerdings gebe es auch eine ähnlich starke Gruppe, die entsprechenden Vorwürfen zumindest teilweise zustimme. Insgesamt ergebe sich so ein Anteil von fast 40 % der Bevölkerung, der den Lügenpresse-Vorwürfen ganz oder zumindest teilweise zustimme und damit für die Angebote sogenannter alternativer Medien und dort eventuell verbreiteter Verschwörungstheorien anfällig sei. „Man kann auch zeigen“, ergänzt Ziegele, „dass ein gewisser Medienezynismus – also der Glaube, Medien würden betrügen und mit den Mächtigen unter einer Decke stecken – mit der Nutzung alternativer Medien einhergeht“.

Allerdings müsse man auch im Blick behalten, dass das Vertrauen der Menschen in die Medien themenspezifisch sei. Bei Themen wie Migration oder Islam, also ideologisch aufgeladenen Symbolthemen, seien die Bürger gegenüber den etablierten Medien deutlich skeptischer als in Bezug auf weltanschaulich eher neutrale Fragen wie Berichte über die Mietentwicklung oder den Dieselskandal.

„Am Anfang der Coronakrise war übrigens ein ähnliches Phänomen zu beobachten“, erinnert sich Ziegele. „Mitte März hatten die Menschen ein extrem hohes Vertrauen in die Medien und die Regierung. Die Medien wurden hier als Verbündete in dem gemeinsamen Kampf gegen das Virus wahrgenommen. Zwei Wochen später war dieses Phänomen schon wieder rückläufig, da die Debatte um Lockerungen zunehmend ideologischer wurde.“ Die Homogenität der Krisenwahrnehmung habe sich im Laufe des April deutlich ausdifferenziert und damit auch die Einschätzung der Rolle der Medien. Die Frage, die sich in diesem Zusammenhang stelle, sei, ob solche Effekte Produkte einer zunehmend differenzierten Medienberichterstattung seien. „Wenn dem so ist“, so Ziegele,

„kann die Konsequenz daraus allerdings nicht sein, in Zukunft weniger differenziert zu berichten.“ Allerdings sei auch nicht auszuschließen, dass die traditionellen Medien der Ausdifferenzierung der Meinungsbildung hinterhergelaufen seien. „Aus meiner persönlichen Sicht ist es problematisch, dass die Etablierten in dieser Situation ernst zu nehmende Kritiker der Regierung ignoriert haben. Das ist nur Wasser auf die Mühlen derjenigen, die dahinter eine Verschwörung wittern.“

Hinter diesem Verhalten gerade auch der öffentlich-rechtlichen Medien stehe kein böser Wille, vielmehr sähen sich viele Journalisten in der Verantwortung, die Menschen vor möglicherweise schädlichen Ansichten zu bewahren. „Ob Medien eine solche Funktion einnehmen sollen – aber auch das ist meine persönliche Meinung –, müsste man stärker diskutieren. Denn die Schleusen sind ohnehin offen, wenn man sich die teilweise siebenstelligen Klickzahlen von manchen alternativen Medien anschaut.“ Natürlich, so Ziegele, müsse man auch hier differenzieren, da insbesondere bei YouTube eine Menge sehr fragwürdiger Leute unterwegs seien, das dürfe aber nicht dazu führen, kritische Meinungen auszuschließen, nur weil sie bei YouTube artikuliert würden.

Eine angemessene Methode, mit fragwürdigen Überzeugungen umzugehen, sei daher auch nicht, diese einfach zu löschen, sondern, so die Einschätzung des Wissenschaftlers, diese zu kommentieren. „Wenn krude Ansichten unwidersprochen stehen bleiben, kann das dazu führen, dass sie von anderen Nutzern übernommen werden. Auch das Kommentieren ist natürlich nicht unproblematisch, aber es ist besser, als Beiträge einfach zu löschen.“

Genau mit dieser Frage, wie die Qualität von Onlinediskussionen durch Kommentatoren verbessert werden kann, wird sich Ziegele zusammen mit einer Nachwuchsforschergruppe auch in den nächsten Jahren beschäftigen. „Ein Teil der Arbeit wird dabei auch sein, Algorithmen zu entwickeln, die Community-Manager dabei unterstützen, Kommentare zu identifizieren, auf die man eingehen sollte.“ Das Ziel solle dabei immer sein, Kontroversen auch zuzulassen, ohne jedoch Beleidigungen und Abwertungen zu tolerieren.

### Anmerkung:

<sup>1</sup> Die Untersuchungsergebnisse sind abrufbar unter: <https://medienvertrauen.uni-mainz.de>



Dr. Alexander Grau arbeitet als freier Kultur- und Wissenschaftsjournalist u. a. für „Cicero“, „NZZ“ und den Deutschlandfunk.

# Emojis sind überall

## Schreiben in digitalen Zeiten

Christa Dürscheid

Emojis zählen zu den charakteristischen Merkmalen der digitalen Alltagskommunikation. Der Beitrag geht der Frage nach, in welchen Kontexten sie bevorzugt zum Einsatz kommen und welche kommunikativen Funktionen damit verbunden sind. Zum Schluss wird ein Blick auf die Verwendung von Emojis in der Coronakrise geworfen.

### Emojis: eine Erfolgsgeschichte

Emojis sind überall – zumindest überall da, wo sich Menschen mit Bekannten, Freunden, in der Familie in Messengerdiensten wie WhatsApp-Chats austauschen, auf Instagram Bilder von ihrem letzten Restaurantbesuch posten oder über Facebook Grüße aus dem Urlaub schicken. Und nicht nur in der privaten Kommunikation, auch in der Geschäftskommunikation und in massenmedialen Kontexten kommen Emojis vor (vgl. Abb. 1): Firmenverzieren ihre Newsletter mit Emojis; Werbeagenturen setzen auf Emojis zur Gestaltung von Anzeigen und Plakaten; T-Shirts, Poster, Spiele, Bücher, Filme werden mit Emojis vermarktet; und auch Zeitungsredaktionen und Sendeanstalten verwenden sie, um ihre Facebook-Auftritte etwas informeller und sympathischer zu gestalten.

Emojis sind auch ein kritisch diskutiertes Thema im öffentlichen Diskurs. In vielen Zeitungsartikeln wird z. B. die Frage gestellt, ob das Schreiben mit Emojis langfristig Auswirkungen auf den Sprachgebrauch haben könnte und wohin es führen mag, wenn im Internet immer häufiger mit Bildern (also z. B. mit Fotos,

Stickern, GIFs, Emojis) kommuniziert wird. Schnell richtet sich dann der Blick auf die Jugendlichen. Verlernen diese durch das häufige Schreiben solcher Nachrichten die Fähigkeit, sich korrekt auszudrücken? Eine andere, immer wieder gestellte Frage bezieht sich darauf, ob Emojis langfristig die Basis für eine neue Universalsprache darstellen könnten (vgl. Abb. 2). Von sprachwissenschaftlicher Seite wird dem meist entgegengehalten, dass Bilder immer nur eine Ergänzung zum Schreiben, nicht aber einen Ersatz darstellen könnten und die Jugendlichen durchaus wüssten, in welchem Kontext welches Schreiben angemessen sei. Emojis würden in der gesprochenen Sprache ohnehin nicht verwendet, und im Geschriebenen könnten sie nie an die Möglichkeiten unserer Alphabetschrift heranreichen (vgl. Dürscheid/Siever 2017). Man versuche nur, den folgenden Satz in Emojis darzustellen: „Gerne wäre ich gestern gekommen, wenn ich Zeit gehabt hätte.“ Weder die grammatischen Informationen in diesem Satzgefüge (z. B. Tempus, Modus) noch die logische Verbindung zwischen den beiden Satzteilen lassen sich mit Emojis zum Ausdruck bringen.

### Emojis und der Unicode

Das Wort „Emoji“ kommt aus dem Japanischen; es steht für die Kombination „Bild“ (e) und „Zeichen“ (moji), die lautliche Ähnlichkeit mit dem Wort „Emoticon“ ist nur zufällig. In Japan reicht die Geschichte der Emojis bis in das letzte Jahrhundert zurück. Als ihr Erfinder gilt Shigetaka Kurita, der Ende der 1990er-Jahre für den damals größten Mobilfunkanbieter Japans kleine schwarz-weiße Grafiken entwarf, die ergänzend zum Text verwendet werden konnten. Die Erfolgsgeschichte von Emojis hat also in Japan ihren Anfang genommen. Das erklärt auch, warum die Bedeutung vieler Emojis angelehnt ist an den japanischen Kulturkreis. So wird das Hundehaufen-Emoji 🐞 in Japan verwendet, wenn man jemandem Glück wünschen möchte; bei uns dient es dazu, etwas Negatives darzustellen oder die Aussage eines anderen kritisch zu kommentieren. Wer



sich genauer über die Bedeutung von Emojis informieren möchte, der sei auf die Website Emojipedia<sup>1</sup> verwiesen. Hier sind alle Emojis in ihrer ursprünglichen Bedeutung aufgelistet. Angemerkt sei auch, dass Jeremy Burge, der dieses Nachschlagewerk im Jahr 2013 aufbaute, auch den Welt-Emoji-Tag ins Leben gerufen hat. Dieser Tag findet jeweils am 17. Juli statt.

Scrollt man am Handy durch die lange Liste von Emojis, dann sieht man, wie viele verschiedene Zeichen diese Liste mittlerweile umfasst. Da gibt es Emojis, die für Gefühlsäußerungen stehen (z. B. lachende oder traurige Gesichter), Bilder von Personen mit verschiedenen Berufen, Bilder von Lebensmitteln, sportlichen Aktivitäten, Tieren, Fahrzeugen und Flaggen und auch symbolische Darstellungen (wie z. B. das Plus- und das Minuszeichen, religiöse Symbole und das Herz-Emoji in verschiedenen Farben). Dass diese kleinen bunten Bildchen mit nur wenigen Klicks in den Text eingefügt werden können, ist nur deshalb möglich, weil sie im Unicode erfasst sind, d. h. in dem internationalen Zeichensatz, der heute die Basis für alles digitale Schreiben ist.<sup>2</sup> Zwar konnte man auch schon im ASCII-Code Texte mit Smileys vom Typ :- ) etc. gestalten (und manche tun dies heute noch), doch nachdem im Jahr 2010 die ersten Emojis in den Unicode aufgenommen worden waren, traten diese rasch in Konkurrenz dazu. Inzwischen sind im Unicode über 3.000 Emojis gelistet, und jedes Jahr kommen neue hinzu – allerdings nur dann, wenn sie bestimmte Kriterien erfüllen. Ein Antrag zur Aufnahme eines Emojis in den Unicode wird in der Regel nicht erfolgreich sein, wenn damit ein bestimmtes Produkt vermarktet werden soll (z. B. eine Getränkemarke). Dagegen hat ein Antrag eine Chance, der nachweisen kann, dass das Zeichen gesellschaftspolitische Relevanz hat, also z. B. der Diversität in unserer Gesellschaft Rechnung trägt. Nicht zuletzt dieses Kriterium hat dazu geführt, dass es heute im Unicode so viele Emojis gibt, die Menschen mit verschiedenen Hautfarben und in unterschiedlichen Paarkonstellationen darstellen.

Abb. 1: Emojis in Facebook

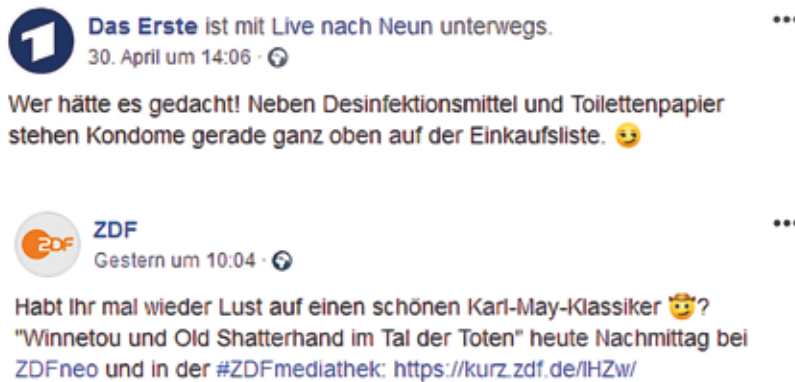
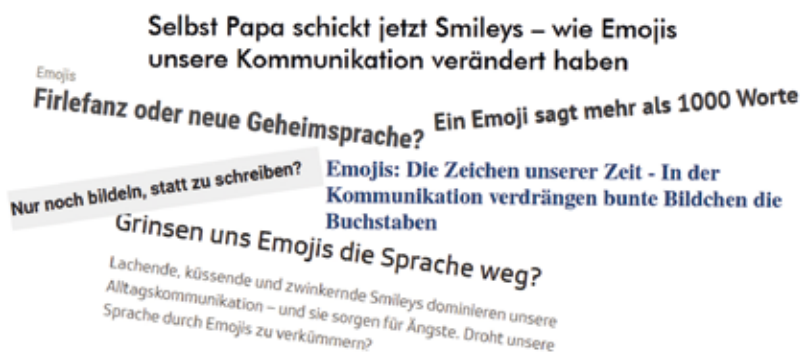


Abb. 2: Emojis im öffentlichen Diskurs



**Jugendliche, WhatsApp und Emojis**

Wie die jährlich durchgeführte *ARD/ZDF-Onlinestudie* ergab, nutzten in Deutschland im Jahr 2019 rund 90 % der Bevölkerung ab 14 Jahren das Internet.<sup>3</sup> Die Frage stellt sich natürlich, zu welchem Zweck sie es nutzten, denn davon hängt ab, ob der Gebrauch von Emojis hier überhaupt eine Rolle spielt. Wer z. B. einen wissenschaftlichen Aufsatz schreibt und diesen im Internet publiziert oder einen Geschäftsbrief per E-Mail versendet, wird vermutlich keine Emojis verwenden. Anders ist es, wenn man über WhatsApp oder über andere Kanäle Nachrichten verschickt oder auf Facebook, Instagram oder Twitter etwas postet. Das führt uns zu der Frage, wie populär solche Internetanwendungen sind. Dazu sei auf die *JIM-Studie (Jugend, Information, Medien)* verwiesen, die in Deutschland seit dem Jahr 1998 Daten zur Mediennutzung von 12- bis 19-Jährigen erhebt. Die letzte Studie stammt aus dem Jahr 2019 und zeigt auf, dass 93 % der befragten Jugendlichen (n = 1.200) mehrmals pro Woche via WhatsApp kommunizieren. Weiter ergab die Umfrage, dass WhatsApp der beliebteste Kommunikationskanal ist, erst danach folgen Instagram, Snapchat und Facebook (in dieser Reihenfolge). Jugendliche kommunizieren in ihrer Freizeit also bevorzugt über WhatsApp. Doch das bedeutet nicht, dass sie Emojis häufiger verwenden als andere Altersgruppen. Tatsächlich gibt es eine Untersuchung, die in eine andere Richtung weist – allerdings auf sehr schmaler Datenbasis (n = 120). Die Autorinnen zeigen in dieser Studie, dass Personen, die älter als 35 sind, mehr Bildzeichen gebrauchen als Jüngere (vgl. Tschernig/Hertzberg 2015). Sie nennen auch die Gründe, die dies haben mag (z. B. vermuten sie bei den Älteren eine Faszination für neue Technologien), und gehen kurz auf die Frage ein, zu welchem Zweck Emojis überhaupt verwendet werden. Dazu gibt es bereits wissenschaftliche Arbeiten (z. B. Aretz 2019; Beißwenger/Pappert 2019; Dürscheid/Frick 2016; Dürscheid/Siever 2017), die uns als Grundlage für die Ausführungen im nächsten Abschnitt dienen.

Abb. 3: Eine neue „Reaktion“ auf Facebook

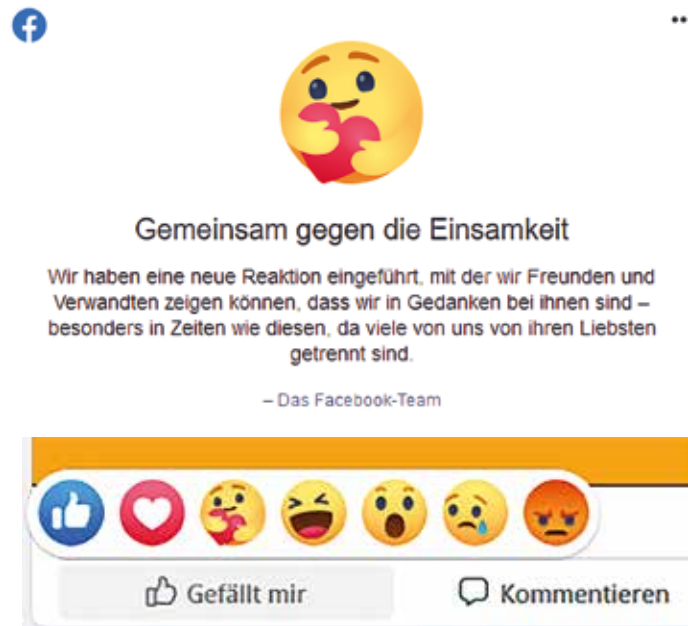
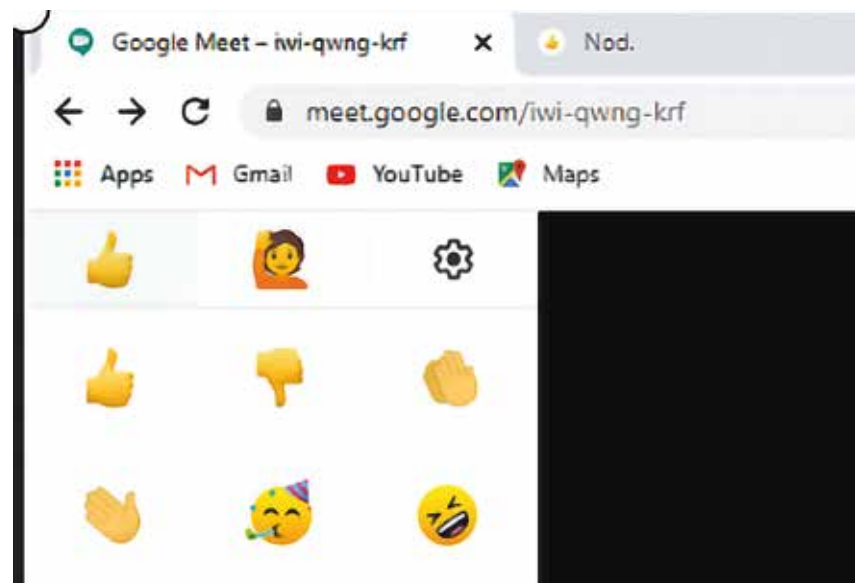


Abb. 4: Emojis im Videochat



## Was leisten Emojis?

Emojis können dazu dienen, Texte „informeller und sympathischer zu gestalten“. So haben wir es weiter oben formuliert. Dies lässt sich auch anders ausdrücken: Emojis haben eine indexikalische Funktion, sie schreiben dem Text (und damit der Person hinter dem Text) bestimmte Eigenschaften zu. Doch wie lässt sich das nachweisen? Dazu sei auf eine Onlinebefragung aus der Psychologie verwiesen (n = 385). Im Abstract zu der Studie heißt es: „Der Verfasser eines Textes mit positiv konnotierten Emojis [z. B. 😊, Anm. d. Red.] wird als deutlich wärmer und sympathischer eingeschätzt; der Verfasser eines Textes ohne Emojis als durchsetzungsstärker; der Verfasser eines Textes mit negativ konnotierten Emojis [z. B. 😡, Anm. d. Red.] als gereizt und verärgert“ (Aretz 2019, S. 37).

Als Stimuli in dieser Untersuchung wurden nur solche Bildzeichen verwendet, die Emotionen ausdrücken und die Aussagen entsprechend kommentieren sollten. Emojis werden aber auch für andere Zwecke eingesetzt. So können sie dazu dienen, eine Aussage zu illustrieren. Das ist z. B. der Fall, wenn ergänzend zu einem Text wie „Wir freuen uns auf den Sommer“ Emojis angefügt werden, die man mit dieser Jahreszeit in Verbindung bringt, also z. B. ☀️, 🌸 und 🌈. Weiter können Emojis auch an die Stelle von Wortteilen oder Wörtern gesetzt werden (vgl. „Ich komme mit dem 🚲“, „Ich fahre mit dem Nacht🌙“). Ob das geschieht, um Tippaufwand einzusparen, oder ob es nur als nette Spielerei angesehen wird, sei dahingestellt. Ohnehin zeigen Korpusstudien, dass dieser Gebrauch relativ selten ist, die meisten Emojis werden in kommentierender und illustrierender Funktion verwendet. Für weitere Informationen dazu sei auf ein Forschungsprojekt zur WhatsApp-Kommunikation verwiesen<sup>4</sup>, dem eine umfangreiche Datensammlung zugrunde liegt (ca. 750.000 Nachrichten).

## Emojis in der Krise

Die Coronakrise zeigt sich auch in der Emoji-Nutzung. Zum einen wird derzeit ein Emoji besonders häufig verwendet: das Mundschutz-Emoji 🤧.<sup>5</sup> Zum anderen gibt es nun auf Facebook ein Emoji, das eine virtuelle Umarmung andeuten soll und das man alternativ zu anderen „Reaktionen“ (z. B. 👍, 🙌❤️) auswählen kann. Dieses Emoji soll ein Zeichen „gegen die Einsamkeit“ setzen, wie das Facebook-Team schreibt (vgl. Abb. 3).

Weiter oben wurde dargelegt, dass jedes Jahr neue Emojis in den Unicode aufgenommen werden. Im Jahr 2021 wird das aber nicht der Fall sein; wegen der Coronakrise hat das Unicode-Konsortium den Release der neuen Emojis verschoben. Ungeachtet dessen lässt sich vermuten, dass die Popularität von Emojis durch die Coronakrise noch zunehmen wird. Denn wenn auch künftig persönliche Begegnungen auf ein Minimum reduziert bleiben müssen, werden sich die Menschen noch häufiger als bisher Textnachrichten schicken (und dabei Emojis verwenden). Auf der anderen Seite wird wieder mehr miteinander gesprochen (Telefonate, Videokonferenzen) – und das kann dazu führen, dass die Emoji-Nutzung zurückgeht. So gibt es auf Videoplattformen wie Zoom, Teams oder Google Meet zwar auch die Möglichkeit, Nachrichten zu schreiben, in der Regel spricht man aber auf diesen Plattformen – und dazu benutzt man keine Emojis. Doch auch hier gibt es schon neue Entwicklungen. So besteht in Zoom die Möglichkeit, 👍 und 🙌 anzuklicken, um etwas zu kommentieren, und in Google Meet stehen bereits sechs Emojis zur Verfügung, die den Zuhörenden solche „real-time reactions“ erlauben (vgl. Abb. 4). Sollten künftig wieder Offlinebesprechungen stattfinden können, fällt diese Option natürlich wieder weg; vermutlich wird niemand in einer Sitzung zur Kommentierung des Gesagten ein Emoji-Schild hochhalten wollen. Oder vielleicht doch?

### Anmerkungen:

- 1 Die Website Emojipedia ist abrufbar unter: <https://emojipedia.org>
- 2 Vgl. <https://home.unicode.org>
- 3 Vgl. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de>
- 4 Vgl. <https://www.whatsup-switzerland.ch>
- 5 Vgl. <https://blog.emojipedia.org>

### Literatur:

- Aretz, W.:** *Zeige mir Deine Emojis und ich sage Dir, wie Du bist: Die Nutzung und Wirkung von Emojis in der privaten Kommunikation.* In: *Journal of Business and Media Psychology*, Ausgabe 10, 1/2019, S. 37–42. Abrufbar unter: <https://journal-bmp.de> (letzter Zugriff: 17.06.2020)
- Beißwenger, M./Pappert, S.:** *Handeln mit Emojis. Grundriss einer Linguistik kleiner Bildzeichen in der WhatsApp-Kommunikation.* Duisburg/Essen 2019
- Dürscheid, C./Frick, K.:** *Schreiben digital. Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert.* Stuttgart 2016
- Dürscheid, C./Siever, C. M.:** *Jenseits des Alphabets – Kommunikation mit Emojis.* In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, Ausgabe 45, 2/2017, S. 256–285
- MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg.):** *JIM-Studie 2019. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.* Stuttgart 2020
- Tschernig, K./Hertzberg K. von:** *Altersgruppenspezifisches Nutzungsverhalten von Bildzeichen bei WhatsApp.* In: *mediensprache.net*, 24.10.2015. Abrufbar unter: <http://www.mediensprache.net> (letzter Zugriff: 17.06.2020)



Prof. Dr. Christa Dürscheid hat eine Professur für Deutsche Sprache an der Universität Zürich. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in der Medienlinguistik, der Grammatik und der Schriftlinguistik.

# Mediale

**Gerd Hallenberger**

Seitdem es Massenmedien gibt, werden ihnen vor allem drei Grundfunktionen zugeschrieben: Unterhaltung, Information und Bildung. Man kann sich mit ihnen vergnügen, sich über das aktuelle Geschehen auf dem Laufenden halten und allgemein Weltwissen erlangen. Daneben haben sie aber immer schon etwas anderes geleistet – sie haben sich für ihr Publikum als nützlich erwiesen, entweder ganz praktisch mit alltagstauglichen Ratschlägen oder eher abstrakt durch allgemeine Hinweise zur besseren Lebensgestaltung.

Genau genommen gab es so etwas bereits vor der Entstehung der Massenpresse im 19. Jahrhundert, diese Vorläufer wandten sich aber an ein recht kleines Publikum. So richtete sich seit dem 16. Jahrhundert die „Hausväterliteratur“ an den gebildeten, reichen (männlichen) Landadel, um ihn mit landwirtschaftlichen Ratschlägen und Hinweisen zur Führung eines tugendhaften christlichen Hausstandes zu versorgen. Nicht mehr ein adliges, sondern ein aufklärerisch gesinntes bürgerliches Publikum wollten im 18. Jahrhundert die „moralischen Wochenschriften“ wie etwa in England „The Tatler“ oder in Deutschland „Der Patriot“ erreichen. Den für die Zeit fortschrittlichen Ideen entsprechend waren die Adressaten auch nicht mehr nur Männer, so etwa im Falle von „Die vernünftigen Tadelrinnen“ (herausgegeben von Johann Christoph Gottsched). Um 1800 kam eine weitere Publikationsform hinzu, die eine schon etwas größere Leserschaft mit Ratschlägen und teilweise auch neuen politischen Ideen versorgen wollte: der Volkskalender, etwa der *Lahrer Hinkende Bote* und *Der Rheinländische Hausfreund*.

Ihrem Publikum hilfreich zur Seite zu stehen, war damit von Anfang an eine Funktion der Massenmedien, sei es in Form von eigenständigen Angeboten oder Beigaben in Print, Radio oder Fernsehen. Selbst als das bundesdeutsche Fernsehen noch ein ganz neues Medium mit einem sehr überschaubaren Publikum war, konnte dieses schon mit Tipps verschiedenster Art rechnen. Einen Tag nach dem offiziellen Sendestart am 25. Dezember 1952 hieß es bereits *Der Doktor hat Ihnen etwas zu sagen ...*, zwei Monate später bat Clemens Wilmenrod erstmals in seiner Kochsendung zu Tisch, kurz danach das Ehepaar Heinrich zum Fernsehsehtanzkurs. Schwerpunkt der frühen Jahre waren Ratgebersendungen für die (Haus-)Frau, aber auch allgemeine Verbrauchertipps (*Meine Groschen – deine Groschen*) kamen nicht zu kurz. Zwar keine klassische Fernsehsendung, dafür aber eminent wichtig war in dieser Zeit der mit dem Deutschen Roten Kreuz gestaltete Suchdienst nach Kriegsvermissten (erster Titel: *Wir helfen suchen*).

Im Unterschied zum Programm der ARD, zu dem mehrere Sender beitrugen, war für das ab 1963 ausgestrahlte ZDF-Programm eine einzelne Anstalt verantwortlich, weshalb Gründungsintendant Karl Holzamer ein deutlich stringenteres Programmkonzept verfolgen konnte. Nach seinen Vorstellungen sollte das ZDF sein Publikum wesentlich persönlicher ansprechen und sich auf eine andere Art als hilfreich erweisen. Das ZDF sollte nicht bloß Ratschläge und Tipps geben, sondern „Lebenshilfe“. Der Begriff meint eine ganzheitliche, auch geistige und moralische Hilfestellung, die sich nicht zuletzt als Orientierungsangebot in der modernen Welt versteht. Als Konsequenz kümmerte sich das ZDF beispielsweise nicht nur um die

# Lebenshilfe

Gesundheit seines Publikums (*Gesundheitsmagazin Praxis*), sondern auch um Erziehungsprobleme (*Die Fernseh-Elternschule*) und die Angst, Opfer von Verbrechen zu werden (*Vorsicht, Falle! Die Kriminalpolizei warnt – Nepper, Schlepper, Bauernfänger* [alle Beispiele ab 1964]).

Bei der ARD begann 1961 mit dem *Rasthaus* über Fragen zu Auto und Verkehr die Reihe der lange laufenden Fernsehratgeber in Magazinform, die mit der Zeit immer mehr Gebiete abdeckten und 1971 die Dachmarke *ARD-Ratgeber* erhielten. Das Spektrum reichte schon damals von Geld über Gesundheit und Recht bis zu Technik, später kamen u. a. noch Heim und Garten sowie Mode hinzu.

Im Laufe der Fernsehgeschichte veränderte sich der Charakter des Gebotenen langsam, aber nachhaltig. Waren es zunächst primär Experten (also auch: primär Männer), die dem zu behelenden Publikum auf die Sprünge halfen, kamen sich beide Gruppen im Laufe der Zeit näher – aus mitgeteiltem „Wissen“ wurde erst der „Ratschlag“, der nicht unbedingt angenommen werden musste, aber sollte, dann ein „Service“, wodurch die Nachfragenden in die Rolle des Souveräns gelangten. Mit dem privatrechtlichen Fernsehen kam es zu den paradoxen Trends, dass einerseits vor allem in Talkshows manche Ratgebende kaum mehr Sachwissen besaßen als die Ratsuchenden, andererseits gelegentlich auch wieder hierarchische Distanz betont wurde (*Die Super Nanny*). In beiden Fällen war jedoch die gebotene Hilfe weniger wichtig als der Unterhaltungswert der betreffenden Sendung, weshalb sich als neue Genrebezeichnung „Helptainment“ etabliert hat.

Ratschläge über das Fernsehen erreichen vorwiegend ein älteres Publikum, für das das Fernsehen noch Leitmedium ist. Vor allem – aber nicht nur – jüngeres Publikum findet Vergleichbares heute hauptsächlich im Internet. Wo die Individualisierung von Lebensweisen und die Pluralisierung von Lebensstilen quantitativ und qualitativ neue Herausforderungen für mediale Beratung hervorgerufen haben, gibt es dank Digitalisierung auch viele neue mediale Orte, an denen diese Hilfe geleistet werden kann – und neue Genres: Morning Routines helfen beispielsweise beim Tagesbeginn, Hauls sind eine Kombination aus Einkaufstipp und Beutepäsentation, How-tos und Hacks unterstützen bei der Lösung von Alltagsproblemen.

Zu den Experten und Beratern alten Typs hat sich dabei eine neue Akteursgruppe gesellt: Influencer, die aufgrund der Zugehörigkeit zu ihrer (jungen) Zielgruppe besonders glaubwürdig wirken. Viele Influencerinnen und Influencer treten zwar wie Testimonials („Werbepostfachter“) auf, aber selbst in diesen Fällen leisten sie noch etwas anderes. Da heute Identitätskonstruktion oft mit dem Erwerb und der Nutzung von Waren und Dienstleistungen verbunden ist, bieten Influencer mit ihren Konsumtipps zusätzlich Orientierungshilfe und Sinnangebote – und damit, ganz im Sinn von Karl Holzamer, tätige „Lebenshilfe“.

Dr. habil. Gerd Hallenberger ist freiberuflicher Medienwissenschaftler.



Der Ökonom und Publizist Andreas Barthelmess beschreibt in seinem Buch *Die große Zerstörung*, wie der digitale Umbruch unser gesamtes Leben beeinflusst. Die digitale Disruption ist für ihn das Phänomen unserer Zeit, das durch die Coronakrise noch dramatisch beschleunigt werde. Im Interview plädiert er dafür, sich den Herausforderungen mit kritischem Optimismus zu stellen, und fordert ein „Daten-#MeToo“.

# Der große Bruch

Tilmann P. Gangloff im Gespräch mit Andreas Barthelmess

**In Ihrem Buch dreht sich alles um Disruption. Was genau verstehen Sie darunter?**

Ich verwende das Wort als Synonym für plötzliche Zerstörung und die Aufhebung alter Ordnungen. Der Begriff stammt aus der Evolutionsbiologie, wird heutzutage jedoch vor allem im Zusammenhang mit der digitalen Wirtschaft benutzt. Ich will mit meinem Buch zeigen, dass Disruption keine rein technologische Kategorie ist. Disruption ist vielmehr ein Phänomen unserer Zeit, einer Zeit, die sich nicht mehr inkrementell, also Schritt für Schritt entwickelt wie etwa in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg. In vielen Bereichen spielen Traditionen keine Rolle mehr oder sind sogar hinderlich. Wir haben es also nicht mit einem Prozess, sondern mit einem abrupten und möglicherweise schmerzhaften Bruch zu tun.

**Aber gab es technologische Umwälzungen nicht immer schon, von der Druckerpresse bis zur Dampfmaschine?**

Diese Erfindungen haben Entwicklungen ausgelöst, die sich über einen langen Zeitraum hinzogen. Die digitale Beschleunigung erreicht jedoch auf einen Schlag alle Bereiche: Wirtschaft, Politik, Kultur und Freizeit. Zur Zeit der Industrialisierung konnte sich die Gesellschaft über Jahrzehnte auf die Veränderungen einstellen.

**Sie haben für diesen Unterschied ein treffendes Bild gefunden: Fortschritt hieß früher, dass neue Gebäude auf alten Fundamenten errichtet worden sind; Disruption bricht dagegen mit der Vergangenheit. Inwiefern?**

Lassen Sie mich das an einem Beispiel aus dem Finanzbereich erläutern, weil ich hier selbst Disruptor war. Die klassischen Industrien verwechseln Disruption und Digitalisierung. Bei der Disruption geht es jedoch nicht darum, bislang analoge Prozesse zu digitalisieren; hier wird vielmehr mit digitalen Möglichkeiten etwas völlig Neues geschaffen. In dieser Hinsicht grenzt sich Disruption auch von einer Revolution ab, die ja sehr wohl etwas Neues auf den Trümmern des Alten errichtet. Der Baustil mag sich von der früheren Epoche unterscheiden, aber das Handwerk und die Fortschritte der alten Baumeister sind genauestens studiert worden.

**Und das ist heute anders?**

Natürlich, denken Sie doch nur an die Automobilindustrie: Der Elektromotor ist alles andere als eine Weiterentwicklung des Verbrennungsmotors. Die klassische Ingenieurskunst der deutschen Autofertigung wird bei Fahrzeugen mit Elektroantrieb nicht mehr benötigt. So ähnlich verhält es sich auch in fast allen anderen Bereichen. Viele Menschen schnuppern gern an neuen Büchern. Früher haben

sich Verlage u. a. tatsächlich auch über den Geruch ihrer Bücher und die Auswahl des Papiers definiert. So etwas spielt im Zeitalter des E-Books keine Rolle mehr.

**Sie schreiben, das Zeitalter der Disruption habe gerade erst begonnen. Viele Menschen fühlen sich aber schon jetzt überfordert. Was kommt noch auf sie zu?**

Die Coronakrise zeigt es: Wir erleben derzeit eine ganz merkwürdige Situation. Auf der einen Seite haben wir den Eindruck einer entschleunigten Phase. Ich spreche in diesem Zusammenhang vom „Nutella-Deutschland“. Wer das Glück hat, entspannt im Homeoffice arbeiten zu können, befindet sich in einem Zustand, wie er in der alten, beschützten BRD geherrscht hat: Wir verbringen viel Zeit mit unserer Kernfamilie, und um 20.00 Uhr schauen wir die *Tagesschau*. Das ist natürlich trügerisch, denn gleichzeitig erfährt der technologische Fortschritt durch die Krise eine dramatische Beschleunigung, wie sich z. B. an den vielen Videokonferenzen und den sprunghaft gestiegenen Umsätzen des Onlinehandels zeigt.

**Wo ist das Problem? Wenn Videokonferenzen dazu führen, dass weniger geflogen wird, ist das doch ein Fortschritt.**

Das stimmt. Aber ich mache mir Sorgen, dass wir als Gesellschaft auf diese Veränderungen nicht vorbereitet sind und stattdessen versuchen, einen längst nicht mehr möglichen Status quo zu bewahren. Ich vermisse den positiven Blick in die Zukunft. Die Politik suggeriert: „Wenn die Krise vorbei ist, wird alles wieder so wie früher.“ Warum formulieren wir es nicht andersrum und denken darüber nach, was wir wollen? Diese prospektive Sicht auf die Welt kommt mir viel zu kurz. Ja, wir haben möglicherweise Angst vor dieser disruptiven Zeit, und das ist auch verständlich, weil wir gerade in der westlichen Welt sehr von den letzten Jahrzehnten profitiert haben; aber der disruptive Bruch bietet auch die Chance, etwas Neues zu kreieren. Entsprechende Visionen sind in der Politik jedoch nicht zu erkennen.

**Vor 200 Jahren sorgte die Romantik als Reaktion auf die Industrialisierung für eine Verklärung des Mittelalters. Erleben wir gerade mit der Sehnsucht nach einer vermeintlich guten alten Zeit und dem Aufschwung des Rechtspopulismus etwas Ähnliches?**

Definitiv, und das beschränkt sich keineswegs allein auf die AfD. Viele aktuelle Begrifflichkeiten stammen aus der Vergangenheit, wenn jetzt z. B. ein neuer „Marshallplan“ für Europa gefordert wird. Auch die von vielen Politikern vermisste „Ordnungsmacht USA“ entstammt politischen Konzepten längst vergangener Zeiten. Genau das ist aber das Problem: Wir haben keine Idee von der Zukunft.

**Sie stellen fest, die Disruption sei ohnehin nicht aufzuhalten, geschweige denn rückgängig zu machen. Deshalb sollen wir sie mitgestalten. Aber wie?**

Erst einmal ist es wichtig, offen und neugierig zu sein. Wer Angst vor der Zukunft hat, kann sie nicht gestalten. Das ist weniger eine Frage des Alters als vielmehr eine Frage der Mentalität. Ich selbst habe zwar eine durchaus skeptische Haltung zur Digitalisierung, wenn ich mir beispielsweise die Polarisierung durch Social Media, die Gleichschaltung der Ästhetik oder die Dominanz einer Handvoll von Hyperunternehmen anschau; trotzdem plädiere ich für einen kritischen Optimismus. Ich erlebe in meinem Umfeld Menschen, die gegenüber der Digitalisierung entweder völlig unkritisch sind oder in eine ideologische Abwehrhaltung verfallen. Ich empfehle den Mittelweg: Wir sollten die Routinen und Zwänge, die durch die Digitalisierung entstanden sind, infrage stellen und das Smartphone auch mal ausschalten. Der Weg in die Zukunft ist beschwerlich und kompliziert, weil man ständig abwägen muss. Aber wenn die Zeiten anspruchsvoll sind, müssen wir auch an uns selbst einen höheren Anspruch haben. Viele Menschen ziehen es jedoch vor, im bequemen Schwarz-Weiß-Denken zu verharren.

**Sie verlangen unter Hinweis auf Goethes Zauberlehrling von der Politik, dass sie die Eigendynamik des Fortschritts zähmt. Wie soll ihr das gelingen? Ist sie nicht dazu verdammt, immer nur reagieren zu können?**

Ich bin ein begeisterter Marktwirtschaftler. Trotzdem frage ich mich, ob es nicht an der Zeit ist, die kapitalistischen Dogmen der Industrialisierung im digitalen Zeitalter infrage zu stellen. Ich erwarte vom Staat, dass er die Interessen der Bürger gegenüber den digitalen Hypermonopolen verteidigt; da bin ich oldschool. Ich glaube an das Primat der Politik bis hin zur globalen Bürgergesellschaft. Schauen Sie sich doch nur an, welchen Einfluss Google und Apple auf die sogenannte Corona-App haben! Das ist ein dramatisches Zeichen dafür, dass wir in vielen Bereichen gar nicht mehr autonom handeln können.

**Sie prognostizieren sogar eine politische Krise: Die Mehrheit könnte kippen, wenn die Politik nicht angemessen auf die disruptiven Herausforderungen reagiert. Ist das nicht übertrieben?**

In allen westlichen Gesellschaften gibt es populistische Bewegungen, einige sind sogar erschreckend erfolgreich. Bei uns ist die gebildete und tendenziell eher liberal eingestellte Mittelschicht noch relativ resilient gegenüber solchen Strömungen. Ich lehne die AfD entschieden ab, doch ich halte sie für ein Korrektiv, das uns am Ende zu besseren Demokraten machen kann. Die Sicherheit der Mittelschicht und ihre damit verbundene Abgrenzung zur

AfD können sich aber sehr schnell verändern, wenn sie eine kollektive Deklassierung erfährt, und diese Gefahr besteht durchaus. Die digitale Wirtschaft wird den Arbeitsmarkt extrem polarisieren. Auf der einen Seite wird es sehr gut bezahlte Angestellte im Technology-Bereich geben, Programmierer, Manager, Data-Analysten; auf der anderen Seite den Niedriglohnbereich. Die Angehörigen der bisherigen Mittelschicht aus dem alten „Nutella-Deutschland“ werden unter Druck kommen: Die einen finden keine Arbeit mehr, die anderen erleben eine kulturelle Deklassierung, weil ihre Arbeit nicht mehr so wertgeschätzt wird wie früher. Wenn sie sich dann auch noch ihr gewohntes Leben nicht mehr leisten können, besteht die Gefahr, dass sich diese Mehrheit frustriert von unserem Gesellschaftsmodell abwendet und die Mehrheit eben kippt.

**Sie setzen große Hoffnungen in soziale Netzwerke als Medien der Aufklärung. Sind Facebook und Co. nicht eher Plattformen für Hass und Verschwörungstheorien?**

Mittelfristig geht von Social Media in der Tat eine große Gefahr für unsere Gesellschaft aus. Gerade im Medienthema können solche Plattformen aber auch ein Korrektiv sein. Wir führen heute viele Debatten, die es zu Zeiten des klassischen Journalismus nicht gegeben hätte. Bewegungen wie „Fridays for Future“ oder #MeToo wären ohne Social Media nicht möglich gewesen.

**Alle Skandale der letzten Jahre sind aber nach wie vor durch klassische Medien aufgedeckt worden.**

Das muss auch der Anspruch sein, den wir mit der digitalen Zeit verbinden. Derzeit befinden wir uns noch in einer Phase, in der vor allem niedrige Instinkte angesprochen werden, aber dafür darf man nicht das Medium verantwortlich machen. Jeder kennt die Erfahrung, dass es schwerer ist, einem anderen etwas ins Gesicht zu sagen, als es ihm zu schreiben. Deshalb machen es sich viele Menschen in ihrer Komfortzone bequem und greifen andere Leute an. Soll man dagegen mit Zensur und Verboten angehen? Ein Blick in die Geschichte zeigt: Alle neuen Technologien haben sich irgendwann zivilisiert, aber sie haben sich nie rückgängig machen lassen. Ich war selbst lange skeptisch gegenüber Facebook, bis ich 2014 im Iran erlebt habe, dass dieses Netzwerk für die Menschen dort das Fenster zur Welt ist.



### **Wir müssen also nur Geduld haben?**

Ohne die Druckerpresse hätte Luther seine Gedanken nicht verbreiten können, aber es hätte auch den Dreißigjährigen Krieg nicht gegeben. Trotzdem hat der Buchdruck langfristig für Aufklärung, Information und Transparenz gesorgt; er war die Voraussetzung für die Zugänglichkeit von Wissen und Bildung. Eine ähnliche Entwicklung werden wir hoffentlich bei Social Media erleben. Ein erhebliches Problem sind allerdings die Monopolstellung und die daraus resultierende Dominanz einzelner Unternehmen. Deshalb plädiere ich dafür, wettbewerbspolitisch hart durchzugreifen, dass es Konkurrenzangebote gibt.

### **Oder dass die Konzerne zerschlagen werden?**

Ja, im letzten Schritt auch das. Als Erstes fordere ich allerdings eine konsequente Besteuerung, als Zweites eine scharfe Regulierung, die die Anbieter zwingen würde, technische Schnittstellen zu öffnen. Zerschlagung würde in erster Linie die Rückabwicklung von Fusionen bedeuten; das Problem Facebook ist in Kombination mit Instagram und WhatsApp viel größer geworden.

### **Viele Menschen sehen dieses Problem überhaupt nicht.**

Das hat damit zu tun, wie wir auf Daten schauen. Sehen wir Daten als öffentliches oder als privates Gut? Die Konzerne betrachten sie jedenfalls vor allem als ein Wirtschaftsgut, und die meisten Menschen überlassen Facebook, Google und Co. ihre Daten, ohne weiter darüber nachzudenken; und außerdem auch noch unentgeltlich.

### **Deshalb fordern Sie ein „Daten-#MeToo“. Wie soll das aussehen?**

Die Frage ist ja: Warum tolerieren wir die Datenkraken? Shoshana Zuboff schreibt in ihrem Buch *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus* von einer ständigen Übergriffigkeit, die sich irgendwann normalisiert habe. Hier sehe ich die Parallele zu #MeToo: Dort ging es ebenfalls

um eine Übergriffigkeit, die Frauen und Männer irgendwann nicht mehr hinnehmen wollten. Deshalb müssen wir dringend auch die unterschwellig kultivierte Übergriffigkeit, die Facebook, Google u. a. ausüben, kritisch hinterfragen. Kritik gibt es natürlich schon, aber die findet vor allem im Feuilleton oder durch Netzaktivisten statt. Was wir brauchen, ist eine Mainstream-Bewegung.

### **Meist gibt es eine Galionsfigur, mit der solche Bewegungen identifiziert werden: Greta Thunberg steht für „Fridays for Future“. Wen sehen Sie an der Spitze des „Daten-#MeToo“? Wäre ein Weltstar wie Tom Hanks denkbar?**

Greta Thunberg ist ein gutes Beispiel für die Heldenkultur unserer Zeit. Sie hätte sich in den 1990er-Jahren nicht als Anführerin einer derartigen Bewegung geeignet. Auch das ist eine Errungenschaft von Social Media: Außenseiter können zu Ikonen und Anführern einer sinnvollen Bewegung werden – und diese Entwicklung ist gut. Jemand wie Tom Hanks wird also eher nicht an der Spitze einer solchen Bewegung stehen. Die Initiative für ein „Daten-#MeToo“ muss ohnehin von der digital affinen Jugend ausgehen. Paradoxerweise hält sich diese Jugend für schwach, dabei ist sie so mächtig wie noch nie zuvor, weil sie die digitalen Medien auf ganz andere Weise beherrscht als die meisten Älteren. Eine junge Frau wäre als Role Model am besten geeignet.

### **Aber ist die Jugend beim Thema „Datenschutz“ nicht eher unkritisch?**

Das ist richtig, die Älteren haben aus der analogen Tradition und ihrem Geschichtsbewusstsein heraus eine deutlich kritischere Haltung. Gerade deshalb müsste die Anführerin oder der Anführer einer „Daten-#MeToo“-Bewegung vor allem die eher unskeptische junge Zielgruppe ansprechen. Aber solche Bewegungen haben auch immer viel mit dem Momentum zu tun. #MeToo konnte nur funktionieren, weil eine Mehrheit sexuelle Belästigung nicht mehr als Kavaliersdelikt betrachtet, sondern als Machtmissbrauch.

# »Wer Angst vor der Zukunft hat, kann sie nicht gestalten.«

Nach dem vom Bundesfamilienministerium im Februar 2020 vorgelegten Entwurf für ein novelliertes Jugendschutzgesetz haben die Länder Ende Mai 2020 einen Entwurf für eine Änderung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags vorgelegt. Neu darin ist der Ansatz, Anbieter von Betriebssystemen zu technischen Voreinstellungen zu verpflichten, die von den Nutzerinnen und Nutzern individuell angepasst werden können. Vermittlerdienste und Telemedien sollen entsprechende Schnittstellen implementieren, sodass Inhalte nach voreingestellter Altersstufe gefiltert werden können. Wie soll das Ganze technisch funktionieren? Welche neuen Anforderungen ergeben sich für die Anbieter? Und wie kommen die Freigaben zustande, nach denen gefiltert werden soll? Andreas Marx, Referent für technischen Jugendmedienschutz bei jugendschutz.net, gibt Antworten auf diese und andere Fragen.

# Safety-by-Default

## Länder setzen auf technischen Jugendschutz

Claudia Mikat im Gespräch mit Andreas Marx

**Der Ansatz der Länder, die Anbietervorsorge in den Mittelpunkt zu rücken und mit technischen Schutzmaßnahmen auf Betriebssystemebene anzusetzen, wird schon seit Längerem bei jugendschutz.net diskutiert. Welche Überlegungen stecken dahinter?**

Im letzten Jahr hat jugendschutz.net einen Lagebericht zum technischen Jugendmedienschutz veröffentlicht, der sich damit beschäftigt, wie ein zukunftsfähiger technischer Jugendmedienschutz aussehen könnte. Dort kommen wir im ersten Schritt zu dem Ergebnis, dass insbesondere im Bereich von Social-Media-Diensten anbieterseitige Schutzmaßnahmen notwendig sind.

Bisher sind Filterprogramme als eigenständige Software konzipiert, die auf den Datenverkehr zugreift und ungeeignete Inhalte herausfiltert, meist, indem sie den Aufruf bestimmter URLs sperrt. Das funktioniert auf dem PC und bei klassischen Webseiten vergleichsweise gut. Auf mobilen Geräten und auf Social-Media-Angeboten – also dort, wo Kinder und Jugendliche sich heute bewegen – sind solche Ansätze aber wirkungslos, da Jugendschutzprogramme keine Möglichkeit haben, auf die Inhalte der installierten Apps zuzugreifen. Das liegt zum einen am technischen Aufbau mobiler Betriebssysteme, zum anderen am Einsatz von verschlüsselter Übertragung (HTTPS).



»Es geht nicht darum, Teilhabe zu beschränken,  
sondern unbeschadete Nutzung zu ermöglichen.«

Gerade auf Social Media sind Kinder und Jugendliche aber häufig auch Interaktionsrisiken wie z. B. Cybermobbing oder -grooming ausgesetzt. Einstellungen zu ihrem Schutz wie das „Privatschalten“ von Profilen oder das Einschränken privater Nachrichten von Fremden können nicht durch ein eigenständiges Jugendschutzprogramm beeinflusst werden, sondern lassen sich nur durch Sicherheitseinstellungen innerhalb der Dienste regeln.

Wenn allerdings jeder größere Dienst über eigene Jugendschutzfunktionen verfügt, wird es für Eltern schnell unübersichtlich. Hier kann eine zentrale Schaltstelle helfen, an der Einstellungen einmalig vorgenommen werden. Die System-einstellungen eines Betriebssystems sind naheliegend, da Nutzerinnen und Nutzer es gewohnt sind, systemweite Einstellungen an dieser Stelle vorzunehmen.

### **An welche Unternehmen wird dabei gedacht?**

Wichtig ist, sich an der Nutzungsrealität von Kindern und Jugendlichen zu orientieren. Bei ihnen überwiegen mobile Geräte, Spiele-Apps und Social Media. Der Ansatz macht daher nur Sinn, wenn Android und iOS sowie die beliebtesten Social-Media-Dienste einbezogen werden.

### **Wie funktioniert der Schutz dann konkret?**

Das könnte so aussehen, dass Eltern im Betriebssystem das Alter des jeweiligen Kindes einstellen. Die installierten Apps, vor allem Dienste aus dem Bereich „Social Media“, reagieren auf die Alterseinstellung im System, indem sie eine sichere Vorkonfiguration aktivieren, die dem Alter angemessen ist. Diese kann sich je nach Angebot und Alterseinstellung unterscheiden. Ein Dienst, der Videos anbietet, Kommunikation ermöglicht und über umfangreiche Profile verfügt, könnte z. B. bei einem 6-jährigen Kind nur geeignete Inhalte anzeigen, sämtliche Interaktion auf Freunde beschränken und das Profil privat schalten.

### **Was wäre beispielsweise die Konsequenz für YouTube, Netflix und TVNOW?**

Die Konsequenzen für Dienste können unterschiedlich sein. Netflix oder TVNOW haben beispielsweise bereits jetzt einen durchklassifizierten Content. Bei diesen und ähnlichen Angeboten müsste lediglich sichergestellt werden, dass sie auf eine Einstellung im Betriebssystem mit der Aktivierung der entsprechenden Altersstufe reagieren und dann nur noch die altersgeeigneten Inhalte ausspielen. Dienste mit einem großen Anteil an nutzergenerierten Inhalten stehen dagegen vor der Herausforderung, dass sie beeinträchtigende Inhalte in ihrem Angebot identifizieren und einer Altersstufe zuordnen müssen. Da sind verschiedene Mechanismen denkbar – von Systemen, die Inhalte verlässlich automatisiert erkennen und entsprechend labeln, bis zu Selbstklassifizierungen durch

Nutzerinnen und Nutzer. Mitgedacht werden müsste auch der Umgang mit falsch und nicht klassifizierten Inhalten. Hier braucht es ein gutes Fangnetz, mit dem Fehler erkannt und korrigiert werden können. Bietet ein Dienst auch Interaktionsmöglichkeiten, muss er zusätzlich eine für die jeweilige Altersstufe sichere Voreinstellung der Privatsphäre vornehmen. Dadurch kann beispielsweise verhindert werden, dass Kinder von Erwachsenen belästigt werden.

### **Wenn Inhalte ohne Alterslabel per Voreinstellung ausgefiltert werden, trifft das auch harmlosen Content ohne Jugendschutzrelevanz. Wie groß ist unter dem Gesichtspunkt der Teilhabe von Kindern und Jugendlichen die Gefahr des Overblockings?**

Beim Einsatz von Filterverfahren besteht natürlich das Risiko eines Overblockings. Es geht nicht darum, Teilhabe zu beschränken, sondern unbeschadete Nutzung zu ermöglichen; daher ist eine altersdifferenzierte Herangehensweise nötig. Kinder sind immer früher im Netz unterwegs und stoßen dort leicht auf verstörende und verängstigende Inhalte. Auf Social-Media-Diensten, aber auch in Spielen können sie Opfer von Mobbing oder sexueller Belästigung durch Erwachsene werden. Insbesondere jüngere Kinder sind hier gefährdet, da sie unerfahrener sind und mit Übergriffen und verstörenden Erfahrungen schlecht umgehen können. Bei älteren Kindern und Jugendlichen überwiegt dagegen immer stärker der Aspekt der Teilhabe. Im oben erwähnten Lagebericht empfehlen wir daher, technische Schutzmaßnahmen besonders auf jüngere Kinder auszurichten, um ihnen ein unbeschwertes Aufwachsen mit Medien zu ermöglichen. Wenn Inhalte offensichtlich nicht beeinträchtigend oder sogar für Kinder geeignet sind, sollte es kein Problem für Nutzerinnen und Nutzer sein, diese z. B. bereits beim Upload selbst mit einer Altersstufe „0“ zu kennzeichnen. Falls das nicht geschieht, wird der Inhalt per Voreinstellung einer Default-Altersstufe zugeordnet. Das würde zwar in einigen Fällen zu Overblocking führen, dafür aber einen Schutzraum für jüngere Kinder ermöglichen.

Bei der Diskussion um Over- und Underblocking sollte unbedingt auch berücksichtigt werden, dass technische Schutzlösungen flankierende Instrumente sind, die Eltern im Rahmen der Erziehung einsetzen können. Sie müssen jederzeit die Möglichkeit haben, Einstellungen anzupassen oder einen Filter auch komplett zu deaktivieren.

### **Ist die Grundeinstellung „ab 18 Jahren“ Ihrer Ansicht nach wünschenswert? Wäre es nicht angemessener, vorab zu fragen, ob überhaupt Minderjährige im Haushalt leben?**

Technische Jugendschutzfunktionen sollen Eltern im Rahmen ihrer Erziehung unterstützen und nutzerautonom gestaltet sein. Damit dieses Prinzip funktionieren kann, ist es wichtig, dass Schutzfunktionen von ihnen wahrgenommen und zum

Einsatz gebracht werden. Insofern ist zu überlegen, ob eine systemweite Alterseinstellung im Rahmen der Ersteinrichtung eines Geräts als Opt-in oder Opt-out angeboten oder ob einfach nur auf Jugendschutzfunktionen hingewiesen wird. Gut denkbar wäre eine optionale Aktivierung von Schutzoptionen als elementarer Teil der Ersteinrichtung von Geräten, z. B. mit einer Frage wie: „Wird dieses Gerät von einem Kind benutzt?“ Anschließend könnten Nutzerinnen und Nutzer das Alter eingeben und durch die Einrichtung der entsprechenden Funktionen geführt werden.

**Was aber ist, wenn ein Gerät nicht nur von einer Person, sondern von allen Personen im Haushalt genutzt wird? Wie würde etwa das Smart-TV im Wohnzimmer voreingestellt?**

Ideal wären separate Jugendschutzprofile für jede Person im Haushalt, die jeweils durch eine PIN gesichert sind. In den aktuell vorhandenen Systemen der Anbieter lassen sich häufig einzelne Inhalte, z. B. 16er-Inhalt bei 12er-Jugendschutzeinstellung, mittels der Eingabe einer Jugendschutz-PIN durch die Eltern abrufen. Eine solche Möglichkeit könnte auch geräteweit umgesetzt werden. Bei iOS sind z. B. die Jugendschutzeinstellungen per PIN abgesichert. Diese könnte auch zum Freischalten einzelner Inhalte genutzt werden. Auch das temporäre Deaktivieren der Jugendschutzeinstellungen wäre für Eltern eine Option. Die Funktionen könnten dann beispielsweise nach einer gewissen Zeit oder nach dem nächsten Aktivieren des Stand-by-Modus wieder aktiv werden. Hier ist etwas Kreativität aufseiten der Anbieter gefragt, um eine Lösung zu finden, die breit akzeptiert und angewandt wird. Ein Jugendschutzsystem, das für Eltern umständlich zu bedienen ist, wird im Zweifel schnell wieder deaktiviert. Es muss daher nutzerfreundlich und intuitiv gestaltet sein.

**Sie haben von automatisierten Klassifizierungssystemen und Selbstklassifizierung durch die Nutzerinnen und Nutzer gesprochen, daneben werden viele Filme und Spiele nach wie vor in Prüfungsgremien bewertet. Spielt es eine Rolle, wie die Altersbewertungen zustande kommen? Oder bleibt es den Anbietern überlassen, ob sie selbst ihre Inhalte bewerten, ob sie sich externer Experten bedienen oder KI-Systeme vorhalten?**

Dienste und ihre Inhalte unterscheiden sich, daher ist es nicht sinnvoll, vorzugeben, wie eine Inhaltsbewertung zustande kommt. Von Netflix oder TVNOW zu fordern, dass sie ihre Inhalte automatisch mithilfe von KI einstufen, wäre wenig zielführend. Wichtig ist, dass Verfahren eingesetzt werden, die mit vertretbarem Aufwand einen möglichst großen Teil der Inhalte möglichst genau einordnen. Das kann z. B. durch eine Kombination von automatischen Verfahren, händischer Sichtung und Nutzerklassifikation geschehen.

**Kann bei der Filterfunktion an vorhandene Filterlisten – z. B. von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM), fragFINN oder JusProg – angeknüpft werden? Und falls nicht: Besteht die Gefahr eines Flickenteppichs in Bezug auf Filterlisten?**

Ein Flickenteppich bei Filterlisten ist meines Erachtens keine grundsätzliche Gefahr, sondern bietet eher Chancen, da Diensteanbieter im Sinne von Safety-by-Design die Schutzfunktionen direkt in ihr System integrieren und somit deutlich besser auf die Eigenheiten ihres Dienstes eingehen können. Interaktionsrisiken wie Cyberbullying oder auch -grooming erfordern Anbietervorsorge und lassen sich nicht mit zentralen Filterlisten angehen.

Filterlisten, die lediglich URLs enthalten, sind schon in der aktuellen Situation nur eingeschränkt wirksam. Beim Einsatz in Social-Media-Diensten spielen sie praktisch keine Rolle mehr, da Inhalte nicht nur unter einer einzigen URL aufrufbar sind. Trotzdem ist es wichtig, dass insbesondere absolut unzulässige Inhalte, wie z. B. extreme Gewaltinhalte oder extremistische Propaganda, einheitlich behandelt werden. Hier könnten Verfahren genutzt werden, die bekannte Inhalte auch bei leichten Veränderungen wiedererkennen. Erweiterte Hash-Verfahren, wie beispielsweise PhotoDNA, können das bei Medieninhalten leisten. Solche Verfahren werden u. a. im Bereich von Missbrauchsdarstellungen schon lange erfolgreich eingesetzt.

**KI ist zuverlässig bei erotischen Inhalten, wenn Bildebene und Keywords wenig uneindeutig sind. KI ist weniger zuverlässig, wenn Kontexte eine Rolle spielen, z. B. in der Unterscheidung von Pro-Ana- und Aufklärungsseiten. Halten Sie beim Einsatz von KI ein menschliches Korrektiv für erforderlich?**

KI kann in vielen Anwendungsgebieten eine sehr gute Erkennungsleistung erzielen – teils sogar auf menschlichem Niveau. In Bereichen wie Pro-Ana oder auch Extremismus ist der Kontext wichtiger als z. B. bei pornografischen Angeboten. Trotzdem können auch hier automatische Erkennungsverfahren bei einer Einschätzung helfen. Im Test einer Bilderkennung von Google (Cloud Vision) durch jugendschutz.net wurde deutlich, dass durch die intelligente Verknüpfung von Bild- und Kontextinformationen auch bei Themen wie Selbstgefährdung eine einigermaßen zuverlässige Erkennung erfolgen kann. Selbst wenn Inhalte nicht zu 100 % fehlerfrei erkannt werden können, so kann KI in diesen Fällen dennoch Moderatorinnen und Moderatoren beim Vorsortieren oder als Vorwarnsystem unterstützen.

# Literatur



<b>Christian Schicha:</b> <b>Medienethik. Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen</b> Uwe Breitenborn	77
<b>Christian Aldenhoff/Lukas Edeler/Martin Hennig/Jakob Kelsch/Lea Raabe/ Felix Sobala (Hrsg.):</b> <b>Digitalität und Privatheit. Kulturelle, politisch-rechtliche und soziale Perspektiven</b> Lothar Mikos	78
<b>Elke Wagner:</b> <b>Intimierte Öffentlichkeiten. Pöbeleien, Shitstorms und Emotionen auf Facebook</b> Dagmar Hoffmann	79
<b>Kurzbesprechungen 1</b> Uwe Breitenborn, Hans-Dieter Kübler, Lothar Mikos	80
<b>Stefan Hauser/Roman Opilowski/Eva L. Wyss (Hrsg.):</b> <b>Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung</b> Hans-Dieter Kübler	81
<b>Paul Clemens Murschetz:</b> <b>Die digitale Mediamorphose und der Wandel der traditionellen Massenmedien aus Sicht der Medienökonomie</b> Lothar Mikos	82
<b>Kurzbesprechungen 2</b> Lothar Mikos, Hans-Dieter Kübler, Bernward Hoffmann	83
<b>Bernhard Rauh/Jean-Marie Weber (Hrsg.):</b> <b>Lehrkräftebildung mit <i>Fack ju Göhte</i>. Junge Lehrerinnen und Lehrer zwischen Adoleszenz und Verantwortung</b> Klaus-Dieter Felsmann	84
<b>Heinz-Peter Preußner/Sabine Schlickers (Hrsg.):</b> <b>Genre-Störungen. Irritation als ästhetische Erfahrung im Film</b> Jesko Jockenhövel	85



**Christian Schicha:**  
*Medienethik. Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen.* München 2019:  
 UVK/UTB. 321 Seiten, 19,99 Euro

## Medienethik

Wer sich umfassend und überblicksartig dem Themenfeld „Medienethik“ widmen möchte, liegt bei vorliegendem Buch richtig. Beispielreich und grundlegend wird hier dieser Wissenschafts- und Diskursbereich aufbereitet. Es handelt sich um eine Art Lehrbuch, in dem es um konkrete Anwendungsbereiche für kommunikationsorientierte Berufsfelder wie Journalismus, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Werbung oder Medienproduktion geht.

Der Aufstieg der Disziplin „Medienethik“ wurde durch die Medienentwicklungen der letzten Jahrzehnte zwangsläufig befeuert, sodass mittlerweile viele Anthologien, Aufsätze und Monografien hierzu publiziert sind. Das vorliegende Buch bietet einen aktuellen bibliografischen Überblick zum Thema und stellt eine gute Materialsammlung dar. Wie der Untertitel bereits ankündigt, geht es um Grundlagen und Anwendungen.

Medienentwicklungen werden in der Medienethik kritisch reflektiert und Möglichkeiten für Steuerungsprozesse werden aufgezeigt. Das alles mündet in einer Kombination aus theoretischen Begründungen auf der Basis moralphilosophischer Normen und einer gut begründeten Umsetzung auf der Ebene der konkreten Medienpraxis. „Die Disziplin der Medienethik als Angewandte Ethik umfasst also eine systematische philosophische Fundierung mit Theorieanteilen und praktischen Bezügen. [...] Neben dem Blick auf die reinen Medieninhalte werden die Prozesse der Produktion, Bereitstellung und Nutzung mit in die Analyse einbezogen“ (S. 26), so der Autor. Alle Facetten werden durchdekliniert und mit Beispielen belegt.

Im Grundlagenteil ist dementsprechend ein solider Überblick zu Theorien und ethischen Prinzipien zu finden. Hier geht es natürlich um Öffentlichkeit, Journalismus oder Medienwirksamkeit. Das mag stellenweise wie ein Grundkurs im Seminar „Medienwissenschaft“ oder „Grundlagen des Mediensystems“ wirken, ist aber als eine Voraussetzung für die Medienethik anzusehen. Insofern ist dieses Buch auch für angrenzende Diskursbereiche gut anwendbar.

Praktikabel und sehr anschlussfähig für die Lehre ist ebenfalls der Abschnitt „Anwendungen“, der auch den größten Teil des Buches ausmacht. Hier finden sich Ausführungen zu besonderen Fallbeispielen. Das Feld ist recht breit angelegt. Selbstverständlich gibt es Exkurse zum Boulevardjournalismus der „Bild“-Zeitung oder zu ethischen Aspekten fiktionaler Film- und Fernsehstoffe, beispielsweise anhand der Serie *Breaking Bad*, die für eine ambivalente Medienproduktion steht, welche sich einer eindeutigen Beurteilung entzieht und gerade deshalb so attraktiv ist. Thematisiert werden aber auch Medienskandale, Fake News, Bildethik, Berichterstattung über Geflüchtete und Terroranschläge oder Ethiken bestimmter Medienproduktionsbereiche. So geht es also auch um Authentizität, Wahrhaftigkeit, Grenzüberschreitungen und normative Hürden. Schicha belässt es nicht bei theoretischen Erläuterungen, sondern bestückt auch diese Einordnungen mit vielen Beispielen. Die sind für Expertinnen und Experten nicht unbedingt überraschend, stellen aber eine Art Meilensteinliste exemplarischer Fälle für dieses Diskursfeld dar. Vieles wird hier zusammengetragen, was vielleicht nicht neu, aber wichtig ist. Es ist auch nicht vorauszusetzen, dass heutige Generationen diesbezüglich alle signifikanten Medienereignisse der letzten Jahrzehnte überblicken und einordnen können. Das macht den Wert dieses Buches aus, das unprätentiös, unaufgeregt und praxisorientiert medienethische Diskurse verhandelt. Der Band bündelt exemplarisch die theoretische Rahmung mit den dazugehörigen Diskussionsobjekten der Medienethik.

Auch Fragen der Medienselbstkontrolle werden dezidiert behandelt. Der Autor weist mehrfach darauf hin, dass Medien in Deutschland mit Ausnahme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter dem Markt- und nicht dem Integrationsmodell folgen. Glaubwürdigkeit ist daher ein wesentlicher Faktor im Medienbetrieb, womit wir wieder bei der Medienethik sind.

Positiv hervorzuheben ist auch der Teil „Ressourcen“, in dem es um Medieninstitutionen geht, die sich mit Fragen der Medienethik auseinandersetzen. Diese Übersicht ist durchaus recht weit gespreizt, beinhaltet sie doch auch Stiftungen und Recherchenetzwerke, die eher medienkritisch als -ethisch verorten sind. Andererseits sind diese Institutionen – von BILDblog bis zum Netzwerk Recherche – Teil eines Spektrums, das in Deutschland den Diskurs über mediale Produktionen und Prozesse bestimmt. Wie auch an anderen Stellen des Buches steht die Einordnung und Vermittlung von Information und Zusammenhängen im Vordergrund. Die einzelnen Buchkapitel bieten zudem immer ein bibliografisches Verzeichnis, das weiterführende Literaturtipps bereithält. Das Buch ist ein souveräner Ritt durch alle institutionellen, rechtlichen und kommunikationstheoretischen Schnittstellen zur Medienethik. Von Walter White bis zum Deutschen Presserat, eine breite Palette der Auseinandersetzung, ein nützlicher Rundumschlag, vor allem für Lehrende und Studierende.



**Christian Aldenhoff/Lukas Edler/  
Martin Hennig/Jakob Kelsch/Lea  
Raabe/Felix Sobala (Hrsg.):**  
*Digitalität und Privatheit. Kulturelle,  
politisch-rechtliche und soziale  
Perspektiven.* Bielefeld 2019: transcript.  
406 Seiten, 39,99 Euro

## Digitalität und Privatheit

Der Band ist aus dem Umfeld des Graduiertenkollegs „Privatheit und Digitalisierung“ an der Universität Passau hervorgegangen. Dabei geht es den Herausgebern und den Autorinnen und Autoren darum, einen nüchternen Blick auf Entwicklungen zu werfen, die im öffentlichen Diskurs vor allem von vermeintlich negativen Folgen her diskutiert werden. Der Furor, den Apologeten und Kritiker der Digitalisierung an den Tag legen, wird in diesem Buch ausgeblendet. Das hebt es ausgesprochen wohltuend von manch anderen eher aufgeregten und erregten Publikationen ab. Hier geht es, wie es im Beitrag von Hennig, Kelsch und Sobala heißt, darum, „die Ebene des Medienwandels und die historisch variablen Funktionszusammenhänge von Medien in komplexen kulturellen Systemen in den Blick“ zu nehmen (S. 16). In Bezug auf den Titel des Buches steht daher die Frage im Mittelpunkt, „welche Funktion traditionelle Privatheitsmodelle noch haben können und sollten, wenn Subjektformen mehr und mehr an das Digitale gebunden werden“ (S. 21). Dieser Frage versuchen die Beiträge aus der Perspektive verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen nachzugehen.

Christian Aldenhoff verhandelt Privatheit im Kontext der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Datenverarbeitung wird durch die Einwilligung der Nutzer legitimiert. Dabei ist entscheidend, ob die Einwilligung eine echte Handlungsoption darstellt. Aldenhoff plädiert dafür, die Bedingungen, unter denen eine Einwilligung stattfindet, zu berücksichtigen. Unter dem Rückgriff auf das Verständnis von informationeller Privatheit der Philosophin Beate Rössler, nach dem es um die Kontrolle des Zugangs zu privaten Daten geht, entwirft er einen Begriff der „kontextuelle[n] Integrität“ von persönlichen Informationen (vgl. S. 53). Nach Auffassung des Autors können Verletzungen der Privatheit „darin bestehen, dass Individuen die Kontrolle in Bereichen entzogen wird, die wir in der jeweiligen gesellschaftlichen Situation als privat betrachten. Hier dient der Schutz der Privatheit der individuellen Ausübung von Autonomie. Darüber hinaus kann es aber

ebenfalls gesellschaftliche Strukturen geben, die der individuellen Gestaltung entzogen sind“ (ebd.). Das setzt voraus, dass die gesellschaftlichen Strukturen so geschaffen sein müssen, dass ein Zugriff auf Daten, die zu der Zeit als privat gelten, nicht oder nur eingeschränkt möglich ist. Karsten Mause weist in seinem Beitrag darauf hin, dass der Staat, der eigentlich die Aufgabe hat, die Privatheit zu schützen, selbst zur Gefahr werden kann, weil er sich Zugang zu den Daten verschafft (vgl. S. 79). Benjamin Heurich setzt sich in seinem Beitrag mit den sogenannten Social Bots auseinander und stellt fest: „Die algorithmisierten Programme von Social Bots versprechen neue Formen operationalisierter Problemlösungen [...]. Sie verändern beispielsweise durch das massenhafte Erstellen und Adressieren von Meinungsumfragen die kommunikativ erzeugte Form der öffentlichen Meinung“ (S. 173). Das Beispiel verdeutlicht, dass es bei der Digitalisierung nicht nur um den Zugriff auf private Daten geht, sondern auch um den Zugriff auf die Öffentlichkeit. Lea Raabe zeigt, wie Kommentarspalten einer Webseite zu mehr oder weniger privaten Echokammern werden. So kommt es kaum zu Diskussionen in den Kommentaren. Gibt es doch einmal anderslautende Beiträge, „werden diese diskursiv sanktioniert, die Kommentierenden diskreditiert und so der strukturell öffentliche Bereich der Kommentardiskurse zum privatisierten Kommunikationsraum eigener Deutungshoheit stilisiert“ (S. 221). Das Internet bietet eben nicht nur demokratisches Potenzial.

Die Beiträge im dritten Abschnitt behandeln verschiedene Verhandlungen von Privatheit in unterschiedlichen Medien, von der Kunst über Literatur und YouTube bis hin zu Blogs. Der Beitrag von Axel Kuhn zu „Reader Analytics“ zeigt, wie durch die Nutzung digitaler Medien der private Akt des Lesens durch Eingriffe gestört werden kann. Er stellt fest: „Begrift man Lesen als symbolische Praxis individueller Identitätskonstruktion dann im weiteren Spannungsfeld von Privatheit und Öffentlichkeit, wird anhand der dortigen Machtverschiebungen auch der generelle Strukturwandel der Gesellschaft durch die Digitalisierung deutlich, der als Entgrenzung beziehungsweise private Öffentlichkeit und öffentliche Privatheit beschrieben werden kann“ (S. 277). Diese Entgrenzung zeigt sich auch in den sogenannten „roomtour-Videos“ [H. i. O.], mit denen sich Gala Rebane auseinandersetzt. Wie bereits in den bürgerlichen Salons geht es den Akteurinnen und Akteuren, die ihre (inszenierten) privaten Videos bei YouTube hochladen, um soziale Anerkennung. Es ist die Leistung dieses interdisziplinären Bandes, gesellschaftlichen Wandel, der in der Entgrenzung von Privatheit und Öffentlichkeit durch die Digitalisierung besteht, aus verschiedenen Perspektiven an erhellenden Beispielen analysiert zu haben.

Prof. Dr. Lothar Mikos





**Elke Wagner:**  
*Intimierte Öffentlichkeiten. Pöbeleien, Shitstorms und Emotionen auf Facebook.* Bielefeld 2019: transcript.  
 200 Seiten, 29,99 Euro

### Intimierte Öffentlichkeiten

Die sozialwissenschaftliche Facebook-Forschung konzentrierte sich lange Zeit auf die Selbstinszenierungspraktiken der Nutzerinnen und Nutzer sowie die Überwachungsmöglichkeiten und intransparente Datenverwendung des Unternehmens. Soziale Netzwerke wurden oftmals als Communitys oder auch Schwarm gefasst, so Elke Wagner, die nunmehr stärker den Fokus auf die Medien- und Veröffentlichungspraktiken im Web 2.0 richten möchte. Im Mittelpunkt der Studie steht die Frage danach, „wie Publika sich über – wie auch immer ökonomisierte oder vermachtete – mediale Formate organisieren und emergieren“ (S. 9). Zudem gilt es, herauszufinden, inwiefern „das Web 2.0 als Medium zu einer veränderten Form von Privatheit und Öffentlichkeit“ führt (S. 17). Die Autorin geht zunächst (Kapitel 2) auf die kulturhistorischen Mediendebatten zum Web 2.0 ein und im Weiteren auf die funktionale Bestimmung und Bedeutung digitaler Medien für eine moderne Gesellschaft. Im Rahmen ihrer Untersuchung beforstete sie von 2014 bis 2016 online-ethnografisch vier Facebook-Accounts, führte 40 narrative Interviews mit Facebook-Nutzerinnen und -Nutzern und befragte 20 Social-Media-Managerinnen und -Manager zu Hate Speech im Netz.

Im Anschluss (Kapitel 3) referiert sie wesentliche Befunde ihrer Studie zu den besonderen Schreibpraktiken der Nutzerinnen und Nutzer, ihrem kreativen sowie zuweilen kontrollierten respektive unbedarften Umgang mit verschiedenen Publika. Auszüge aus den Interviews und Screenshots von Postings und Profilen veranschaulichen die Ergebnisse. Deutlich wird, dass die Nutzerinnen und Nutzer lernen mussten, dass die von ihnen eingestellten Inhalte Personen zur Verfügung gestellt werden können, die sie beim Posten von Bildern und Nachrichten gar nicht im Blick hatten (S. 111). Einige Befragte reagierten darauf so, dass sie die Inhalte möglichst unbestimmt genug hielten, „um darüber spezifische Publika zu insp. zu exkludieren“ (ebd.). Mittels Ironie und verschlüsselter Botschaften sind nunmehr Nutzerinnen und Nutzer bemüht gewesen, die kommunikative Anschlussfähigkeit unterschiedlich zu organisieren, aber keinesfalls zu verhindern.

Auf Hate Speech kommt Wagner dann eingehender ab der Mitte des Buches zu sprechen (Kapitel 4), die ihrer Beobachtung nach im Zuge der Debatte um die Flüchtlingspolitik deutlich im Netz zugenommen hat. Sie erörtert die Schwierigkeiten für Social-Media-Managerinnen und -Manager, Hasskommentare als solche zu identifizieren und gegebenenfalls löschen zu müssen. Hass im Netz – so Wagner (S. 142) kann „moralisch, rechtlich und ethisch zwar verwerflich sein“, er kann sich aber „für die Emergenz von Öffentlichkeit [...] durchaus als fruchtbar erweisen“. Die sich entwickelnde Öffentlichkeit bildet kaum einen Diskursraum im Habermas'schen Sinne ab, aber eine Öffentlichkeit, in der sich „antagonistische Parteien aneinander anschließen und abarbeiten können“ (ebd.). Wichtig ist ihr hervorzuheben, dass sich im Netz sowohl intime als auch öffentliche Sozialformen finden, geschlossene Gruppenkommunikation und offene Kommunikation in komplementären Sphären. Favorisiert wird für die ubiquitären Sozialformen im Netz von ihr die Beschreibung als „*intimierte Öffentlichkeiten*“ (S. 156, H. i. O.). Überdies ist Wagner darum bemüht, diese Begrifflichkeit in das Spektrum bereits bestehender Ansätze zur Kollektivbildung im Netz einzuordnen und ihre Perspektive zu behaupten. Sie positioniert sich zu den populären Thesen zu Filter Bubble (Pariser 2012) und Echokammer kritisch, geht zuletzt auf zweifelhafte ökonomische Strukturen und die affektive Aufladung von Diskursen im Netz ein. In ihrem Schlusskapitel (Kapitel 5) hält sie fest, dass unter Partizipationsgesichtspunkten die Netzkommunikation der Gegenwart Asymmetrien abbaut, indem alle zu Wort kommen, aber es wird dadurch nicht unbedingt Demokratie hergestellt „im Sinne einer – normativ formuliert – guten Gesellschaft“ (S. 177, H. i. O.). Mit Bezug auf das bürgerliche Öffentlichkeitsmodell (Habermas 1962) lässt sich erkennen, dass der sachliche Argumentationsstil einer emotionalen Kommunikation zu weichen scheint und „die *eine* Öffentlichkeit“ fragmentiert und „in Teilen zumindest ersetzt“ wird (S. 178, H. i. O.).

Die Lektüre bietet einen aufschlussreichen Einblick in die soziologische und medienwissenschaftliche Forschung zum aktuellen Strukturwandel der Öffentlichkeit und die Genese digitaler, hybrider Diskursräume sowie der daraus resultierenden sozialen und politischen Folgen. Inwieweit sich dabei die von Wagner präferierte Begrifflichkeit der „intimierten Öffentlichkeiten“ als nützlich erweist, werden Anschlussstudien zeigen. Alles in allem hat sie auf unaufgeregte Weise, aber dennoch eindrücklich die Leserschaft für einen dynamischen Konfliktbereich sensibilisiert, zu dem es sich zivilgesellschaftlich zu verhalten gilt, denn Hate Speech wirkt akut auch außerhalb des Netzes.

Prof. Dr. Dagmar Hoffmann



**Michael Litschka/  
Larissa Krainer (Hrsg.):**  
*Der Mensch im digitalen Zeitalter. Zum Zusammenhang von Ökonomisierung, Digitalisierung und Mediatisierung.*  
Wiesbaden 2019:  
Springer VS. 218 Seiten,  
39,99 Euro



**Rainer Mühlhoff/  
Anja Breljak/Jan Slaby  
(Hrsg.):**  
*Affekt. Macht. Netz. Auf dem Weg zu einer Sozialtheorie der Digitalen Gesellschaft.*  
Bielefeld 2019:  
transcript. 358 Seiten,  
29,99 Euro



**Dirk Baecker:**  
*4.0 oder Die Lücke die der Rechner lässt.* Leipzig  
2018: Merve. 276 Seiten,  
22,00 Euro

## Der Mensch im digitalen Zeitalter

Der Band vereint Beiträge der Jahrestagung 2018 des Interdisciplinary Media Ethics Centre (IMEC). Ökonomisierung, Globalisierung und Digitalisierung/Mediatisierung werden als „Metaprozesse“ verstanden, die Teil der heutigen *Conditio humana* geworden sind. Zunächst wird ein philosophischer Blick auf diese Metaprozesse geworfen. Den Autorinnen und Autoren ist es wichtig, diese Prozesse nicht nur kritisch zu reflektieren und zu moralisieren, sondern auch fair zu gestalten. Medienethische Diskurse bieten dafür einen Orientierungsrahmen. Das Konzept der digitalen Resilienz oder Überlegungen zu mentalen Grenzen der Aufmerksamkeit in der mediatisierten Gesellschaft beschreiben Digitalisierung auch als psychologische Herausforderung. Wirtschafts- und organisationsethische Fragen betreffen die Ökonomisierung der Medienlandschaft oder Prozesse einer Media Social Responsibility. Pädagogische Fragen, die sich kritisch mit dem Medienkonsum von Kindern befassen, münden erwartbar in Forderungen nach verstärkter Medienkompetenzbildung. Auch bildungstheoretische Anforderungen an Lehrende oder rechtliche Perspektiven der Social-Bots-Kommunikation sind im Fokus. Der kommunikationswissenschaftliche Diskurs in Bezug auf eine Ethik der Digitalisierung ist interdisziplinär angelegt. Der Band bietet einen aktuellen Einblick in diese nicht nur akademischen Debatten und ist für eine Auseinandersetzung mit dem Thema „Mensch und Digitalisierung“ recht anregend.

Dr. Uwe Breitenborn

## Affekt. Macht. Netz

„Turn to affect“ sei seit den 1990er-Jahren eine theoretische Ausrichtung in den Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften, die „eine theoretische Reorientierung hin zum Somatischen, zu Körpern und den Dynamiken ihrer Begegnungen, ihrer Gefühle und gegenseitigen Wirkungen“ (S. 13) anstrebe, postulieren die Herausgebenden dieses Sammelbandes, die an der Freien Universität Berlin im DFG-Sonderforschungsbereich „Affective Societies“ arbeiten. Gerade die anhaltende Digitalisierung befördere diese Hinwendung, da die sozialen Netzwerke immer enger mit dem Alltagsleben und der Subjektivität der Nutzerinnen und Nutzer verzahnt würden. Erforderlich sei daher eine transdisziplinäre „Sozialtheorie der Digitalen Gesellschaft“, die philosophische und medienwissenschaftliche Überlegungen mit der Affekttheorie zusammenführe und die Verflechtungen digitaler Technologien mit Gesellschaft, Politik und subjektiven Lebenswelten ergründe. Die drei zentralen Kategorien „Affekt(ivität) – Macht – Netz(werk)“ sind dafür die analytischen Ansatzpunkte, und zwar: Netz, gedacht als die mediale Topologie der Vernetzung von Kommunikations- und Informationsflüssen; Macht als neu zu denkende Konstellation einer vernetzten, dezentralen Gewalt und endlich Affekte als unmittelbare Bezugsformen von Individuen, Kollektiven und Gesellschaften zu sich selbst und zu anderen im Rahmen digitaler Kommunikationsprozesse.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler

## Die Zukunftsfähigkeit der digitalen Gesellschaft

In 26 Thesen, die ausführlich dargestellt werden, versucht der Soziologe Dirk Baecker der Frage nachzugehen, wie elektronische und digitale Medien die Gesellschaft beeinflussen und deren Zukunft prägen. Das Zeitalter der digitalen Medien gilt dem Autor als vierte Medienepoche, die auf die Epochen der Mündlichkeit, der Schriftlichkeit und des Buchdrucks folgt. Die elektronischen Medien, die das 20. Jahrhundert geprägt haben, werden nicht berücksichtigt. Die Thesen behandeln die verschiedensten Bereiche und Themen, die nach Baecker durch die Digitalisierung verändert werden, von Medienkatastrophen über Zeit, Politik, Kunst, Konsum und Liebe bis hin zu Individuum, Sport, Architektur, Moral und Ethik. Die Auswahl mutet ein wenig beliebig an. So wirft der Autor auch nur Schlaglichter auf eine digitale Moderne, ohne jedoch zumindest konsistente Überlegungen anzustellen. Zudem sind die Ausführungen von einem leicht melancholischen Grundton geleitet, und so bleibt alles im Ungefähren: „Die Frage, welche Werte es sind, die in der nächsten Gesellschaft diese Distanz zur Wirklichkeit herzustellen vermögen, ist naturgemäß schwer zu beantworten“ (S. 212). Baeckers Fazit seines Kapitels über den Witz kann auch als Fazit des Buches gelesen werden: „Der Witz der nächsten Gesellschaft ist der Witz einer Intelligenz, die nicht weiß, wie ihr geschieht“ (S. 266). Nun ja.

Prof. Dr. Lothar Mikos



**Stefan Hauser/Roman Opilowski/  
Eva L. Wyss (Hrsg.):**  
*Alternative Öffentlichkeiten. Soziale  
Medien zwischen Partizipation,  
Sharing und Vergemeinschaftung.*  
Bielefeld 2019: transcript. 320 Seiten,  
29,99 Euro

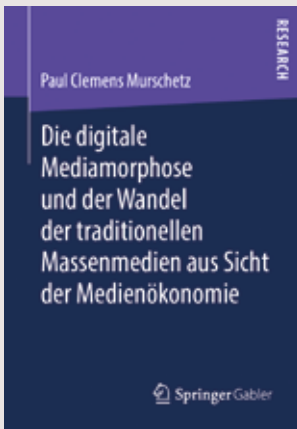
### Alternative Öffentlichkeiten

Dass sich Öffentlichkeit – als theoretische oder normative Kategorie, aber auch als soziales Phänomen – unter dem Einfluss von Digitalisierung und sozialen Medien radikal und fortlaufend ändert, wird derzeit vielfach diskutiert und analysiert. Dabei werden der Begriff und der gesellschaftliche Umstand nach wie vor ganz unterschiedlich gefasst, sodass jeweils erst einmal zu klären ist, was darunter konkret zu verstehen ist. Dieser Sammelband, herausgegeben von einem Schweizer und einem polnischen Sprachwissenschaftler sowie einer deutschen Sprachwissenschaftlerin, versucht, die aktuellen Entwicklungen unter dem Terminus „alternative Öffentlichkeiten“ zu fassen – allerdings nicht mehr wie früher im kritischen Sinne als erklärtes Gegenmodell zur bürgerlichen, publizistisch und medial institutionellen Öffentlichkeit, sondern als diverse Teilöffentlichkeiten, die auch durch „nicht-institutionelle Akteure geschaffen werden können und mit teilweise anderen Produktions- und Rezeptionslogiken verbunden sind“ (S. 10). Ermöglicht und formiert werden diese Teilöffentlichkeiten von den sozialen Netzwerken, über die und mit denen unzählige Userinnen und User in Kontakt treten, aber auch Botschaften ins Netz pushen, Shitstorms auslösen, Meinungskartelle und Protestgemeinschaften bilden, Entlarvungs- und Enthüllungsarbeit leisten, öffentliche Akteure wie auch Unternehmen in Bedrängnis bringen, Agenda Setting „von unten“ betreiben sowie paradoxe Hybride von privat und öffentlich, von gemeinschaftlich und kommerziell, von Informationsteilnahme und Datenausbeutung erzeugen.

Dieses noch vage Konzept für eine neue „Tektonik von Öffentlichkeit(en)“ (S. 12) suchen die hier versammelten Beiträge vorzugsweise mit diskurslinguistischen Ansätzen auf verschiedenen Dimensionen und mit Fallbeispielen auszufüllen und zu konkretisieren. Der erste Beitrag fragt sich, ob und inwieweit kommunikationswissenschaftliche Öffentlichkeitsmodelle in theoretischer Hinsicht geeignet sind, um Kommentarforen im Web (Facebook, Twitter etc.) linguistisch zu analysieren, und wie durch Diskurswissen bestimmte Themen „sagbar“ werden können. Der nächste

Aufsatz widmet sich Wahrnehmungsgemeinschaften in und außerhalb sozialer Netzwerke und untersucht anhand von Beispielen ihre sprachliche Charakterisierung. Der dritte Text befasst sich mit verschiedenen Formen der Zugänglichkeit und analysiert anhand ethnografischen Materials, wie Bücher, Mobiltelefone etc. in privaten wie öffentlichen Kontexten verwendet werden. Der vierte Beitrag ist eine Fallbeispielanalyse: Anhand des Absturzes des Germanwings-Flugzeugs in Südfrankreich im März 2015 wird die sprachliche Trauerarbeit im Netz untersucht, die zwischen Sprachlosigkeit, Wut und Trauer schwankt. Die Debatte über Machtmissbrauch und Sexismus in den US-Medien, die durch den Weinstein-Skandal im Oktober 2017 ausgelöst wurde, nimmt sich der nächste Aufsatz vor. Er zeigt, wie sich durch die Intervention der #MeToo-Hashtag-Gemeinschaft die Elemente des Diskurses verändern. Die Potenziale analoger und digitaler Diskurse untersucht der folgende Beitrag und arbeitet die jeweiligen Spezifika heraus. Neue Formen der Wissenschaftskommunikation mittels Science-Web-Videos fokussiert der siebte Beitrag; ihre medialen Optionen ermöglichen anschaulichere Formen des „Erklärens, der Evidentialisierung und der Objektivierung“ (S. 15). Userrezensionen sind inzwischen beliebte und vielfältig genutzte Kommentar- und Bewertungsformen im Netz. Anhand negativer Rezensionen auf Amazon zeigt der nächste Beitrag, dass Dissens ein bevorzugtes Verfahren evaluativer Textsorten darstellt. Am Beispiel des Terroranschlags in Nizza am 14. Juli 2016 zeigt der neunte Beitrag, wie in den Facebook-Accounts der führenden Nachrichtenmagazine „Der Spiegel“ und „Polityka“ die Usergemeinden in Deutschland und Polen Diskurse über wichtige, aufrüttelnde Ereignisse führen. Mit dem Phänomen Internet-Meme als Bild-/Textsorte befasst sich der folgende Aufsatz und fragt nach den Funktionen in alternativen Öffentlichkeiten. So können Meme in den sozialen Netzwerken kommentierende, aber auch gruppenstiftende Funktionen wahrnehmen, während sie in der traditionellen Öffentlichkeit eher als subversiv eingeschätzt und oft auch geächtet werden. Im letzten Beitrag werden exemplarisch 50 Kundenbeschwerden aus dem Bereich des Mobilfunks qualitativ untersucht und Strategien identifiziert, mit denen die Kunden den Service des Anbieters auf dessen Facebook-Auftritt in der Öffentlichkeit negativ bewerten. Eine übergreifende Conclusio bieten weder die Einleitung noch die einzelnen Beiträge, sodass offen bleibt, ob das vorgeschlagene, noch provisorische Konzept der alternativen Öffentlichkeiten für die anhaltenden digitalen Entwicklungen gerade auch aus diskurslinguistischer Sicht überhaupt trägt, eventuell modifiziert werden muss oder präzisiert werden kann. Insofern ist die Anschlussfähigkeit an andere Öffentlichkeitskonzepte noch nicht gegeben.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler



**Paul Clemens Murschetz:**  
*Die digitale Mediamorphose und der Wandel der traditionellen Massenmedien aus Sicht der Medienökonomie.*  
 Wiesbaden 2019: Springer Gabler.  
 321 Seiten, 49,99 Euro

## Die digitale Mediamorphose

Das vorliegende Buch ist etwas ungewöhnlich. Es basiert auf der Habilitation des Medienökonomen Paul Clemens Murschetz an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Diesem Umstand ist es geschuldet, dass zwölf der 14 Einzelbeiträge des Buches in englischer Sprache sind. Mit der Einleitung und der Zusammenfassung versucht der Autor, eine theoretisch-methodologische Klammer zu setzen. Auf diese Weise werden die Einzelbeiträge im Sinne der digitalen Mediamorphose kontextualisiert.

Der Leitgedanke der Überlegungen ist, dass in den vergangenen Jahren medienferne Unternehmen in den klassischen Medienmarkt eingedrungen sind. Die fortschreitende Digitalisierung hat die Konvergenz von Medienindustrie und der Telekommunikationsindustrie sowie der IT-Industrie beschleunigt. Das hat zu einer zunehmenden Kommerzialisierung der klassischen Medien geführt. Dadurch stellen sich auch Fragen nach der Finanzierung der Medien. Diesen dynamischen Wandel der Medienlandschaft fasst der Autor mit dem Begriff der „Mediamorphose“ (S. 11). Der digitale Wandel führt zu einer Veränderung nicht nur der Produktions-, sondern auch der Distributions- und Rezeptionsweisen. Das wiederum bringt einen grundlegenden Wandel der öffentlichen Kommunikation durch digitale Medien mit sich: „Geht man von der wechselseitigen Kausalität von Medienentwicklung und gesellschaftlichem Wandel aus, dann wird klar, dass durch die technologischen Triebkräfte von Digitalisierung und Medienkonvergenz ein tiefgreifender Medienwandel von einseitigen Massenmedien hin zu heute vernetzten ‚interaktiven‘ Medien stattfindet“ (S. 13). Das ist der Ausgangspunkt für mehrere Leitfragen, mit deren Beantwortung der Wandel aus verschiedenen Perspektiven erklärt werden soll: aus der Perspektive des Medienmanagements, der Medienfinanzierung, der staatlichen Förderung und der Finanzierung von Medien. Es geht um die Frage, welche Rolle das Marktversagen und die klassischen Medien in der digitalen Welt spielen, und darum, ob Interaktivität der zentrale Treiber der digitalen Mediamorphose ist. Nur so können die komplexen Zusammenhänge entschlüsselt

werden, denn: „Nun zeichnet sich die ‚digitale Mediamorphose‘ insbesondere dadurch aus, dass die ‚Megatrends‘ der ‚digitalen Mediamorphose‘, also Deregulierung, Privatisierung, Ökonomisierung und Kommerzialisierung, sowie Internationalisierung und Globalisierung auf Ebene der Märkte, der Gesellschaft und der Politik (Makro-Perspektive), der Unternehmen (Meso-Perspektive) und dem individuellen Akteurhandel (Mikro-Perspektive) miteinander in Bedeutungszusammenhang treten“ (S. 25 f.).

In den Einzelbeiträgen geht es um Geschäfts- und Erlösmodelle von Medien, um die Finanzierung der Presse und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, um das Marktversagen von Pay-TV in Deutschland sowie die Rolle der Interaktivität als Treiber des Medienwandels. In den einzelnen Analysen zeigt sich, dass der dynamische Wandel der Medienlandschaft zu großer Unsicherheit führt, obwohl klar ist, „dass die Art der Finanzierung bzw. der Kapitalbedarf (im Hinblick auf die Herkunft der Finanzmittel entweder in Form der Innen- oder Außenfinanzierung) sowie die Wahl des Erlösmodells heute mehr denn je die Wachstums- bzw. Überlebensfähigkeit von Medien prägen“ (S. 56). Diese Unsicherheit entsteht auch, weil sich die klassischen Medien nur zögerlich mit den neuen Bedingungen auseinandersetzen, sodass es in fast allen von Murschetz untersuchten Bereichen zum Marktversagen kommt. Daher plädiert er für eine staatliche Unterstützung von kulturell bedeutsamen Tageszeitungen, da sie sich am Markt rein ökonomisch nicht mehr behaupten können (vgl. S. 126). Generell stellt sich jedoch die Frage, ob die Medien ein öffentliches Gut sind. Zumindest für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk lässt sich das sagen, der seinen Weg in die digitale Zukunft noch finden muss. Am Beispiel des deutschen Pay-TV-Marktes kann der Autor zeigen, dass der Markt nicht effizient ist (vgl. S. 179 ff.). Die Verbreitung von Pay-TV wird durch verschiedene Marktzwänge beeinträchtigt sowie durch eine Regulierung, die eine freie Entfaltung des Marktes eher behindert.

Die Einzelbeiträge des Buches ergeben in der Zusammenschau mit der von Murschetz angebotenen Kontextualisierung einen überaus wichtigen Beitrag zum digitalen Medienwandel. Allerdings muss angemerkt werden, dass einige der Beiträge mehr als zehn Jahre alt sind. Hier hätte jeweils ein kurzer Überblick über aktuelle Entwicklungen gutgetan. Leider geraten so auch die Veränderungen mit dem Eintritt von Streamingdiensten in den Markt nicht in den Blick. Aber Murschetz hat eine Grundlage zu einer weiteren Beschäftigung mit den aktuellen Entwicklungen im Medienmarkt gelegt.

Prof. Dr. Lothar Mikos



**Tanja Evers:**  
*Ich poste, also wähle! mich! Parteien auf Facebook im Bundestagswahlkampf.* Baden-Baden 2019: Nomos. 430 Seiten, 79,00 Euro



**Markus Appel (Hrsg.):**  
*Die Psychologie des Postfaktischen. Über Fake News, „Lügenpresse“, Clickbait & Co.* Wiesbaden 2020: Springer. 215 Seiten, 19,99 Euro



**Martin Geisler:**  
*Digitale Spiele in der Medienpädagogik. Einstellungen, Erfahrungen und Haltungen von Spielleitenden.* München 2019: kopaed. 257 Seiten, 18,80 Euro

## Parteien auf Facebook

Tanja Evers hat in ihrer Dissertation untersucht, wie sich Parteien im Bundestagswahlkampf auf Facebook präsentieren. Dazu führte sie Experteninterviews mit den Wahlkampfstrategen der Parteien durch und analysierte die Facebook-Kampagnen der Parteien in den zehn Wochen vor dem Wahltermin. Ein bedeutsames Ergebnis ihrer Analyse ist, „dass mehr als die Hälfte aller Postings keinen thematischen Bezug aufweist, weder zu einem politischen Feld noch zu einer konkreten sachpolitischen Frage“ (S. 377). Eine Ausnahme bildet hier lediglich die FDP. Dafür nimmt die Emotionalität der Beiträge zu, insbesondere, je näher der Wahltermin rückt. Vor allem die AfD setzt auf die Gefühle der User. Knapp zwei Drittel der Postings sind personalisiert, wobei vor allem die Spitzenkandidatinnen und -kandidaten im Mittelpunkt stehen. Sehr interessant sind zwei weitere Ergebnisse. Die Einschätzung der Wahlkampfstrategen, welche Themen besonders wichtig sind, weicht „teilweise erheblich von der Einschätzung der User ab“ (S. 382). Die Möglichkeit des Dialogs mit den Wählerinnen und Wählern wird einerseits wenig genutzt, andererseits zeigt sich, dass solche Angebote aber von den Userinnen und Usern kaum genutzt werden: „So erreicht ein Posting, das zum Dialog auffordert, mehr als 400 Reaktionen weniger als eine einseitige Facebook-Botschaft“ (S. 384). Evers hat eine wichtige Studie zum Wahlkampf mit sozialen Medien vorgelegt, die viele interessante Einzelergebnisse zu bieten hat.

Prof. Dr. Lothar Mikos

## Die Psychologie des Postfaktischen

Fake News, Lügenpresse, Trolling, Native Advertising, Clickbait, Microtargeting, Filter Bubbles, Echo Chambers, Social Bots – all diese neuen Phänomene können unter dem Sammelbegriff des Postfaktischen subsumiert werden. Sie bestreiten massiv das Internet und die sozialen Netzwerke, wie die Autorengruppe um den Würzburger Medienpsychologen in diesem Sach- und Lehrbuch auf verständliche und anschauliche Weise darstellt. Die Phänomene werden definiert, anhand von Beispielen erläutert, differenziert und eingeordnet sowie ihr Entstehen und ihre Wirkweisen mittels verfügbarer, vorzugsweise psychologischer Studien erklärt. Die letzten Kapitel des Bandes versuchen, mittels übergreifender Kategorien grundsätzliche Befunde und Erklärungen zu liefern: etwa über Nachrichtenfaktoren und Verschwörungstheorien, über selektive Wahrnehmung und kognitive Verzerrungen, über das Verhältnis von Realität und Fiktion, über Mundpropaganda und virales Marketing. Schließlich werden noch Überlegungen angestellt, wie sich das Postfaktische eindämmen lassen kann. So willkommen und nützlich solch ein Sachbuch ist und sicherlich auch von einer breiten Leserschaft aufgenommen werden wird, da es nur mit psychologischen und oft auch anthropologischen Ansätzen argumentiert und andere Disziplinen ignoriert oder nur kurz streift – wie etwa bei den Nachrichtenfaktoren –, bleiben die Explikationen mitunter einseitig und empirisch kleinteilig.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler

## Digitale Spiele in der Medienpädagogik

Die vorliegende Studie ist ein gelungenes Beispiel medienpädagogischer Praxisforschung im Kontext kultureller Bildung. Der Autor ist Professor für Kultur und Medien im Fachbereich „Sozialwesen“ an der Ernst-Abbe-Hochschule Jena. Sein Fokus richtet sich, wie in der Sozialen Arbeit üblich, auf die Haltung der Menschen, die als Pädagoginnen und Pädagogen mit digitalen Spielen arbeiten. Nicht die Genres und Inhalte digitaler Spiele, sondern die Intentionen und Erfahrungen von Spielleitenden stehen im Vordergrund. Pädagogik mit digitalen Spielen wird mit allgemeinen Theorien von Spiel, Kommunikation und Gruppenarbeit in Kontexten eher nonformaler kultureller Bildung verbunden. Dieser weite Blick auf eine Einordnung digitaler Spiele in den größeren Rahmen von Spiel und Pädagogik sowie Kultur und Bildung kennzeichnet den Ansatz Geislers. Um Empfehlungen zur Praxis von Spielleitenden herausarbeiten zu können, hat der Autor eine quantitative Onlinebefragung (92 TN) durchgeführt sowie zehn narrative Interviews inhaltsanalytisch ausgewertet. Etwas zu kurz kommen Beispiele, was die Praktiker konkret mit welchen digitalen Spielen machen. Viele interessante Details, die Projekte der Spielpädagogik mit digitalen Medien beeinflussen, werden herausgearbeitet und am Ende zu einer Liste von 149 „Haltungsempfehlungen“ verdichtet. Dabei wird auch die Ambivalenz zwischen Jugendschutz, Spielpraxis der Jugendlichen und pädagogischen Chancen thematisiert.

Prof. Dr. Bernward Hoffmann



**Bernhard Rauh/Jean-Marie Weber (Hrsg.):**  
*Lehrkräftebildung mit Fack ju Göhte. Junge Lehrerinnen und Lehrer zwischen Adoleszenz und Verantwortung.*  
 Gießen 2020: Psychosozial-Verlag.  
 142 Seiten, 19,90 Euro

### Lehrkräftebildung mit *Fack ju Göhte*

Es ist schon bemerkenswert, wenn die Autorenschaft der vorliegenden Publikation unisono anmerkt, dass sie mit dem durch sie hier nun recht ausführlich verhandelten Gegenstand zunächst gar nichts anfangen können. Der Grund dafür liegt im gleichen Umstand, weshalb das Europäische Patentamt der Münchner Filmfirma Constantin den Urheberrechtsschutz für den Titel *Fack ju Göhte* verweigern möchte. Das Ganze klinge einfach zu ordinär. Bora Dagtekins Filmidee, die sich unter dieser Schlagzeile dem Schulmilieu zuwendet, ist unbenommen solcher Bedenken inzwischen jedoch zu einer Trilogie angewachsen, die insgesamt ca. 20 Mio. Zuschauer erreicht hat und damit eine der erfolgreichsten deutschen Kinoarbeiten geworden ist. Dieser enorme Publikumszuspruch wurde schließlich für die sich hier äussernde Gruppe von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zum Motiv, etwaige bildungsbürgerliche Ressentiments beiseite zu lassen und im Rahmen eines interdisziplinären Gesprächs danach zu fragen, was das Besondere des Films hinsichtlich des durch ihn in spezieller Weise geöffneten Blicks auf Schule und Gesellschaft ausmacht. In sechs Aufsätzen wird das Thema unter medienpädagogischen, psychoanalytischen und bildungstheoretischen Aspekten reflektiert. Im Hintergrund stand dabei der praxisorientierte Gedanke, ob das eher als despektierlich empfundene filmische Angebot im Grunde genommen sogar im Rahmen der Lehrerbildung gewinnbringend eingesetzt werden könnte. Dementsprechend fragt Manuel Zahn einleitend, „ob die Inszenierung von *Fack ju Göhte* uns etwas über die aktuellen, gesellschaftlich kursierenden Imaginationen vom Lehrer Zeki Müller, von Schule oder von gelingender Lehre mitteilen kann?“ (S. 23). Diese Problemstellung erörtert Zahn auf der Grundlage von drei Thesen. Es sei nicht die Geschichte, die den Film erfolgreich mache, sondern entscheidend sei die Figur des Zeki Müller als Ergebnis eines Prozesses einer komplexen Wunschproduktion, was strukturell mit dem Prozess der Traumarbeit vergleichbar sei. Doch gerade diese Kraft werde auf der „Ebene seiner Erzählhandlung repressiven, normalisierenden Diskursen und kulturindustriellen

Klischees“ (S. 25) geopfert. Sein Fazit: Der Film verführe zwar seine Zuschauer in den filmischen und popkulturellen Zeichenkosmos der Schulkomödie, „aber er verhindert letztendlich das Träumen von und die Wünsche nach einer anderen Schule in der Migrationsgesellschaft“ (S. 36). Jochen Schmerfeld setzt sich zunächst mit der psychoanalytischen Rezeption von Filmen – hier im Speziellen von Lehrerfilmen – auseinander, um dann zu fragen, welche Erkenntnisse über das Lehren aus *Fack ju Göhte* abgeleitet werden könnten. Schmerfeld stellt fest, dass der Film in einem kritischen Ansatz zeigt, wie das Lehrer-Schüler-Verhältnis angesichts sowohl erodierter Amtsautorität der Lehrer als auch hinsichtlich der verloren gegangenen „Verbindlichkeit des Wissens“ (S. 58) neu erarbeitet werden muss. Zeki Müller sei in diesem Kontext eine Figur, die zeige, dass Schule durch das Zulassen von Nähe gelingen könne. Bernhard Rauh geht in seinem Text von der These aus, dass im Zentrum des Films nicht adoleszente Schüler stehen, sondern vielmehr „Subjektivierungsprozesse von (jungen) Lehrkräften“ (S. 64) verhandelt werden. Entsprechend stellt er den Entwicklungsweg der Referendarin Lisi mit jenem des Quereinsteigers Zeki in Beziehung. Beide ergänzten sich über ihre Gegensätze zu einer „idealen Allianz“ (S. 79). Dabei repräsentierten sie unterschiedliche Persönlichkeitsanteile, die idealerweise psychisch zusammengebracht werden müssten, damit Bildung gelingen könne. Béatrice Arend geht der Frage nach, wie es *Fack ju Göhte* schafft, „zumindest die großzügige Sympathie eines Mehreregenerationenpublikums zu erspielen“ (S. 83). Als zentral wird hervorgehoben, dass es Autor und Regisseur Dagtekin geschafft habe, Figurenentwicklungen offenzulegen und dennoch Raum für emotionale Anteilnahme zu lassen. Jean-Marie Weber nimmt den Film zunächst als Prozess der Subjektivierung wahr. Darüber hinaus sieht Weber explizit das gesellschaftskritische Potenzial, das in der Inszenierung steckt. Es werde sichtbar, wie hilflos Schule als ein „Raum, der permanente Entfremdungsprozesse erlebt“ (S. 119), inzwischen geworden ist. Als Institution erscheint sie statisch, und die Abläufe erweisen sich vielfach als chaotisch. Es kann interessant sein, *Fack ju Göhte* in diesem Kontext als Bestandteil einer Supervision zu sehen, bei der vermittelt wird, dass sich alle Beteiligten erlauben sollten, kreativ zu sein. Kann der Film allerdings von der Form her solchen allmeingemeinschaftlichen Ansprüchen genügen? Karl-Josef Pazzini wägt alle linguistischen und moralischen Zumutungen der Filmerzählung mit kritischer Distanz ab, um zu dem Schluss zu kommen, dass die Komödie durchaus die ein oder andere Alternative im Rahmen der Bildungsarbeit deutlich machen könne. Man möchte als Rezipient und Rezensent meinen: vielleicht sogar darüber hinaus.

Klaus-Dieter Felsmann



**Heinz-Peter Preußner/  
Sabine Schlickers (Hrsg.):**  
*Genre-Störungen. Irritation als  
ästhetische Erfahrung im Film.*  
Marburg 2019: Schüren.  
244 Seiten, 34,00 Euro

## Genre-Störungen

Mit dem Begriff „Genre-Störung“ fügen der Herausgeber Heinz-Peter Preußner und die Herausgeberin Sabine Schlickers der langen Geschichte des Genre-Diskurses eine weitere Facette hinzu. Die Herausgeberin und der Herausgeber sowie die Autorinnen und Autoren deuten in ihren Beiträgen den Terminus der Störung positiv um. Die Störung führe zwar zu einer Verunsicherung in der Rezeption, so die Ausgangsthese, aber die Irritation etablierter Genre-Muster werde zu einer „Befriedigung ästhetischer Erfahrungen“ und transformiere sich zum Kunstgenuss (S. 8). Ausgehend von einer Norm, also dem Genre, seien Störungen sowohl auf narrativer, dramaturgischer als auch ästhetischer Ebene denkbar.

Dass Genres jedoch nicht als stabil angesehen werden können, darüber herrscht in der Genre-Forschung und auch bei den Autorinnen und Autoren eine grundlegende Übereinstimmung. Genres entwickeln sich immer weiter, variieren und kombinieren ihre bekannten Muster. Steve Neale hat dies in *Questions of Genre* als prozessuales und kontextuelles Konzept beschrieben. Trotzdem bleibt das, was Francesco Casetti als „kommunikativen Vertrag“ bezeichnet hat, ein wichtiger und stabilisierender Teil der Filmrezeption, denn er ermöglicht Übereinkünfte zwischen Filmemacherinnen und -machern, Produzentinnen und Produzenten, Distributorinnen und Distributoren sowie Rezipientinnen und Rezipienten über den zu rezipierenden Text. Es muss eine gewisse Übereinkunft darüber geben, was ein Genre zu einem bestimmten Zeitpunkt ausmacht.

In elf Beiträgen wird hier nun untersucht, wie es zu Störungen dieses kommunikativen Vertrags kommen kann und was sich daraus ergibt. Um das Thema einzugrenzen, werden nur die Genres „Science-Fiction“, „Horror“ und „Western“ herangezogen, was zu einer Schwerpunktsetzung mit Genres führt, die häufig affektiv wirken und damit die Störung auf dieser Rezeptionsebene zum Tragen kommt. Im ersten Abschnitt des Bandes stehen Genre-Störungen im Science-Fiction-Film und im zweiten Störungen in den Gewalt-Welten des Horror- und Westernfilms im Mittelpunkt. Die drei Beiträge des

dritten Abschnitts sind allgemeiner gefasst und beziehen sich auf die Verschmelzung von Medien, Gattungen und Genres. Der lange und vielgestaltige theoretische Diskurs um den Genre-Begriff schlägt sich in der Beitragssammlung deutlich nieder. So ziehen die verschiedenen Autorinnen und Autoren unter anderen die Begriffe der Variation, der Verhandlung, der Originalität, des Stereotyps, des Exzesses, des Genre-Blendings, der Intermedialität, der Genre-Fluidität und -hybridität und des kommunikativen Vertrags heran, um den Begriff der Genre-Störung zu etablieren. Wenn Jennifer Henke jedoch in ihrem Beitrag schreibt, dass „von einer Genre-Störung unter der Berücksichtigung der aktuellen Forschung eigentlich keine Rede sein kann, da derartige Kategorien seit jeher historisch wandelbar sind und sich erst durch das Spiel mit Vertrautem und Neuem konstatieren“ (S. 34), und angesichts der Vielzahl scheinbar synonyme Begriffe, stellt sich die Frage nach der Sinnhaftigkeit eines neuen Schlagwortes wie Genre-Störung.

In den verschiedenen Beiträgen des Bandes wird zudem teilweise ein sehr weiter Genre-Begriff verwendet, der auch Gattungsstörungen oder intermediale Störungen einbezieht. John Batemans Untersuchung der Verschmelzung von fiktionalen und dokumentarischen Formaten anhand des Films *Frost/Nixon* (UK/F/USA 2008) etwa ist zwar an sich eine aufschlussreiche Studie, entfernt sich aber weit von der Ausgangsthese des Bandes.

Überzeugend jedoch in dem, was eine Genre-Störung ausmachen kann, argumentiert vor allem Rayd Khouloki anhand des französischen Horrorfilms *Martyrs* (2008). Er versteht die Genre-Störung konsequent als rezeptionsästhetische Kategorie. Die detaillierte ästhetische Analyse bindet er an die Rezeptionsebene, auf der er die Störung sinnvoll verortet. Khouloki geht davon aus, dass Zuschauer ein Genre erkennen, wenn sie es sehen. Es gibt also einen relativ stabilen Erwartungshorizont. Dieser wird laut Khouloki in *Martyrs* unterlaufen, denn der Film setze im Gegensatz zu anderen Horrorfilmen ungewohnt stark auf das physische und psychische Mitleiden mit den Protagonistinnen, womit Affektqualitäten des Melodrams in den Horrorfilm einfließen würden. Durch das Kriterium der Originalität grenzt er zudem die Genre-Störung eindeutig von anderen Begriffen wie Genre-Blending oder -Variation ab. Diese Begriffsschärfe sowie die konsequente Fokussierung auf die Perspektive der Zuschauerinnen und Zuschauer verleihen dem Begriff der Genre-Störung letztlich eine gewisse Produktivität. Insgesamt bietet der Band zwar viele Anregungen, den Genre-Begriff neu oder weiter zu denken. Die Vielzahl der verschiedenen Ansätze dürfte Einsteiger in die Genre-Theorie jedoch schnell überfordern.

Dr. Jesko Jockenhövel

# Recht

## Urteile/Beschlüsse

### Renate Künasts Kampf gegen Hassrede! Ein Überblick über die einzelnen Verfahren

#### A

#### **Renate Künast versus Facebook: Antrag auf Erteilung der Daten der Verfassenden der Hasskommentare (§ 14 Abs. 3 TMG)**

Der erste Strang der gerichtlichen Aufarbeitung betrifft das Verfahren vor dem Landgericht Berlin (LG Berlin)/Kammergericht Berlin (KG Berlin), in dem die Bundestagsabgeordnete von Facebook die Herausgabe der Identität der Verfasserinnen und Verfasser gegen sie gerichteter Hasskommentare begehrt.

#### **Für Empörung in der Gesellschaft sorgte vor allem der erste Beschluss des Landgerichts Berlin (LG Berlin, Beschluss v. 09.09.2019 – 27 AR 17/19)**

Der Sachverhalt: 1986 – eine Debatte im Berliner Abgeordnetenhaus. Ein CDU-Politiker befragt die Grünen zu ihrer Haltung zum Thema „Pädophilie“ und verweist in diesem Zusammenhang auf einen Gesetzentwurf des nordrhein-westfälischen Landesverbandes zur Entkriminalisierung von Pädosexualität. Künast rief dazwischen: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist.“ Diesen Satz griff die Zeitung „Die Welt“ 2015 auf und formulierte: „Klingt das nicht, als wäre Sex mit Kindern ohne Gewalt okay?“ Ein Jahr später konstruierte der rechte Blogger Sven Liebich daraus eine Text-Bild-Kombination, indem er ein Bild von der Politikerin mit dem Satz unterlegte: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist, ist der Sex mit Kindern doch ganz ok. Ist mal gut jetzt.“ Diese Collage postete er dann auf Facebook. Die wiederum zu diesem Post abgegebenen Kommentare lasen sich u. a. wie folgt: „Stück Scheiße“, „Pädophilen-Trulla“, „Schlampe“ und „Knatter sie doch mal einer so richtig durch, bis sie wieder normal wird!“

Die Politikerin begehrt von Facebook die Daten der Verfassenden der Hasskommentare, um gegen diese gerichtlich vorzugehen. Das soziale Netzwerk darf gem. § 14 Abs. 3 Telemediengesetz (TMG) Auskunft über Nutzerdaten erteilen, wenn die Kommentare strafbar sind. Wie etwa die Beleidigung, deren Strafbarkeit in § 185 Strafgesetzbuch (StGB) geregelt ist. So hatten die Richter des Landgerichts die einzelnen Hasskommentare (insgesamt 22) daraufhin zu prüfen, ob sie noch

zulässige Meinungsäußerungen sind oder die Schwelle zur strafbaren Beleidigung überschreiten.

Das LG Berlin entschied zuungunsten der Politikerin. Es stufte sämtliche Äußerungen als zulässige Meinungsäußerungen ein. Nach Auffassung des Gerichts handelt es sich bei den Kommentaren um eine Kritik an der Sache und nicht um eine Schmähung der Person, da sie auf die Äußerung Künasts Bezug nehmen. Die Richter verweisen in ihrer Begründung auf Ausführungen des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG), das für die Meinungsfreiheit äußerst großzügige Grenzen zieht, sofern ein Sachbezug besteht. Gerade Trägerinnen und Träger der öffentlichen Gewalt müssen danach deutlich zugespitzte und polemische Kritik tolerieren.

Die Politikerin legte gegen diesen Beschluss Beschwerde ein. Das LG Berlin verhandelte im Januar 2020 erneut über den Fall.

#### **Abhilfebeschluss des Landgerichts Berlin (LG Berlin, Beschluss v. 21.01.2020 – 27 AR 17/19)**

Im Januar revidierte das Landgericht seinen Beschluss teilweise. Neue Erkenntnisse würden die Facebook-Kommentare in ein anderes Licht rücken; so sei für das Gericht u. a. neu gewesen, dass der Blog-Autor/-Betreiber der Facebook-Seite seit Jahren vom Verfassungsschutz beobachtet und in zahlreichen Medienberichten als „Prototyp der deutschen ‚Fake-News‘-Szene“ dargestellt werde. Entscheidend sei daher, wie die Verfassenden der Hasskommentare den Facebook-Post wahrnahmen. Das Gericht ist der Ansicht, dass den Followern des Bloggers dessen soeben beschriebener Ruf geläufig sein müsse, sich bei ihnen also erhebliche Zweifel an der Echtheit des Zitats regen müssten. Damit entfalle jedoch der für eine zulässige Meinungsfreiheit notwendige Sachzusammenhang der Kommentare mit dem *tatsächlichen* Zwischenruf der Politikerin. Bei sechs der 22 streitgegenständlichen Kommentare verbleibe damit lediglich eine bloße Schmähung und Herabsetzung der Person. „Schlampe“ und „Drecksfotze“ wurden daraufhin beispielsweise als strafbare Beleidigungen (§ 185 StGB) eingestuft.

Die Politikerin legte gegen diesen Beschluss erneut Beschwerde ein: Das KG Berlin, als nächsthöhere Instanz, verhandelte im März 2020 über den Streitfall.



### **Beschluss des Kammergerichts Berlin (KG Berlin, Beschluss v. 11.03.2020 – 10 W 13/20)**

Das KG Berlin korrigierte den Abhilfebescheid erneut zugunsten der Politikerin und entschied final, dass weitere sechs Kommentare die Grenze zur zulässigen Meinungsäußerung überschritten haben. Bei 12 der 22 Kommentare kann Facebook damit über die Nutzerdaten der Verfassernden (Name, E-Mail-Adresse, IP-Adresse) und den Uploadzeitpunkt Auskunft erteilen.

Das Kammergericht ordnete sechs Kommentare als strafbare Formalbeleidigungen ein. Sie weisen nach Ansicht des Gerichts einen so massiv diffamierenden Gehalt auf, dass sie selbst unter Beachtung des Kontextes „nur als außerhalb einer Sachdebatte stehende Schmähungen der Person der Antragstellerin eingeordnet werden“ (PM Nr. 21/2020). So wurden nachträglich z. B. „Knatter sie doch mal einer so richtig durch, bis sie wieder normal wird“ und „Pfui, du altes grünes Dreckschwein ...“ als unzulässige Meinungsäußerung qualifiziert. Bei den verbleibenden zehn Kommentaren, darunter z. B. „Kranke Frau“ oder „Gehirn Amputiert“, handele es sich ebenfalls um erheblich kränkende Bezeichnungen der Politikerin, das verkennt das Gericht nicht; die Schwelle zur strafbaren Beleidigung werde jedoch nicht überschritten.

Das Kammergericht beendete den Rechtsstreit mit seinem Beschluss vom 11. März 2020 rechtskräftig. Die Politikerin zeigte sich über diesen weiteren Erfolg erfreut, kündigte gleichsam aber an, dass sie ihren Kampf gegen Hetze im Netz weiterverfolgen werde. Mit den seitens Facebook herausgegebenen Nutzerdaten kann Künast nunmehr Ansprüche auf Unterlassung und andere Leistungen (beispielsweise Geldentschädigungen) gerichtlich geltend machen.

#### **Quellen:**

1. Beschluss LG Berlin (LG Berlin, Beschluss v. 09.09.2019 – 27 AR 17/19). Lijnden, C. van: *Hass-Posts gegen Renate Künast. Erlaubt ist alles*. In: faz.net, 19.09.2019. Abrufbar unter: <https://www.faz.net> (letzter Zugriff: 22.06.2020)
2. Abhilfebeschluss LG Berlin (LG Berlin, Beschluss v. 21.01.2020 – 27 AR 17/19) Kornmeier, C.: *Hasskommentare. Gericht mit Kehrtwende im Fall Künast*. In: tagesschau.de, 21.01.2020. Abrufbar unter: <https://www.tagesschau.de> (letzter Zugriff: 22.06.2020)
3. Beschluss KG Berlin (KG Berlin, Beschluss v. 11.03.2020 – 10 W 13/20) PM Nr. 21/2020: *Kammergericht: Beschwerde einer Politikerin wegen ihres Antrags gegen eine Social-Media-Plattform auf Gestattung der Herausgabe von Nutzerdaten teilweise erfolgreich*. Berlin, 24.03.2020. Abrufbar unter: <http://www.berlin.de> (letzter Zugriff: 22.06.2020) Keilani, F.: *Onlinehetze vor Gericht. Renate Künast gewinnt erneut in Hate-Speech-Verfahren*. In: tagesspiegel.de, 25.03.2020. Abrufbar unter: <https://www.tagesspiegel.de> (letzter Zugriff: 22.06.2020)

### **B**

### **Renate Künast versus Blogger Sven Liebich (Verfasser des Facebook-Posts) (OLG Frankfurt, Beschluss v. 16.04.2020 – 16 U 9/20)**

Der zweite Strang der gerichtlichen Aufarbeitung betrifft das Vorgehen Künasts gegen den Blogger, der – wie oben geschildert – die Text-Bild-Kombination: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist, ist der Sex mit Kindern doch ganz ok. Ist mal gut jetzt.“ auf Facebook gepostet hatte. Künast begehrt die Unterlassung dieser Bild-Text-Darstellung (§§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 Bürgerliches Gesetzbuch [BGB] [analog] i. V. m. Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1 Grundgesetz [GG]).

Das OLG Frankfurt entschied zugunsten der Politikerin: „Die Darstellung beeinträchtigt das durch Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1 GG, Art. 8 Abs. 1 EMRK geschützte allgemeine Persönlichkeitsrecht der Klägerin, da der erweckte Eindruck, die Klägerin habe sich wie angeführt geäußert, unzutreffend ist.“ Es führt dazu aus, dass das allgemeine Persönlichkeitsrecht u. a. das Recht am eigenen Wort schützt. Durch dieses ist der Einzelne davor geschützt, dass ihm Äußerungen zugeschrieben werden, die er so nicht getätigt hat und die insbesondere seine Privatsphäre beeinträchtigen. Der grundrechtliche Schutz entfaltet sich dabei „nicht nur gegenüber Fehlzitaten, sondern auch gegenüber unrichtigen, verfälschten oder entstellten Wiedergaben einer Äußerung“.

Der Blogger wendet zu „seiner Verteidigung“ insbesondere ein, er zitiere den Zwischenruf der Politikerin in einer öffentlichen Diskussion und bewerte, wie dieser Einwurf in der Öffentlichkeit verstanden werde. Mit dieser Argumentation dringt er nicht durch.

Das OLG erklärt: „Von einer unrichtigen Wiedergabe einer Äußerung ist bereits dann auszugehen, wenn der Eindruck erweckt wird, der Zitierte habe sich eindeutig in einem bestimmten Sinne geäußert, obwohl seine Aussage mehrere Interpretationen zulässt und der Zitierende nicht kenntlich macht, dass es sich um seine Interpretation einer mehrdeutigen Aussage handelt.“ Der Einwurf: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist“ sei für sich gesehen inhaltsleer und zumindest mehrdeutig, befindet das Gericht. Es erklärt: „Sind aber solche unterschiedlichen Deutungen möglich, ist der Zitierende verpflichtet, die eigene Deutung einer Äußerung durch einen Interpretationsvorbehalt als solche kenntlich zu machen (BVerfG, Urteil vom 25. Oktober 2012 - 1 BvR 2720/11 - Rn. 14). Das ist vorliegend nicht geschehen. Der Beklagte legt vielmehr seine eigene Deutungsweise in den Mund der Klägerin, ohne deutlich zu machen, dass es sich um seine Interpretation handelt.“

#### **Quelle:**

OLG Frankfurt, Beschluss v. 16.04.2020 – 16 U 9/20

## C

**Renate Künast plant Verfassungsbeschwerde vor dem Bundesverfassungsgericht**

Die Politikerin kämpft weiter. Sie möchte eine Verfassungsbeschwerde beim Bundesverfassungsgericht (BverfG) einlegen. Dies gemeinsam mit Hateaid, einer Beratungs- und Anlaufstelle für Opfer digitaler Gewalt. Mit ihrem Vorhaben möchte Künast insbesondere erreichen, dass das BverfG sich mit der Fragestellung auseinandersetzt, „wie mit Beleidigungen umgegangen werden soll, die im Internet eine riesige Reichweite erzielen und nie vergessen werden“. Es falle in ihren Aufgabenbereich als Mitglied des Bundestages, für Rechtsprechung zu sorgen, so die Politikerin.

**Quelle:**

RND/epd: Künast will mit Verfassungsbeschwerde gegen Hass-Attacken vorgehen.

In: rnd.de, 07.05.2020.

Abrufbar unter: <https://www.rnd.de> (letzter Zugriff: 22.06.2020)

**EuGH: *Fack ju Göhte* – zu vulgär im Sinne des Markenrechts?**

Darüber hatte der Europäische Gerichtshof (EuGH) zu urteilen. Doch der Reihe nach: Die Constantin Film GmbH, die die in Deutschland sehr erfolgreiche Trilogie *Fack ju Göhte* produziert hat, wollte sich den Titel für ein gewinnbringendes Merchandising sichern. Entsprechend beantragte sie den Schutz als Marke bei dem EU Intellectual Property Office (Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum [EUIPO]). Die EUIPO verweigerte den entsprechenden Eintrag, als zu vulgär befand sie den englischen Ausdruck „fuck you“ und damit den angemeldeten Titel insgesamt. Constantin suchte den Rechtsweg auf – zog zunächst vor das dem EuGH vorgeschaltete Gericht der Europäischen Union (EuG). Doch auch hier scheiterte die Filmproduktionsfirma mit ihrem Begehren – das EuG entschied: Der Titel verstoße gegen die guten Sitten, eine Eintragung könne damit nicht erfolgen.

Über die dagegen eingelegte Berufung entschied schließlich der EuGH und dies zugunsten der Constantin Film GmbH. Zur Begründung gibt der Gerichtshof zunächst an, dass die Frage der Sittenwidrigkeit einer Marke nicht losgelöst von der gesellschaftlichen Bedeutung und dem Kontext beantwortet werden könne. So sei hier zu berücksichtigen, dass der Filmtitel in der deutschsprachigen Öffentlichkeit nicht als verwerflich wahrgenommen worden sei – und das, obwohl er ein breites Publikum erreicht habe. Auch sei zu berücksichtigen, dass der Ausdruck „fuck you“ den deutschen Zuschauerinnen und Zuschauern zwar geläufig sei, diese ihn aber nicht zwingend so wahrnehmen wie ein englischsprachiges Publikum. Schließlich müsse bedacht werden, dass der Titel auch vom englischen Originalausdruck abgewandelt sei: „Fack ju“. Das EUIPO muss damit erneut über die Markenmeldung entscheiden.

**Quelle:**

Bordat, J.: EuGH: „Fack ju Göhte“ nicht sittenwidrig. In: lhr-law.de, 31.03.2020.

Abrufbar unter: <https://www.lhr-law.de> (letzter Zugriff: 22.06.2020)

## Aufsätze/Berichte

### Soziale Netzwerke: Löschen und Sperren – was ist erlaubt?

Der Verfasser des Beitrags, Prof. Dr. Matthias Friehe (EBS Law School/Wiesbaden) erörtert eingehend die Rechtslage, die das Löschen von Inhalten und die Sperrung von Accounts seitens der sozialen Netzwerkbetreiber betrifft. Dabei nimmt er sowohl das Rechtsverhältnis zwischen Netzwerkbetreiber und Nutzerinnen sowie Nutzern als auch das Rechtsverhältnis zwischen den Nutzenden untereinander in den Blick. Bei den Streitigkeiten, die mittlerweile „flächendeckend Einzug in die Gerichtssäle“ genommen hätten, stehe insbesondere die Fragestellung im Raum, ob die sozialen Netzwerkbetreiber auch rechtmäßige Inhalte, die nicht gegen Strafgesetze oder absolute Rechte Dritter verstießen, löschen dürften. In diesem Zusammenhang stehe die Rechtsprechung vor einer Grundsatzentscheidung, die „den rechtlichen Rahmen für die digitalisierte Demokratie auf Jahrzehnte prägen wird“. Dürfen die Netzwerkbetreiber eigene Regeln abfassen, welche Inhalte sie auf ihren Plattformen dulden, oder sind sie verpflichtet, sämtliche Meinungsäußerungen zuzulassen, die nach allgemeinen Gesetzen zulässig sind?

#### Quelle:

Friehe, M. (Inhaber einer Qualifikationsprofessur für Staats- und Verwaltungsrecht an der EBS Law School/Wiesbaden): *Löschen und Sperren in sozialen Netzwerken*. In: Neue Juristische Wochenschrift (NJW), 24/2020, S. 1697 f.

### Facebooks Oversight Board – Verfassungsgericht für inhaltliche Entscheidungen?

Facebook richtet eine Art obersten Gerichtshof ein, der in Härtefällen darüber entscheiden soll, ob ein Beitrag zu Recht durch das soziale Netzwerk gelöscht wurde. 20 der geplanten 40 Mitglieder des Expertengremiums wurden nun vorgestellt. Darunter nicht minder prominente Personen wie die Friedensnobelpreisträgerin Tawakkol Karman oder die ehemalige dänische Premierministerin Helle Thorning-Schmidt. Die Autorin des Beitrags, Lisa Hegemann, beschreibt u. a. die Arbeitsweise und Entscheidungsfindung des Boards. Von Facebook unabhängig soll es agieren und eine von ihm getroffene Entscheidung unanfechtbar sein, selbst für Mark Zuckerberg persönlich. Finanziert werden die Mitglieder nicht von Facebook direkt, sondern mittelbar, über einen Treuhandfonds, den das Unternehmen aufgesetzt hat. Die Autorin befindetet, dass Facebook mit der Schaffung dieses Gremiums vieles richtig gemacht habe, es verbleibe aber die Frage, inwiefern ein Gremium komplett autark agieren könne, wenn es „von der Firma, die es kontrollieren soll, initiiert und auch bezahlt wird“.

#### Quelle:

Hegemann, L.: *Oversight Board. Facebooks neue Wächter*. In: Zeit online, 06.05.2020. Abrufbar unter: <https://www.zeit.de> (letzter Zugriff: 22.06.2020)

## Recht im Bereich der Medienbildung

### Urheberrecht im Bildungsbereich: Was sollten Schülerinnen und Schüler sowie Studierende wissen?

iRights.info bündelt die wichtigsten Fragen und Antworten, mit denen sich Lernende im Zuge ihrer Ausbildung auseinandersetzen müssen. Ausführlich wird u. a. die Frage erörtert, was unter einem Zitat oder einem Plagiat zu verstehen ist oder was es zu beachten gilt, wenn man fremde oder eigene Arbeiten veröffentlichen will.

#### Quelle:

Pachali, D.: *Urheberrecht für Lernende: Häufige Fragen und Antworten*. In: iRights.info, 26.03.2020. Abrufbar unter: <https://irights.info> (letzter Zugriff: 22.06.2020)

### „Covid-19-Maßnahmen“: zulässige Einschränkung von Grundrechten?

Welche Grundrechte sind durch die „Coronamaßnahmen“ wie beispielsweise durch Ausgangs- und Kontaktbeschränkungen betroffen? Und ist dies überhaupt rechtlich zulässig? Zu diesen Fragen bietet das Dossier *Grundgesetz & Grundrechte in Zeiten der Corona-Pandemie* der Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg (lpb) umfassend Erläuterungen und Antworten. Anhand von Beispielen legt der Verfasser, Prof. Dr. Reinhold Weber, dar, wie schwierig eine erforderliche Güterabwägung zwischen den einzelnen Positionen ist: individuelles Recht des Einzelnen auf seine Grundrechte versus das Allgemeinwohl (hier: die Gesundheit der Bevölkerung).

#### Quelle:

Weber, R. (Aufbereitung für das Netz: Internetredaktion der lpb): *Grundgesetz & Grundrechte in Zeiten der Corona-Pandemie*. In: lpb-bw.de, 20.05.2020. Abrufbar unter: <https://www.lpb-bw.de> (letzter Zugriff: 22.06.2020)

# Kurz notiert

## Medientage München digital

Die 34. Medientage München finden vom 24. bis zum 30. Oktober 2020 digital statt. Unter dem Motto „This is Media NOW“ werden in über 100 Vorträgen, Networking Sessions und Interviews aktuelle Fragen und Themen der Medienbranche live diskutiert. Eventuell wird es kleinere physische Veranstaltungen in München geben.

**Weitere Informationen abrufbar unter:**  
<https://medientage.de>

## 37. Forum Kommunikationskultur der GMK 2020

Vom 20. bis zum 22. November 2020 findet das Forum Kommunikationskultur der GMK in der Universität Bielefeld (Universitätsstraße 25, 33615 Bielefeld) statt. Unter der Überschrift „Medienkultur und Öffentlichkeit – Meinungs- und Medienbildung zwischen Engagement, Einfluss und Protest“ soll diskutiert werden, wie die Medienpädagogik digitale Öffentlichkeiten mitgestalten und Kinder und Jugendliche dabei unterstützen kann, ihr Recht auf Teilhabe an demokratischen Meinungsbildungsprozessen wahrzunehmen. Das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung stehen ab September 2020 zur Verfügung.

**Weitere Informationen abrufbar unter:**  
<https://www.gmk-net.de>

## gamescom 2020

Auch die gamescom, das weltweit größte Event rund um Computer- und Videospiele, muss 2020 ausschließlich digital stattfinden. Vom 27. bis zum 30. August 2020 finden Weltpremierer, Shows, Livestreams und Aktionen online statt. Die Teilnahme ist kostenlos.

**Weitere Informationen abrufbar unter:**  
<https://www.gamescom.de>

### Impressum

**Herausgeber:** Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF)  
 Am Karlsbad 11, 10785 Berlin  
 Tel.: 0 30 / 23 08 36-0  
 E-Mail: [tvdiskurs@fsf.de](mailto:tvdiskurs@fsf.de)  
[fsf.de](http://fsf.de) | [tvdiskurs.de](http://tvdiskurs.de)

**Chefredaktion:** Prof. Joachim von Gottberg (V.i.S.d.P.)  
**Redaktion:** Karin Dirks, Camilla Graubner, Christina Heinen, Christian Kitter, Prof. Dr. Lothar Mikos, Simone Neteler, Anke Soergel

**Bildredaktion:** Camilla Graubner, Sandra Hermanssen

**Onlineredaktion:** Karin Dirks

**Gestaltung:** Alexandra Zöllner, Berlin

**Mit Beiträgen von:** Dr. Uwe Breitenborn, Prof. Dr. Christa Dürscheid, Michael Ebmeyer, Klaus-Dieter Felsmann, Tilmann P. Gangloff, Prof. Joachim von Gottberg, Dr. Alexander Grau, Dr. Daniel Hajok, Dr. habil. Gerd Hallenberger, Prof. Dr. Dagmar Hoffmann, Prof. Dr. Bernward Hoffmann, Dr. Jesko Jockenhövel, Jun.-Prof. Dr. Ulrike Klinger, Dr. Florian Krauß, Prof. i.R. Dr. Hans-Dieter Kübler, Vera Linß, Prof. Dr. Frank Lobigs, Claudia Mikat, Sebastian Pertsch, Jörg Räwel

**Wir danken** Pia Lamberty, Andreas Barthelmess, Ralph Caspers, Andreas Marx, Prof. Dr. Bernhard Pörksen und Prof. Dr. Marc Ziegele für ihre Gesprächsbereitschaft.

**Druck:** BVD Druck + Verlag AG  
 Schaan, Liechtenstein  
[www.bvd.li](http://www.bvd.li)

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier.

### Bezugspreis:

Einzelheft: 24,00 Euro  
 (inkl. MwSt. und Versandkosten  
 innerhalb Deutschlands)  
 ISSN 1433-9439  
 ISBN 978-3-7445-2047-8  
 Zu beziehen über den Herbert von Halem Verlag  
 Schanzenstraße 22, 51063 Köln  
 Tel.: 0 221-92 58 29 0  
 E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)  
[www.halem-verlag.de/tv-diskurs/](http://www.halem-verlag.de/tv-diskurs/)

Bei Änderung Ihrer Bezugsadresse senden Sie bitte eine E-Mail an [tvdiskurs@fsf.de](mailto:tvdiskurs@fsf.de).

### Hinweis:

Auch in der *tv diskurs* soll gendergerechte Sprache umgesetzt werden. Dabei verzichten wir allerdings auf den Genderstern und andere typografische Zeichen. Vielmehr orientieren wir uns an den Duden-Regelungen und verwenden bei Personenbezeichnungen vornehmlich die weibliche und männliche Form.

HERBERT VON HALEM VERLAG



Cornelia Brantner / Gerit Götzenbrucker /  
Katharina Lobinger / Maria Schreiber (Hrsg.)

**Vernetzte Bilder.**  
Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien

2020, 320 S., 71 Abb., 5 Tab.,  
Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Buch) 978-3-86962-484-6  
ISBN (PDF) 978-3-86962-485-3



Dominik Maeder / Herbert Schwaab /  
Stephan Trinkaus / Anne Ulrich / Tanja Weber  
(Hrsg.)

**Trump und das Fernsehen.**  
Medien, Realität, Affekt, Politik

2020, 384 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Buch) 978-3-86962-505-8  
ISBN (PDF) 978-3-86962-506-5

<https://www.halem-verlag.de>

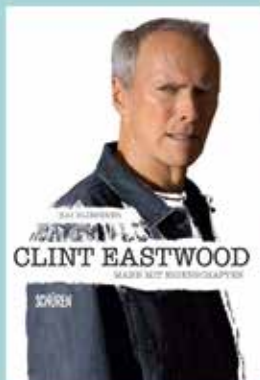
«Er war sich seines Nachruhms bewusst. Natürlich hat er sich für den größten deutschen Filmregisseur aller Zeiten gehalten. Selbstverständlich.»

Das schreibt Rolf Giesen in diesem Buch über Rainer Werner Fassbinder.

Fassbinder schrieb und inszenierte für das Theater wie für den Film. Nahm er sich eines Stoffes mehrfach an, handelte es sich nie um bloße Zweitverwertungen, sondern um Bearbeitungen für ein anderes Medium. Diesem ästhetischen Konzept gehen die Beiträge aus heutiger Sicht nach.

Am 31. 5. 2020 wäre R. W. Fassbinder 75 Jahre alt geworden.

224 S. | Klappbr. | 24,90 € | ISBN 978-3-7410-0362-2



Eastwood ist eine spannende, ambivalente Persönlichkeit. Er ist jetzt 90 Jahre alt, und seit mehr als 60 Jahren im Filmgeschäft. Ein Superstar, an dem sich die Geister scheiden. Ein Kassenmagnet, einer der letzten Regisseure der alten Schule und einer, der politisch bisweilen irritiert. Ein charismatischer *Elder Statesman* des Kinos, kantig und doch ein Menschenfreund.

Zum 90. Geburtstag von Clint Eastwood am 31.5. 2020.

Mit einem Essay von Georg Seeßlen und Interviews mit Frank Brettschneider, Tobias Hohmann, Wolf Jahnke und Jo Schuttwolf

232 S. | Pb. | einige Abb. | 24,90 € | ISBN 978-3-7410-0355-4

[www.schueren-verlag.de](http://www.schueren-verlag.de)

**SCHÜREN**

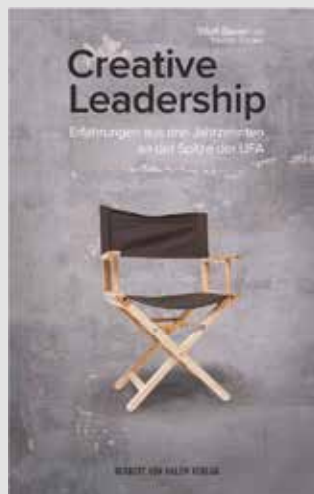
THERE  
IS NO  
PLANET B  
#NETZSTREIKFÜRSKLIMA

# Aktuelle Sachbücher



Hans Poerschke (Hrsg.)  
**Das Prinzip der Parteiliteratur.  
Partei und Presse bei und unter Lenin  
1899 - 1924**

ISBN (Buch) 978-3-86962-565-2  
ISBN (PDF) 978-3-86962-566-9  
ISBN (ePub) 978-3-86962-568-3



Wolf Bauer mit Torsten Zarges  
**Creative Leadership.  
Erfahrungen aus drei Jahrzehnten  
an der Spitze der UFA**  
*edition medienpraxis, 19*

ISBN (Buch) 978-3-86962-572-0  
ISBN (PDF) 978-3-86962-573-7  
ISBN (ePub) 978-3-86962-574-4



Peter Seele  
**Künstliche Intelligenz und  
Maschinerisierung des Menschen**  
*Schriften zur Rettung des  
öffentlichen Diskurses, 1*

ISBN (Buch) 978-3-86962-512-6  
ISBN (PDF) 978-3-86962-513-3  
ISBN (ePub) 978-3-86962-514-0



Stephan Russ-Mohl  
**Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde.  
Warum die Digitalisierung unsere Demokratie  
gefährdet**  
*edition medienpraxis, 16*

ISBN (Buch) 978-3-86962-274-3  
ISBN (PDF) 978-3-86962-276-7  
ISBN (ePub) 978-3-86962-275-0

