

## **Medienethik im Zeitalter der sozialen Medien. Ein Beitrag in zehn Thesen**

Mark Halawa-Sarholz, Humboldt-Universität zu Berlin

**Summary.** This article deals with the ethical implications and challenges of social media. Drawing on the notion of prosumerism, it argues that not only the companies operating social media platforms bear moral responsibility for ensuring a democratic digital culture of communication, but also and especially their users. The recommendation algorithms of Facebook, Twitter and other platforms have undoubtedly played a major role in the recent crisis of democracy; however, it must also be taken into account that the digital transformation of the public sphere confronts its users with unprecedented media-ethical challenges as well. Against this background, this article highlights, among other things, the importance of media ethics for the promotion of media literacy in the digital age.

**Zusammenfassung.** Dieser Beitrag beschäftigt sich mit den medienethischen Implikationen und Herausforderungen der sozialen Medien. In Rekurs auf das Konzept des Prosummentums wird dabei die These vertreten, dass für die Sicherstellung einer demokratischen digitalen Kommunikationskultur nicht nur die soziale Medienplattformen betreibenden Unternehmen eine besondere moralische Verantwortung tragen, sondern auch und gerade deren Nutzer\*innen. Zweifellos haben die Empfehlungsalgorithmen von Facebook, Twitter und Co. großen Anteil an den demokratiezersetzenden Tendenzen der jüngeren Vergangenheit; jedoch gilt es ebenfalls zu berücksichtigen, dass der durch die sozialen Medien vorangetriebene digitale Strukturwandel der Öffentlichkeit für deren Nutzer\*innen mit bislang ungekannten medienethischen Herausforderungen einhergeht. Vor diesem Hintergrund macht sich dieser Beitrag unter anderem dafür stark, dass die Sensibilisierung für grundlegende medienethische Zusammenhänge für die Förderung einer digitalen Medienkompetenz absolut unverzichtbar ist.

Wenn von den ethischen Implikationen der sozialen Medien die Rede ist, richtet sich die Aufmerksamkeit meist nur auf die sie betreibenden Unternehmen. Angesichts von massiven Datenschutzskandalen und der weitgehend ungehinderten Verbreitung von Fake News, Hasskommentaren und Verschwörungstheorien liegt solch eine Fokussierung zweifellos nahe. Gleichwohl greift sie zu kurz. Denn für den Erhalt einer demokratischen digitalen Kommunikationskultur tragen nicht nur die großen Internetkonzerne aus dem Silicon Valley eine moralische Verantwortung. Auch die Nutzer\*innen von Facebook, Twitter & Co. lassen sich mit Blick auf die drängenden Probleme unserer politisch wie gesellschaftlich aus den Fugen geratenen Zeit als zentrale moralische Verantwortungsinstanzen begreifen. Damit möchte ich nicht behaupten, dass kritische Appelle an das moralische Verantwortungsbewusstsein der Betreiber sozialer Medienplattformen zu vernachlässigen seien – vollkommen zurecht werden sie inzwischen auch von politischer Seite zunehmend unter Druck gesetzt. Gleichwohl gilt es anzuerkennen, dass das durch die sozialen Medien geprägte digitale Zeitalter mit einer Reihe von ethischen Herausforderungen einhergeht, die sich unmittelbar an die User\*innen sozialer Medienanwendungen richten. Über das Ausmaß dieser Herausforderungen und die sich daraus ergebenden Anforderungen (und auch Zumutungen) versuchen die nachstehenden zehn Thesen nähere Auskunft zu geben.

### **1. These: Ein User\*innen-getragenes Engagement für eine demokratische digitale Kommunikationskultur ist alternativlos.**

Auch wenn sich nicht leugnen lässt, dass die Betreiber sozialer Medien in der jüngeren Vergangenheit verstärkt gegen die massive Verbreitung von Fake News, Verschwörungstheorien und Hasskommentaren vorgegangen sind, lässt sich folgender Befund kaum von der Hand weisen: Die Entschiedenheit, mit der auf derlei Missstände reagiert wurde und wird, steht zur Geschwindigkeit des von den führenden Social-Media-Plattformen forcierten technologischen Fortschritts in keinem angemessenen Verhältnis. Die ökonomischen Potenziale neuer Informations- und Kommunikationstechnologien wiegen ganz offensichtlich schwerer als die (selbst-)kritische Auseinandersetzung mit deren denkbaren wie faktischen Folgen – seien diese nun politischer, gesellschaftlicher oder ethischer Art (vgl. ausführlich dazu Spiekermann 2019). Bislang kam es zu solch einer Auseinandersetzung für gewöhnlich erst retrospektiv – etwa dann, wenn es darum ging, auf die Liveübertragung von Attentaten über die sozialen Medien zu reagieren. Oder aber der äußere Druck von Politik, Medien und neuerdings auch der Wirtschaft wurde letztlich so groß, dass sich an bisherigen Praktiken ohne einen gehörigen Imageverlust nicht mehr ohne Weiteres festhalten ließ.

Von sich aus wurden und werden die Anbieter sozialer Medienanwendungen in der Regel also nicht aktiv. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie ihr

Geschäftsmodell und die zweifelhafte Funktionsweise ihrer Algorithmen aus einem eigenen Antrieb heraus modifizieren, ist verschwindend gering. Auch darf nicht damit gerechnet werden, dass die Appelle zur stärkeren politischen Regulierung der großen Internetkonzerne bereits kurzfristig zur nachhaltigen Stärkung einer digitalen Kommunikationskultur führen werden, die basalen diskurs- und medienethischen Standards genügt.

Gerade deshalb ist das Engagement einer User\*innen-basierten digitalen Zivilgesellschaft von größter Wichtigkeit. Einen grundlegenden Wandel des überhitzten Kommunikationsklimas in den sozialen Medien kann es kurz- bis mittelfristig nur dann geben, wenn dieser von eben jenen Menschen vorangetrieben wird, die sich täglich in ihnen aufhalten. Initiativen wie *#ichbinhier*, die mit dem Mittel der „Counterspeech“ aktiv gegen Fake News und Hasskommentare im Netz vorgehen, zeigen bereits auf, wie solch ein User\*innen-basiertes Engagement für die Stärkung einer demokratischen digitalen Kommunikationskultur aussehen kann (vgl. Ley und Görig 2018). Für einen fundamentalen Kulturwandel ist es allerdings erforderlich, das Bewusstsein von den medienethischen Herausforderungen der sozialen Medien möglichst breitenwirksam zu schärfen. Je mehr Social-Media-Nutzer\*innen sich darüber bewusst sind, dass nicht nur die großen Internetkonzerne, sondern auch sie selbst eine Teilverantwortung für das Kommunikationsklima in der durch die sozialen Medien geprägten digitalen Medienökologie tragen, desto eher kann die Genese und Pflege einer demokratischen digitalen Kommunikationskultur mehr oder weniger zeitnah ‚von unten heraus‘ vorgenommen werden.

## **2. These: Die durch die sozialen Medien verfügbar gewordenen Kommunikationsmöglichkeiten gehen von Grund auf mit neuen medienethischen Herausforderungen einher.**

Worauf genau fußt nun das geforderte Verantwortungsbewusstsein? Zur Beantwortung dieser Frage lohnt es sich, einen Blick auf das wohl wichtigste Konzept zur Charakterisierung der kommunikativen Umwälzungen des noch recht jungen digitalen Zeitalters zu werfen: das des Prosumententums. Wir leben in einer Zeit, in der eine wachsende Zahl von Menschen Medieninhalte nicht mehr nur passiv konsumiert, sondern ganz im Gegenteil aktiv produzieren und distribuieren kann (wobei Letzteres nicht selten mit dem Moment der Produktion zusammenläuft). Möglich machten dieses Prosumententum vor allem die sozialen Medien. Mit ihren Plattformen stellen sie eine kommunikative Infrastruktur bereit, die den Brecht'schen Traum von einer Mediengesellschaft, in der potenziell alle, die über entsprechende Endgeräte verfügen, zu einem frei agierenden Sender von Kommunikation werden können, Wirklichkeit werden ließ – mit dem entscheidenden Unterschied allerdings, dass die so ermöglichte neue Kommunikationsmacht des ‚einfachen Menschen‘ denkbar weit davon entfernt ist, jene emanzipatorischen Effekte nach sich zu ziehen, die sich Brecht seinerzeit aus-

malte (vgl. Brecht 2004). Menschen von der reduzierten Rolle des Kommunikationsempfängers zu befreien und sie zu autonomen Sendern zu transformieren, eröffnet zweifellos neue kommunikative Spielräume und Freiheiten. Wie schon ein flüchtiger Blick in die Kommentarspalten eines x-beliebigen Nachrichtenportals zeigt, folgt daraus allerdings nicht, dass von der Möglichkeit, im Prozess der Kommunikation mehr oder weniger nach Belieben stets auch als Sender aufzutreten, verantwortungsvoll Gebrauch gemacht wird.

Die Antwort auf die Frage, worin genau eigentlich die besondere Leistung der sozialen Medien besteht, lautet dementsprechend nicht, dass diese Milliarden von Menschen miteinander vernetzt hätten; vielmehr besteht sie darin, die von ihnen kreierte Netzwerke mit einer bislang ungekannten Kommunikationsmacht ausgestattet zu haben – dies allerdings ohne ausreichend zu berücksichtigen, dass solch eine Macht, wie in allen Machtkonstellationen, immer auch Verantwortung impliziert.

Um diesen Gedankengang anhand eines Beispiels zu veranschaulichen: Die sozialen Medien sind in den letzten Jahren vielfach zu einem enorm wirkungsvollen Multiplikator terroristischer Propaganda geworden – und das nicht einfach nur dadurch, dass die Urheber\*innen entsprechender Medieninhalte ihre gewaltvollen Videos und Bilder weitgehend ungehindert über Portale wie Facebook oder Twitch veröffentlichen konnten; sondern auch und gerade deshalb, weil explizite Gewaltdarstellungen in unzähligen Fällen von ganz gewöhnlichen Social-Media-User\*innen weitergeleitet und geteilt worden sind. Nicht selten sind die Urheber\*innen der Terrorbilder, die über die sozialen Medien an die klassischen Leitmedien gelangen und dort republiziert werden, einfache Augenzeugen – Menschen, die sich zufällig am Ort des Geschehens befanden und mit ihren Smartphones das Ausmaß eines Terroranschlags festhielten. Der Kunst- und Bildwissenschaftlerin Charlotte Klonk kann daher nur beigepflichtet werden, wenn sie angesichts der Gefahr einer (meist ungewollten) Komplizenschaft zwischen Medienprosumer\*innen und Terrorgruppen schreibt:

Der Radius derer, die Bilder produzieren und verbreiten, ist enorm gewachsen und umfasst nun potentiell jede und jeden, die oder der ein aufnahmefähiges Mobiltelefon bei sich trägt und über einen Internetzugang verfügt. Entsprechend [...] müssen sich heute wesentlich mehr Menschen mit ethischen Fragen zum Umgang mit Bildern auseinandersetzen, als das bisher der Fall war (Klonk 2017: 222).

Hinzufügen ließe sich dieser treffenden Bemerkung allenfalls der Hinweis, dass sich die von Klonk aufgeworfene Verantwortungsfrage selbstverständlich auch abseits von Praktiken digitaler Bildproduktion und -distribution stellt. Auch der Umgang mit Worten im Netz will angesichts zahlloser Hasskommentare gelernt sein.

### **3. These: Medienethik ist längst nicht mehr nur eine Angelegenheit für Spezialist\*innen.**

Wer der zitierten Aussage von Klonk beipflichtet, kommt nicht umhin, einer weiteren These zuzustimmen: Die Auseinandersetzung mit grundlegenden Fragen der Medienethik kann und darf unter den beschriebenen Bedingungen des digitalen Zeitalters längst nicht mehr nur eine Angelegenheit für Spezialist\*innen sein. Bis heute ist es üblich, dass sich vorwiegend Medienschaffende und auf ethische Fragen spezialisierte akademische Medienforscher\*innen mit medienethischen Themen beschäftigen. Auffällig ist dabei, dass sich der Fokus der akademischen Medienethik auch heute noch vorzugsweise auf das Tun der klassischen Leitmedien richtet (wenn auch inzwischen natürlich mit einem stärkeren Augenmerk auf deren Online-Aktivitäten). Medienethik scheint demnach ein Thema zu sein, das sich primär mit der ethischen Analyse und Bewertung von Praktiken journalistischer Massenkommunikation und PR-Maßnahmen befasst.<sup>1</sup> Erklären lässt sich dieser Befund sicherlich durch die Dominanz kommunikationswissenschaftlich geprägter Ansätze innerhalb der medienethischen Forschungslandschaft, deren traditionelles Interesse für Phänomene der Massenkommunikation mit einem bevorzugten Interesse für die klassischen Leitmedien auch heute noch weit verbreitet ist (vgl. klassisch Funiok 2011; Schicha und Brosda 2010). Ohne Frage gibt es inzwischen auch Stimmen, die die Verantwortung der User\*innen für eine demokratisch verfasste digitale Kommunikationskultur in den Vordergrund rücken (vgl. Grimm u.a. 2019). Dass eine Medienethik im digitalen Zeitalter keinesfalls mehr nur eine Professionsethik für eine relativ eng abgesteckte Personengruppe sein kann, scheint im einschlägigen Forschungsdiskurs aber dennoch noch kein Common Sense zu sein.

### **4. These: Die Sensibilisierung für medienethische Zusammenhänge ist für die Förderung digitaler Medienkompetenz unverzichtbar.**

Viel ist in letzter Zeit von Medienkompetenz die Rede. Und das natürlich vollkommen zurecht. In einer digital vernetzten Mediengesellschaft ist die Fähigkeit zur kompetenten Nutzung und Rezeption von (digitalen) Medieninhalten absolut elementar. Aber was genau ist unter Medienkompetenz eigentlich zu verstehen? Antworten auf diese Frage gibt es freilich zuhauf. Explizite Erwähnung findet die gezielte Sensibilisierung für grundlegende medienethische Zusammenhänge nur selten. Wenn es heißt, Medienkompetenz habe die Fähigkeit zu fördern, „sich Informationen zu beschaffen, sich zu bilden, sich kulturell zu entfalten und sich zu unterhalten“ (Hermida 2017: 86), so greift dies angesichts der Herausforderungen, denen sich Mediennutzer\*innen in der gegenwärtigen digitalen Medienöffentlichkeit in ethischer Hinsicht gegenübersehen, eindeutig zu kurz. Auch die gängige Differenzierung einer auf spezifischen Fach-, Methoden-, Individual- und

Sozialkompetenzen aufgebauten Medienkompetenz (vgl. Krause 2017) bleibt unvollständig, solange die Vermittlung basaler ethischer Kompetenzen dabei nicht expliziter in den Vordergrund gerückt wird. Ähnliches lässt sich über den nicht weniger gängigen Fokus auf Fragen der Mediengestaltung und die Vermittlung von Programmierkenntnissen festhalten: Beide Aspekte (und viele weitere mehr) sind für den Erwerb einer ausgeprägten Medienkompetenz ohne jeden Zweifel von großer Wichtigkeit – für ein ganzheitliches Verständnis von Medienkompetenz ist die ethische Dimension der Mediennutzung jedoch absolut unverzichtbar. Dabei sollte es weniger darum gehen, Medienethik durch Medienkompetenz zu erlernen, wie vereinzelt nahegelegt wird (vgl. Bank 2013); vielmehr gilt es mit Blick auf den beschriebenen digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit anzuerkennen, dass in der heutigen Zeit Medienkompetenz ohne Medienethik schlichtweg nicht zu haben ist.

##### **5. These: Sensibilisierung für medienethische Grundfragen impliziert im Social-Media-Zeitalter vor allem eine Sensibilisierung für Grundfragen der Bildethik.**

Das obige Zitat von Charlotte Klonk deutete bereit darauf hin, dass die Auseinandersetzung mit Fragen zum ethischen Umgang mit Bildern für eine Medienethik im digitalen Zeitalter unerlässlich ist. Klonk selbst begründet diese These in ihren überaus lehrreichen Ausführungen zur Bildethik vor einem systematischen Hintergrund: Schon alleine die durch den digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit geschaffenen neuen Möglichkeiten der Bildproduktion und -zirkulation machen nach ihrem Dafürhalten die Notwendigkeit einer Reflexion auf die ethischen Implikationen digitaler Bildpraktiken verständlich (vgl. Klonk 2017: Kap. V). Zusätzlich zu dieser systematischen Begründung sprechen aber auch empirische Befunde für einen besonderen Fokus auf das Medium des Bildes. So zeigen die jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest erhobenen repräsentativen Daten über den Mediengebrauch von Jugendlichen in Deutschland bereits seit mehreren Jahren klar und deutlich auf, dass sich unter den 12- bis 19-Jährigen vor allem ausgesprochen bildlastige Apps wie WhatsApp, Instagram, Snapchat oder TikTok großer Beliebtheit erfreuen.<sup>2</sup> Soll heißen: Das Aufnehmen, Teilen und Kommentieren von Bildern nimmt im kommunikativen Alltag junger Menschen (und zweifellos auch in anderen Altersgruppen) eine zentrale Rolle ein. Wenn man sich vergegenwärtigt, dass Bilder nicht etwa nur bloße Darstellungsmedien sind (ein bis heute weit verbreitetes Missverständnis des Bildmediums), sondern seit jeher auch als kommunikatives Handlungsmittel verwendet werden, erklärt sich, warum die Heranführung an Grundfragen der Bildethik in keiner Einführung in die digitale Medienethik fehlen darf.<sup>3</sup>

**6. These: Medienethische Kompetenz stellen wir oft gerade dann unter Beweis, wenn wir ethisch bedenkliche Medieninhalte bewusst ignorieren.**

Wer sich regelmäßig auf Social-Media-Plattformen aufhält und Apps wie WhatsApp, Snapchat oder TikTok benutzt, stieß dabei mit größter Wahrscheinlichkeit bereits auf ethisch bedenkliche Inhalte. Neben diskriminierenden Posts und Hasskommentaren zählen dazu insbesondere Bilder, die die Persönlichkeitsrechte der auf ihnen abgebildeten Personen verletzen oder dazu verwendet werden, visuelle Gewalt auszuüben. Vor dem Hintergrund meiner bisherigen Ausführungen ist gerade letzteres Phänomen mit besonderen medienethischen Herausforderungen verbunden. Visuelle Gewalt ist eine Form von Gewalt, für deren Ausübung der Aspekt der Visualität maßgeblich ist. Sie geschieht, weil ein bestimmter Gewaltakt von möglichst vielen anderen Menschen gesehen werden soll. Bilder visueller Gewalt beschränken sich folglich nicht darauf, Gewalt einfach nur darzustellen oder zu dokumentieren. Vielmehr besteht ihr primärer Sinn und Zweck darin, Gewalt für die Blicke anderer aktiv auszuüben. Zu einer besonderen medienethischen Herausforderung werden solche Bilder dementsprechend vor allem dadurch, dass sie ganz gezielt auf die visuelle Teilhabe und Augenzeugenschaft einer möglichst großen Betrachter\*innen-Gemeinschaft abzielen (zum Thema der visuellen Gewalt vgl. ausführlich Halawa-Sarholz 2018 sowie Hentschel 2020).

Das Phänomen der visuellen Gewalt ist freilich viel älter als das durch die sozialen Medien geprägte digitale Zeitalter. Durch den Aufbau einer zunehmend digital vernetzten Mediengesellschaft hat es jedoch eine bislang ungekannte Qualität und Drastik erreicht. Digital übermittelte visuelle Gewalt macht sich nämlich ebenso gezielt wie perfide einen fundamentalen Wandel in der Relevanzsetzung von visuellen Kommunikationsinhalten zunutze. Die US-amerikanische Philosophin Susan Buck-Morss brachte diesen Wandel wie folgt prägnant auf den Punkt:

*The reproduced image increases in value by being shared. This potential has grown exponentially with the employment of digital cameras that can take pictures in live time and disseminate them to an infinite number of viewers. The experience is instantaneous, so that the two moments of an image-event, material and mental, are simultaneously formed to appear to collapse into one. In the digital image, what is important is not the detail, not the technology's power of representation, but its power of infinite replication (Buck-Morss 2009: 154).*

Buck-Morss verfasste diese Zeilen vor mittlerweile mehr als zehn Jahren, um zu erläutern, welchen Anteil Bilder in einer digitalen Kultur des Teilens an Barack Obamas historischem Wahlerfolg vom November 2008 hatten (zur Kultur des Teilens vgl. Unger 2012). Anwenden lassen sie sich aber auch auf die Schattenseiten unserer gegenwärtigen digitalen Kommunikationskultur. Weitaus stärker noch als im Jahr 2008 herrscht heutzutage die

Idee vor, dass über die Relevanz einer Information in allererster Linie das Ausmaß ihrer digitalen Reproduktion entscheidet. Explizit zum Ausdruck gelangt diese Idee in der speziell von den führenden Social-Media-Plattformen forcierten Algorithmisierung der digitalen Kommunikationskultur. Macht man sich bewusst, dass es Formen von Gewalt gibt, die ihre zerstörerische Kraft aus der Dynamik einer von den sozialen Medien maßgeblich forcierten digitalen Kultur des Teilens bezieht, wird indes einmal mehr ersichtlich, warum alleine schon die Struktur unserer gegenwärtigen digitalen Kommunikationskultur weitreichende medienethische Herausforderungen nach sich zieht. Nicht nur das aktive Liken, Kommentieren, Weiterleiten eines Inhalts, sondern bereits das vermeintlich passive Betrachten eines Bildes markiert einen (vom Algorithmus registrierten) Akt der Relevanzsetzung. Weil dieser Akt das Potenzial hat, nicht nur die sichtbaren Zeugnisse von Gewalt, sondern auch das mit ihnen verbundene Leid zu reproduzieren, sollte er stets sehr sorgsam und verantwortungsvoll gewählt sein. Charlotte Klonk kann daher abermals nur beiegepflichtet werden, wenn sie angesichts der moralischen Fragwürdigkeit gewisser digitaler Bildpraktiken konstatiert, dass zur Vermeidung von Persönlichkeitsverletzungen und Entwürdigungen „gelegentlich die Geste des Nicht-Zeigens notwendig [ist]“ (Klonk 2017: 231) – ein Appell, der freilich auch über das hier ins Zentrum gestellte Phänomen der visuellen Gewalt hinaus ernst zu nehmen ist.

## **7. These: Die demokratiegefährdende Diskursmacht radikaler Kräfte lässt sich nur mit digitaler Zivilcourage brechen.**

Die in der vorangegangenen These dargelegten Argumente laufen freilich nicht mit einem Plädoyer für ein allgemeines Schweigegebot zusammen. So wichtig es in gewissen Fällen ist, Inhalte bewusst zu ignorieren, so elementar ist es in anderen Fällen, die in vielen Portalen zu verzeichnende Passivität politisch gemäßiger Kräfte aufzulösen. Besonders eindrücklich hingewiesen hat darauf in jüngerer Zeit das *Institute for Strategic Dialogue* (ISD), ein auf die Analyse extremistischer Tendenzen im Internet spezialisierter Think Tank. 2018 legte das ISD im Rahmen einer empirischen Online-Untersuchung dar, wie rechtsextremistische Gruppierungen vorgehen, um ihre meist äußerst hassefüllten Botschaften über die sozialen Medien und andere Online-Portale zu verbreiten. Heraus kam dabei folgender Befund: Nur ein ausgesprochen kleiner, dafür aber kommunikativ hochaktiver Anteil von User\*innen sorgt vor allem auf Facebook für die massive Verbreitung von Hasskommentaren. So waren im von den Autor\*innen der Studie untersuchten Zeitraum (Februar 2017–Februar 2018) „[...] etwa 5% der an den mit Likes an Hateful Speech beteiligten Accounts [...] für ca. 50% aller Likes für Hateful-Speech-Kommentare [...] verantwortlich“, wobei „[d]as aktivste Prozent der Nutzer [...] gar 25% der Likes für Hateful-Speech-Kommentare [generierte]“ (Kreibel u.a. 2018: 12). Mit anderen Worten: „Eine kleine Gruppe hochaktiver Accounts dominiert [...] eine große Anzahl der Kom-

mentarspalten und interagiert positiv mit Hateful Speech“ (Kreißel u.a. 2018: 12). Doch damit noch nicht genug: Wie das Forschungsteam des ISD weiter ausführt, deutet vieles darauf hin, dass die von ihm in den Blick genommenen User\*innen nicht nur rechtsextremen Gruppierungen wie „Reconquista Germanica“ nahestehen, sondern ihr Kommunikationsverhalten im Rahmen von konzertierten Kampagnen aufs Engste miteinander abstimmen (vgl. Kreißel u.a. 2018: Kap. 2). Dies lässt darauf schließen, dass den rechtsextremen Aktivist\*innen bewusst ist, dass sich bereits mit relativ geringem Aufwand ausgesprochen große kommunikative Effekte erzielen lassen.

Zur Eindämmung solcher Strategien sind selbstverständlich die Betreiber entsprechender Plattformen sowie politische Regulierungsmaßnahmen gefragt. Aufgrund der bereits erwähnten Schwerfälligkeit beider Instanzen rückt die Relevanz eines User\*innen-basierten Engagements für die Sicherung einer demokratischen digitalen Kommunikationskultur allerdings einmal mehr in den Vordergrund. Denn wenn die Hoheit über das Diskursklima in den sozialen Medien nicht auch weiterhin exzellent vernetzten Minderheiten mit demokratiezersetzenden Absichten überlassen werden soll, lässt sich dies kurz- bis mittelfristig nur über eine signifikante Stärkung einer digitalen Zivilcourage erreichen. Vom enormen Wert von Initiativen wie *#ichbinhier* war in der obigen ersten These bereits die Rede – an dieser Stelle lässt sich in Bezug auf deren „Counterspeech“-Maßnahmen nun Folgendes hinzufügen: Entscheidend ist für die Idee der „Gegengrede“ nicht etwa die Hoffnung, die Urheber\*innen und Leser\*innen von hassefüllten, diskriminierenden, faktenwidrigen oder anderweitig bedenklichen Posts argumentativ überzeugen bzw. bekehren zu können; vielmehr geht es vor allem darum, demokratiezersetzenden Kräften nicht die Hoheit über jene Kommunikationsräume zu überlassen, die in der heutigen Zeit gerade für den politischen Diskurs von größter Wichtigkeit sind. Der besondere Wert von *#ichbinhier* und anderen, vergleichbaren Initiativen besteht mithin darin, genau dafür – sprich: den Widerwillen, demokratiegefährdenden Kräften das Diskursfeld zu überlassen – ein sichtbares Zeichen zu setzen.

## **8. These: Wer um die „Logik“ der sozialen Medien weiß, kann der Bildung von Filterblasen aktiv entgegenreten.**

Der Siegeszug der sozialen Medien ging bekanntlich mit einer enormen Fragmentierung der Medienlandschaft einher. Als zentraler Ort der Informationsgewinnung dienen nicht mehr nur die klassischen Leitmedien, sondern auch und vor allem die Newsfeeds in den sozialen Medien. Für den Prozess der politischen Meinungsbildung ist diese Entwicklung höchst problematisch. Denn wie inzwischen vielfach herausgestellt wurde, setzen die Algorithmen der führenden Social-Media-Plattformen gezielt auf den sogenannten „confirmation bias“, d.h. auf die von vielen Menschen an den Tag

gelegte Tendenz, speziell solchen Informationen Aufmerksamkeit zu schenken, die mit den eigenen Überzeugungen konform gehen (vgl. Suarez 2017: 158ff.; Jaster und Lanius 2019: 54ff.).

Dieses psychologische Phänomen ließ sich natürlich schon vor dem digitalen Zeitalter empirisch feststellen; in einer Zeit, in der politische Botschaften, Meinungen und Nachrichten vorwiegend über die algorithmisch kuratierten Newsfeeds der sozialen Medien zur Kenntnis genommen werden, sind die Tücken des „confirmation bias“ allerdings besonders bedenklich. Es kommt zur inzwischen vielfach beklagten Bildung von Filterblasen, in die nur diejenigen Inhalte Eingang finden, die bereits vorhandene Weltbilder und Sichtweisen zu bestätigen pflegen. Ein Prozess der politischen Meinungsbildung, der diesem Begriff gerecht wird, kann auf diese Weise unmöglich zustande kommen. Philosophisch betrachtet ließe sich sogar behaupten: Ein echter Prozess politischen Denkens wird so systematisch verhindert – jedenfalls dann, wenn man den Begriff des Denkens in Anlehnung an Charles Sanders Peirce und John Dewey im Sinne der Philosophie des Pragmatismus deutet (vgl. Peirce 1967; Dewey 1986). Denken findet dieser philosophischen Strömung zufolge nicht etwa schon dann statt, wenn uns irgendwelche Gedanken durch den Kopf gehen. Sondern dann, wenn wir mit etwas konfrontiert werden, das unsere vertrauten Überzeugungen in Frage stellt und uns dazu führt, diese kritisch zu prüfen und gegebenenfalls zu modifizieren. Man könnte auch sagen: Denken findet aus pragmatistischer Perspektive dann statt, wenn es etwas gibt, das uns buchstäblich zu denken gibt.

Es ist kein Zufall, dass die Philosophie des Pragmatismus seit jeher ein besonders enges Verhältnis zur Idee der Demokratie unterhält (vgl. Antić 2018). Die Demokratie ist für sie weit mehr als ein spezifisches politisches System – sie ist eine Form des politischen Zusammenlebens, die der unter anderem von Jürgen Habermas in Rekurs auf Peirce und Dewey weiterentwickelten Idee des kollektiven Rasonierens besonderes Gewicht verleiht (vgl. Habermas 1998). Für eine lebendige Demokratie ist es unerlässlich, echte Räume des Denkens zu schaffen. Solche Räume gibt es nur dort, wo sich ausreichend diskursive Reibungsflächen finden lassen. Und um solche Reibungsflächen zu schaffen und erfahrbar werden zu lassen, braucht es gesellschaftliche Diversität und Pluralismus. Beide Begriffe – Diversität und Pluralismus – sind aus pragmatistischer Sicht keine Werte an sich. Vielmehr liegt ihr besonderer Wert darin begründet, die für eine lebendige Demokratie so nötigen diskursiven Reibungsflächen sicherzustellen. Nur dort, wo es zum Kontakt mit Positionen kommt, die zur (selbst-)kritischen Prüfung vorhandener Überzeugungen anregen, kann über den Tellerrand des bereits Bekannten und Vertrauten hinausgeblickt werden. Eine politische Öffentlichkeit, die durch die Omnipräsenz sozialer Medien zunehmend fragmentiert wird und den „confirmation bias“ regelrecht kultiviert, reduziert das Spektrum diskursiver Reibungsflächen über kurz oder lang auf ein äußerstes Minimum. Nicht nur würde solch eine Öffentlichkeit auf lange Sicht keine nennenswerten Räume des Denkens mehr aufwei-

sen; auch würde sie aktiv auf ihre eigene Entpolitisierung hinarbeiten. Aus gutem Grund schreibt der Internetaktivist Jaron Lanier daher: „Social Media is Making Politics Impossible“ (Lanier 2018: 107).

Mit dieser Position widerspreche ich zu gewissen Teilen gängigen Demokratietheorien, wie sie zum Beispiel vom bereits erwähnten Jürgen Habermas vertreten werden. Obwohl Habermas' Überlegungen in vielerlei Hinsicht von der philosophischen Tradition des Pragmatismus geprägt sind, ist der Aspekt der Konsensbildung für ihn das wohl wichtigste Ziel eines demokratischen öffentlichen Diskurses. Nach meinem Dafürhalten ist die Sicherstellung von diskursiven Reibungsflächen für die Pflege einer demokratischen Kommunikationskultur jedoch weitaus entscheidender, zumal sie erheblich besser zu erläutern vermag, warum die Aspekte der Diversität und Pluralität für die Idee der Demokratie so elementar sind. Konsens ist im Rahmen von demokratischen Entscheidungs- und Meinungsbildungsprozessen sicherlich von großer Wichtigkeit; weitaus entscheidender scheint mir indes die vor dem Konsens ansetzende Komponente der diskursiven Reibung zu sein, ohne die es keinen Anlass dazu gäbe, etablierte Überzeugungen zu hinterfragen und in produktiver Auseinandersetzung mit den Wort- und Ideenbeiträgen anderer zu festigen bzw. zu modifizieren.

Was folgt daraus mit Blick auf die sozialen Medien? Nun, so lange die großen Techkonzerne an der Funktionsweise ihrer Algorithmen nichts Gravierendes ändern, bleibt den Nutzer\*innen ihrer Angebote neben der (in vielen Fällen sicherlich recht unrealistischen) Option des konsequenten Ausstiegs aus der Welt der sozialen Medien offenbar nur folgende Alternative: deren „Logik“ bewusst gegen sie zu verwenden. Wer weiß, dass die Struktur sozialer Medien im Wesentlichen darauf hinwirken soll, User\*innen durch die Konfrontation mit Inhalten, auf die tendenziell mit Zustimmung reagiert wird, zu einer möglichst langen und aktiven Nutzung ihrer Angebote zu bewegen, kann dem zum Beispiel dadurch aktiv entgegenwirken, indem gezielt gerade auch solche Inhalte frequentiert werden, die von den eigenen persönlichen Präferenzen abweichen (vgl. Lanier 2018). Wer sich nicht damit begnügt, weiterhin nur diejenigen Inhalte zur Kenntnis zu nehmen, die in den Chroniken des eigenen Social-Media-Accounts auf der Basis bisheriger Rezeptionsvorlieben „vorgeschlagen“ werden, hinterlässt auf Facebook, Twitter & Co. freilich immer noch reichlich Datenspuren; gleichwohl haben die Algorithmen, auf deren Berechnungen derlei „Vorschläge“ basieren, nunmehr nicht mehr ganz so leichtes Spiel, wenn es darum geht, die persönlichen Vorlieben passgenau zu kategorisieren. Die Wahrscheinlichkeit, im kontinuierlichen Strom ständig aktualisierter Timelines auf Inhalte zu stoßen, die im beschriebenen Sinne zu denken geben, würde somit steigen – und die Gefahr, sich immer weiter in personalisierten Filterblasen zu verlieren, sinken.

Um etwaigen Missverständnissen vorzubeugen: Dies ist kein Plädoyer dafür, regelmäßig auch solche Websites und Social-Media-Accounts zu konsultieren, die von extremistischen Kräften, Verschwörungstheoretiker\*innen

oder populistischen Gruppierungen betrieben werden. Es schadet allerdings sicherlich nicht, auch solche Online-Angebote zu beachten, die die eigenen Ansichten und Überzeugungen nicht immer schon bestätigen.

### **9. These: Das digitale Zeitalter stellt für die Idee der Aufklärung nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine Chance dar.**

Was meiner achten These zugrunde liegt, ist im Kern nichts anderes als die kantische Idee der Aufklärung. Wer bewusst nicht einfach nur diejenigen Inhalte zur Kenntnis nimmt, die durch die Algorithmen der sozialen Medien vorselektiert worden sind, und stattdessen selbst aktiv nach Informationen sucht, die im Einzelnen das Potenzial haben können, die Tücken des „confirmation bias“ zu umgehen, erfüllt damit vielleicht nicht schon auf Anhieb das Ideal der Aufklärung – ein erster Schritt in Richtung eines mündigen Mediengebrauchs ist damit aber zweifellos getan. Es mag durchaus sein, dass eine Person, die sich blind auf die Güte algorithmisch vorsortierter Inhalte verlässt, ausgesprochen gut informiert auf die Welt zu blicken vermag – mit einem mündigen Mediengebrauch hat das Wegdelegieren der Informationsbeschaffung, -sortierung und -bewertung allerdings kaum etwas gemein.

Vor diesem Hintergrund erklärt sich auch, worin das eigentliche Problem des gegebenen Zustands der sozialen Medien besteht, nämlich in der regelrechten Kultivierung einer durch und durch unmündigen Mediennutzung. Die durch die sozialen Medien forcierte Entpolitisierung des öffentlichen Diskurses hat hier ihre wohl tiefste Wurzel. Erinnerung sei an dieser Stelle daran, dass die „Ursache“ der Unmündigkeit für Kant in der „Faulheit und Feigheit“, sich seines Verstandes „ohne Leitung eines andern“ zu bedienen, begründet liegt (Kant 2017: 7). Mit Blick auf die beschriebene Funktionslogik der sozialen Medien lässt sich konstatieren, dass es in der heutigen Zeit vor allem eine algorithmengestützte Bequemlichkeit ist, die die Saat einer „selbstverschuldeten Unmündigkeit“ zu legen pflegt. Es darf freilich kein Zweifel daran liegen, dass neben der Politik nicht zuletzt die Betreiber sozialer Medien in der Verantwortung stehen, daran etwas zu ändern. Aber auch die ganz ‚gewöhnlichen‘ Nutzer\*innen von Facebook, Twitter & Co. sind durchaus schon jetzt dazu in der Lage, ihren Beitrag für die Sicherung einer digitalen Kommunikationskultur zu leisten, die sich dem Geist der Aufklärung verpflichtet fühlt.

### **10. These: Die Struktur der sozialen Medien ist alles andere als alternativlos.**

Abschließend möchte ich auf einen Punkt zu sprechen kommen, der in den vorangegangenen Ausführungen bereits enthalten war und hinter dem weniger eine These denn eine Tatsache steht: Der *Status quo* der sozia-

len Medien ist kein Naturgesetz, sondern prinzipiell veränderbar. Er ist das Ergebnis bewusster Unternehmensentscheidungen, die in betriebswirtschaftlicher Hinsicht schlüssig erscheinen mögen, in sozialer, politischer und ethischer Hinsicht jedoch kritisch zu hinterfragen sind. Es überrascht nicht, dass die CEOs der führenden Social-Media-Plattformen geradezu mustergültig in Barthes'scher Manier an einem „Mythos des Alltags“ (vgl. Barthes 2010) arbeiten, wonach die kommunikative Infrastruktur ihrer Portale intrinsisch nicht zu beanstanden und letztlich alternativlos sei. Wie jede soziale Struktur ist die der sozialen Medien aber kontingent. Eine Welt, in der soziale Medien Räume des Denkens bereitstellen und damit zu Orten werden, in denen der Prozess der politischen Meinungsbildung aktiv gefördert wird, ist mitnichten utopisch, sondern tatsächlich möglich. Schon jetzt können die User\*innen mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln wenigstens ein Stück weit darauf hinwirken. Dass diese Mittel insgesamt recht bescheiden sind, steht außer Frage. Dennoch zeigen sie auf, dass es auch innerhalb der jetzigen Strukturen sozialer Mediendienste Möglichkeiten der subversiven Informationsbeschaffung und Kommunikation gibt.

Die Notwendigkeit, den Zustand unserer gegenwärtigen digitalen Kommunikationskultur politisch zu regulieren, wird dadurch natürlich nicht aufgehoben. Auch entlastet der in diesem Thesenpapier vorgenommene Fokus auf die Instanz der User\*innen die Betreiber sozialer Medien nicht von ihrer Verantwortung für die Förderung und Erhaltung einer demokratischen digitalen Kommunikationskultur. Ein Wandel, der primär ‚von oben‘ kommt, lässt jedoch, wie geschildert, für gewöhnlich recht lange auf sich warten – zumal er nicht selten erst dann einsetzt, wenn der Druck ‚von unten‘ ein Niveau erreicht, das sich kaum mehr ignorieren lässt. Nicht von ungefähr wies der Medienethiker Rüdiger Funiok der „kritischen Öffentlichkeit“ (Funiok 2002: 46) eine elementare medienethische Funktion zu: In einer Mediengesellschaft reicht es nicht aus, alleine auf die (Selbst-)Kontrollinstanzen der maßgebenden Institutionen und Unternehmen zu setzen; auch die vermeintlich ‚einfachen‘ Nutzer\*innen gängiger Medienangebote nehmen mit ihrem Tun und Unterlassen Einfluss auf Gestalt und Klima der sie umgebenden Medienwelt. Diese Macht und die damit verbundene Verantwortung gilt es kollektiv ins Bewusstsein zu rufen.

## Anmerkungen

- 1 Diesen Eindruck vermittelt zum Beispiel Christian Schichas explizit als Einführungswerk beworbenes Buch *Medienethik* von 2019 (vgl. Schicha 2019). Digitale Kommunikationspraktiken spielen darin selbstredend eine große Rolle. Dass nicht mehr nur die klassischen Massenmedien als zentrale Verantwortungsinstanzen gelten können, sondern gerade auch ‚gewöhnliche‘ Medienprosumer\*innen im Fokus medienethischer Reflexionen stehen sollten, bleibt in dieser Arbeit allerdings überraschend stark unterbelichtet.

- 2 Auf der Website des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest stehen die JIM-Studien der letzten Jahre zum Download bereit: <https://www.mpfs.de/studien/> [Letzter Zugriff am 11.12.2020].
- 3 Im erwähnten Einführungswerk von Christian Schicha findet sich erfreulicherweise ein eigenes Kapitel zur Bildethik (Schicha 2019: Kap. 6). Behandelt wird darin in traditionell kommunikationswissenschaftlicher Manier das Problem der Bildmanipulation sowie die Frage nach der moralischen Legitimität der Veröffentlichung von Totenbildern in den klassischen Massenmedien. Unberücksichtigt bleibt dabei indes, dass die User\*innen-betriebene Produktion, Rezeption und Zirkulation von digitalen Bildern insbesondere über die sozialen Medien für das Themenfeld der Bildethik mindestens ebenso relevant ist.

## Literatur

- Antić, Andreas (2018). *Digitale Öffentlichkeiten und intelligente Kooperation. Zur Aktualität des demokratischen Experimentalismus von John Dewey*. Potsdam: Universitätsverlag Potsdam.
- Bank, Stefan von der (2013). Medienethik durch Medienkompetenz? Über den Zusammenhang von Medienkompetenz und (medien-)ethischem Lernen. *Communicatio Socialis* 46, 3–4, 324–332.
- Barthes, Roland (2010). *Mythen des Alltags*. Vollständige Ausgabe, aus dem Französischen von Horst Brühmann. Berlin: Suhrkamp.
- Brecht, Bertolt (2004). Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks (1932). In: Claus Pias u.a. (eds.). *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. 5. Auflage, Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 259–263.
- Buck-Morss, Susan (2009). Obama and the Image. *Culture, Theory & Critique* 50, 2–3, 145–164, DOI: 10.1080/14735780903240109.
- Dewey, John (1986). How We Think. In: *The Collected Works of John Dewey. The Later Works, Vol. 8*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Funiok, Rüdiger (2011). *Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft*. 2., aktualisierte und überarbeitete Edition. Stuttgart: Kohlhammer.
- Grimm, Petra, Tobias O. Keber und Oliver Zöllner (eds.) (2019). *Digitale Ethik. Leben in vernetzten Welten*. Ditzingen: Reclam.
- Habermas, Jürgen (1998). *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Halawa-Sarholz, Mark (2018). Prekäre Sichtbarkeit und skopische Gewalt. Überlegungen zu Ethik und Ethos der Bildpraxis im Ausgang von Lambert Wiesing und Judith Butler. In: Philipp Stoellger und Martina Kumlehn (eds.). *Bildmacht/Machtbild. Deutungsmacht des Bildes: Wie Bilder glauben machen*. Würzburg: Königshausen & Neumann, 447–467.
- Hentschel, Linda (2020). *Schauen und Strafen nach 9/11*. Band 1. Berlin: Kadmos.
- Hermida, Martin (2017). *Wie Heranwachsende zu Internetnutzern werden. Persönlichkeit, Eltern und Umwelt als Einflussfaktoren auf Chancen, Risiken und Kompetenzen*. Wiesbaden: Springer.

- Jaster, Romy und David Lanius (2019). *Die Wahrheit schafft sich ab. Wie Fake News Politik machen*. 3. Auflage, Ditzingen: Reclam.
- Kant, Immanuel (2017). Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung? (1784). In: Immanuel Kant: *Denken wagen. Der Weg aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit*. Stuttgart: Reclam, 7–16.
- Klonk, Charlotte (2017). *Terror. Wenn Bilder zu Waffen werden*. Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Krause, Wolfgang (2017). Förderung der Medienkompetenz von Studierenden, Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen durch journalistische und crossmediale Ausbildung bei uniCROSS. URL: <https://freidok.uni-freiburg.de/fedora/objects/freidok:12976/datastreams/FILE1/content> [Letzter Zugriff am 11.12.2020].
- Lanier, Jaron (2018). *Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now*. London: The Bodley Head.
- Ley, Hannes und Carsten Görig (2018). *#ichbinhier. Zusammen gegen Fake News und Hass im Netz*. Köln: DuMont.
- Peirce, Charles S. (1967). Die Festlegung einer Überzeugung. In: *Schriften I: Zur Entstehung des Pragmatismus*. Mit einer Einführung von Karl-Otto Apel. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 293–325.
- Schicha, Christian (2019). *Medienethik. Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen*. München: UVK Verlag.
- Schicha, Christian und Carsten Brosda (eds.) (2010). *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Spiekermann, Sarah (2019). *Digitale Ethik. Ein Wertesystem für das 20. Jahrhundert*. München: Drömer.
- Suarez, Daniel (2017). Wie die Technik unser Denken verändert: Unser Geist in den sozialen Medien. In: Jakob Augstein (ed.). *Reclaim Autonomy. Selbstermächtigung in der digitalen Weltordnung*. Berlin: Suhrkamp, 155–165.
- Unger, Alexander (2012). Die Kultur des Teilens im digitalen Zeitalter. In: Wolfgang Stützli u.a. (eds.). *Medien – Wissen – Bildung: Kulturen und Ethiken des Teilens*. Innsbruck: Innsbruck University Press, 131–146, URL: <https://books.openedition.org/iup/1483> [Letzter Zugriff am 15.12.2020].

Dr. Mark Halawa-Sarholz  
Humboldt-Universität zu Berlin  
Arbeitskreis „Text und Textlichkeit“  
Hausvogteiplatz 5-7  
D-10117 Berlin  
E-Mail: [halawama@hu-berlin.de](mailto:halawama@hu-berlin.de)