

ZPTh

Zeitschrift
für Pastoraltheologie

#OMG! 1ELF!

Pastoraltheologie im Zeitalter digitaler Transformation
(Kongress in Leitershofen 2017)

Ein Strukturwandel zur digitalen Öffentlichkeit?

Fragen danach, was digitale bzw. soziale Medien oder wahlweise auch gleich „das Internet“, „Digitalität“ oder „Smartphones“¹ als pars pro toto an unserer Wahrnehmung, unseren Beziehungen und unserem Selbstbild verändern, setzen oftmals die Frage nach einem gesellschaftlichen Wandel durch die Vorzeichen der Digitalität implizit voraus. Diese Beobachtung erscheint insofern wichtig, als auf ihrer Grundlage leichter unterschieden werden kann, welche anzuführenden Phänomene nun tatsächlich Veränderungen sind, die durch den digitalen Wandel hervorgerufen werden, und welche anderen Erscheinungen sich in der ganzen Medienlandschaft davon unabhängig vollziehenden Transformationen bzw. sonstigen Weiterentwicklungen unserer alltäglichen Kommunikationskultur zuzuschreiben sind. Doch warum lohnt es sich, diese Differenzierung gleich zu Beginn einzuführen? Die basale Unterscheidung dient schlicht zur Bemühung dieser These: „Dieses Internet“ ist nicht an allem schuld!

Es ist prinzipiell nicht falsch zu sagen, dass die Kommunikation in digitalen Medien und sozialen Netzwerken von Schnelligkeit und Informationsdichte geprägt ist, und es ist davor zu warnen, dass sich die Entstehungsbedingungen dieser Kommunikation via firmeneigenen Algorithmen öffentlicher Kontrolle und vor allem dem Bewusstsein der Kommunizierenden entziehen. Echo-Kammer-Effekte und der confirmation bias führen zu Selbstbestätigung und Zirkeln, die mit Hermeneutik wenig zu tun haben. Kommunikation erscheint emotionalisierter, weil auf diese Weise mehr Menschen schneller erreicht werden können und eine manchmal gebotene Affektkontrolle nicht mehr zwangsläufig Element des Kommunikationsgeschehens ist.

Überhaupt scheint an manchen Stellen das Axiom der Optimierung hinsichtlich einer größtmöglichen Reichweite und Nutzer*innenzahl das der Relevanz und Wahrheitsfindung zu überdecken; Clickbait – die Priorisierung von Titel und Bildern, welche mehr Aufmerksamkeit erzeugen – dominiert (bild-)redaktionelle Entscheidungen. Wir werden unterhalten statt informiert – und dies nicht unbedingt aus bösem Willen, sondern weil wir es aus der Perspektive der Algorithmen eben durchaus zu wollen scheinen. Informationen sind allzeit für jede*n abrufbar; bislang verdrängte oder nicht wahrgenommene Komplexität wird plötzlich sichtbar und eindrücklich. Ambiguitätstoleranz und Kritikfähigkeit sind nicht mehr hehre Forderungen aus verstaubten Tugendkatalogen sondern alltagsrelevant.

¹ Mit dieser Reihung ist auf keinen Fall eine Gleichstellung von allen Genannten gemeint, sondern wird darauf angespielt, dass diese Art von Frage schon häufig mit jeweils anderem Subjekt gestellt wurde.

Netzwerke wie Twitter forcieren eine Verkürzung von Sachverhalten auf 280 Zeichen (oder einen Thread, eine Abfolge von mehreren Tweets). Zur selben Zeit bleibt es dennoch wichtig im Blick zu behalten, dass das, was wir konsumieren, nicht schon das Gros der existierenden Neuigkeiten abbildet. Ja, wir nehmen durch die digitalen Medien viele Infos wahr, nichtsdestotrotz sind das nicht alle; ihre schiere Masse allein ist kaum mehr adäquat vorstellbar: Wäre Kants „gestirnter Himmel über mir“ im Jahr 2018 vielleicht eine Metapher über das Faszinosum eines stetigen „Rauschen des Netzes“ geworden?

Und dennoch: Viele dieser Tendenzen sind nicht erst durch das Internet und die Digitalisierung unserer Kommunikation in die Welt gekommen. So berichten beispielsweise auch Zeitungen nicht über alles; aber im besten Fall ist mir die Tatsache bewusst, dass ich beim Aufschlagen der Frankfurter Allgemeinen Zeitung sicherlich zumeist nicht die Meinung von taz-Redakteur*innen vorfinde, sondern eben mit einem zwar selbst gewählten, aber immer auch selektiven Ausschnitt und einer bestimmten, prononcierten Perspektive auf das Weltgeschehen konfrontiert bin – nicht zuletzt ist dies ja wahrscheinlich auch genau einer der Gründe, warum ich mich für die FAZ und nicht die Süddeutsche entschieden habe. Auch Kommunikations-Phänomene wie der confirmation bias existieren nicht erst seit Facebook und Co: Die so benannte Beobachtung, dass wir in einer Diskussion den jeweils stärksten Argumenten der eigenen Seite und den schwächsten Argumenten der gegnerischen Seite am meisten Aufmerksamkeit zuteilwerden lassen, hat kein Mark Zuckerberg als erster Mensch getätigt. *Audiat et altera pars*, das Bedenken ungewollter Gegenmeinungen, scheint schon den sentenzprägenden Römer*innen oftmals zu kurz gekommen zu sein. Im Gegenteil, dieser Appell ist immer wieder vonnöten; am Stammtisch genauso wie in jeder professionellen Debatte, etwa im Bundestag. Es ist somit nicht verwunderlich, dass dieser unserem Denken scheinbar inhärente Bestätigungsfehler eben auch in digital geführten Diskussionen greift und unsere Wahrnehmung beeinflusst. Hier fällt er jedoch auf besonders fruchtbaren Boden und prägt zusammen mit einer erhöhten Schnelligkeit, der Tendenz zur Komplexitätsverkürzung, algorithmisch gestützten Filterbubble-Effekten, welche durch eine algorithmisch vorsortierte und auf individuelles Nutzer*innenverhalten zugeschnittene Auswahl das Angezeigte filtern und anderen Faktoren die Debattenkultur. Sämtliche genannten Besonderheiten finden sich vergleichbar auch im analogen Leben, bekommen als Probleme des öffentlichen Diskurses allerdings vor allem in den sozialen Medien eine Bedeutung.

Wichtig ist die Erkenntnis, dass Digitalität die Rahmenbedingungen unseres Lebens zwar modifiziert, aber nicht gänzlich umstößt. Durch ihren digitalen Charakter werden bestimmte Aspekte unserer Kommunikation hinzugefügt, andere abgeschwächt und viele verändert. Gleichzeitig kann man den digitalen Medien indes eben nicht grundsätzlich anlasten, was in ihnen geschieht oder wozu sie von den User*innen genutzt werden. Die Begrifflichkeit täuscht: Netzwerke, Plattformen und Medien sind weder a priori sozial noch asozial. Vielmehr bieten sie bestimmte Grundlagen, die es zu gestal-

ten, zu formen und zu nutzen gilt. Ja, digitale Medien haben Einfluss auf unsere Wahrnehmung, unsere Beziehungen, unser Selbstbild. Dies gilt aber allein bereits deshalb, weil wir nicht in einem luftleeren Raum leben. Unsere Wahrnehmung, unsere Beziehungen und unser Selbstbild sind stets durch unsere Umwelt geprägt. Diese Prägekraft entfalten unsere Mitmenschen, die „klassischen Medien“, unsere persönlichen Interessen und Vorlieben etc. gleichermaßen. Sie alle können dementsprechend ebenso Einfluss auf die Art und Weise haben, wie öffentlich debattiert werden kann.

Spannend ist allerdings der Punkt, an dem der Einfluss der digitalen Medien keine Verschiebung etwa unserer Selbstwahrnehmung bedingt oder Probleme sich neu manifestieren, sondern an dem digitale Medien einen strukturellen gesellschaftlichen Wandel mit sich bringen – als neuer Aspekt gesellschaftlichen Seins. Sascha Lobo, Spiegel Online-Kolumnist, Twitter-Debattenkönig und in manchen Kreisen auch so etwas wie ein Prophet der digitalen Medien, bringt es auf den Punkt, wenn er sagt, was den wesentlichen Innovationscharakter des Internets und damit der sozialen Medien auszeichnet: „Und zwar genau durch die Vernetzung, dass Menschen untereinander interagieren. Und diese soziale gegenseitige Bestätigung [...] ist eben viel mehr als nur ein Informationskanal. [...] Das Internet ist nicht ein weiterer Kanal, ein weiteres Medium, mit einer weiteren Veröffentlichung. Das Internet ist etwas strukturell Neues, vor allem dadurch, dass eine neue Form der Öffentlichkeit entsteht.“² Im Anschluss an Habermas kann an dieser Stelle durchaus ein neuerlicher Strukturwandel diagnostiziert werden, wandelt sich doch die Art, wie „kollektive Selbstverständigung“ stattfinden kann.³ Es bildet sich eine Öffentlichkeit, die neue Möglichkeiten bietet, um schneller, ungefilterter und unmittelbarer zu teilen, zu diskutieren, zu kommentieren. Eine Öffentlichkeit, welche die klassischen Gatekeeper des Agendasettings), die die Themen auf die „Tagesordnung der gesellschaftlichen Öffentlichkeit“ setzen können aushebelt und mit ihnen die Einstimmigkeit über die Grenzen des Sagbaren infrage stellt. Und ja, davon ausgehend gibt es auch weitere Folgen, die in unsere Kultur und Gesellschaft hineinstrahlen. Folgen, die etwa Auswirkungen darauf haben, wie wir gesellschaftliche Öffentlichkeit und uns als Teil davon wahrnehmen.

Twitter als soziales Netzwerk etwa kann dafür sorgen, dass ich in einer vorher nicht dagewesen Dichte und Schnelligkeit neue Informationen zu verschiedensten Themen gleichzeitig auf meinen Screen bekomme. Zugleich kann ich aber auch mithilfe einer in Hashtags gebündelten Debattenkultur Input aus der ganzen Welt zu einer ganz spezifischen Frage abrufen. Auf Instagram mag ich durchaus Eindrücke bekommen, die mir ein überkritisches Körper- oder Selbstbild vermitteln, wenn ich mich durch die kura-

² Sascha Lobo, Der Debatten-Podcast. Soziale Medien. Nicht einmal Facebook versteht Facebook. 01:01:48 f. Online verfügbar unter: <http://go.wwu.de/mxmj8> (abgerufen am 1.12.2018.).

³ Vgl. Patrizia Nanz, Öffentlichkeit, in: Hauke Brunkhorst u.a. (Hg.), Habermas-Handbuch, Stuttgart 2009, 358.

tierten, zumeist bearbeiteten Highlights der Leben anderer durchscrollte, die eigentlich einen „Für dieses gepostete Bild wurden 100 andere aufgenommen und gelöscht“-Disclaimer bräuchten, um sie in ein kritisches Verhältnis zu sich selbst zu setzen. Gleichzeitig ermöglicht die Plattform es aber beispielsweise NGOs durch eine emotionale Bildsprache politische Forderungen und humanitäre Anliegen leichter zu kommunizieren. Und auf Facebook verliert man sich einerseits zwar leicht von einem unqualifizierten Kommentar ausgehend im Morast an Beleidigungen und Hate Speech, die schnell über eine einzelne Person hereinbrechen können. Andererseits kann ich Betroffenen auf der ganzen Welt solidarisch zur Seite stehen. Entsprechende Beispiele finden sich bei #ichbinhier und #hopespeech. Die Art und Weise, wie wir uns selbst, andere und die öffentliche Kommunikation in den und durch die digitalen Medien erleben, ist von den verschiedensten Faktoren abhängig und vor allem eines: nicht immer gleich.

Wessen bedarf es also? Wissen um das Phänomen, die nötigen Differenzierungen, einen steten Dialog über unterschiedliche Erfahrungen und eine konstruktive Auseinandersetzung über die Art der Öffentlichkeit, die online stattfinden soll, sowie eine Idee davon, wie wir sie gestalten wollen. Was es nicht braucht? Pauschalisierung, Ver-teufelung, undifferenzierte Kritik. Eine Rede über digitale Medien als dystopische Untergangsbinger und das Skizzieren einer jungen, medienabhängigen Generation, welche mit dieser düsteren Zukunft nicht mehr zurechtkommen wird, wie es etwa der Artikel „Die entrückte Jugend“ im ZEITMagazin wie folgt unternimmt: „Heute dringt statt Punkrock nur noch digitales Flackern aus den Kinderzimmern.“⁴ Kurz: Kulturpes-simismus. Ob sich Eltern in den 1970er-Jahren über das ständige Bildschirmleuchten wohl weniger echauffiert hätten als über indizierte Punk-Texte? Tiefgreifende Wand-lungsprozesse unserer Kommunikation sind freilich nicht schicksalhaft hinzunehmen, sondern zu gestalten; sich ihnen vermeintlich prinzipientreu zu verweigern, kann aber kaum eine Lösung sein.

Manchmal scheint es, als würde an der Art und Weise des Diskurses über digitale Me-dien genau das deutlich, was dieser beklagt: Es gibt eine neue Form der Öffentlichkeit. Das bedeutet, dass alle, die Lust, Zeit und vor allem (ausreichend) Internet haben, in digitalen Medien ihrer Wahl an der Debatte über diese teilhaben können. Sie können Factchecking betreiben, mit Menschen auf der ganzen Welt in Kontakt treten und die-sen leichter und schneller halten. Und ein Artikel wie der zitierte muss kein verhallen-des Statement sein, welches eine thematische Debatte mit dem letzten gesetzten Punkt schon wieder beendet, bevor sie wirklich zustande kam, sondern kann vielmehr seinem Potenzial gerecht werden, eine Diskussion – in der Kommentarspalte und dar-über hinaus – anzustoßen und damit seinen Beitrag an einer steten, unabgeschlosse-

⁴ Diana Weis, Pubertät. Die entrückte Jugend. Online verfügbar unter: <http://go.wwu.de/1rilg> (abgerufen am 01.12.2018).

nen Suche und einem Ringen um richtige Antworten zu leisten, das im Idealfall in einer dialogischen, öffentlichen Debatte stattfindet.

Das bedeutet aber auch, dass jede*r Profi sein darf, wenn sie*er sich zu Fragen der digitalen Medien äußert. Digital wie analog. Jede*r kann eine Nische finden, in der Gleichgesinnte bereits den Stammtisch eingedeckt haben. Jede*r darf ihre*seine eigene Meinung ungefiltert in die Welt hinaustwittern. Auf Youtube gibt es Videos über die Gefahren der digitalen Medien. Doch statt sich bereitwillig durch die von der Video-Plattform vorgeschlagenen Videos zu immer krasserem Themen zu klicken, könnte man sich auch Gedanken dazu machen, ob es nicht sinnvoller wäre, das Internet bei dieser Recherche selbstbestimmter zu nutzen. Man könnte zum Beispiel einen frei zugänglichen Artikel über die Möglichkeiten der Demokratisierung von öffentlichen Debatten auf Facebook teilen und diskutieren (und sich dabei über die Vorteile von Open Source freuen). Und nicht wie die ZEIT darüber schimpfen, was die digitalen Medien mit „unserer Jugend“ anstellen,⁵ sondern wahrnehmen, welche zukünftige Kompetenzen Digital Natives – die Generation derer, die mit digitalen Werkzeugen aufgewachsen sind – bereits erwerben können, und produktiv darüber nachdenken, inwiefern gemeinsam um eine angemessene, konstruktiv medienkritische Auseinandersetzung gerungen werden kann – für eine solche könnte man die digitalen Medien übrigens auch nutzen.

Man sollte um die Risiken digitaler Kommunikation und Informationen wissen, im Anschluss daran aber konstruktiv nach Wegen suchen, diese einzuhegen. So will beispielsweise der Online-Dienst PIQD Filterblasen bewusst aufbrechen, indem eine Vielzahl von Journalist*innen Inhalte einer großen Menge von Online-Medien empfiehlt und so gänzlich Unbekanntes, das sonst wohl nicht den Weg in die eigene Timeline gefunden hätte, täglich per E-Mail frei Haus liefert. Zugleich bietet das Internet bisher ungeahnte Chancen der Kommunikation, teilweise schlicht deshalb, weil es das einzige Medium ist, das uns so eindrücklich mit dem Schicksal, den Freuden und Ängsten anderer Menschen konfrontiert: Auf kiva.org durch eine NGO vermittelte Mikrokredite zu gewähren, die im besten Fall benachteiligten Menschen eine Existenzgründung oder -sicherung ermöglichen, wäre ohne die kommunikativen Potenziale des Internets und digitales Storytelling niemals möglich gewesen. Sicherlich sind auch diese beiden Dienste nicht perfekt; auch sie verfolgen selbstverständlich eine spezifische Agenda – und doch leisten sie einen ersten Beitrag zu dem, was man unter einer *verantworteten digitalen Kommunikation* verstehen könnte.

Ausgehend davon ist es wohl die wichtigste Erkenntnis, dass die digitalen Medien primär ein neues Setting für die öffentliche Kommunikation schaffen. Und darauf aufbauend haben wir die Möglichkeit, anders an dieser zu partizipieren und können sie anders wahrnehmen. Wir können auf eine neue, schnelle, direktere und öffentlichere

⁵ Vgl. Weis, Pubertät (s. Anm. 4).

Art und Weise interagieren und uns selbst und unsere Gegenüber so immer wieder neu entdecken. Manchmal ist dies mühsam und bisweilen fordernd – spannend ist es aber alle Male.

Mag. theol. Jonatan Burger
Katholische Akademie des Bistums Dresden-Meißen
Nonnenmühlgasse 2
04107 Leipzig
burger@ka-dd.de
jonatan.burger@y-nachten.de
ka-dd.de

Mag. theol. Hannah Ringel
Katholische Erwachsenenbildung im Bistum Limburg
Haus am Dom
Domplatz 3
60311 Frankfurt am Main
h.ringel@bistumlimburg.de
hannah.ringel@y-nachten.de

Beide Autor*innen sind Redakteur*innen des Theologie-Blogs www.y-nachten.de.