Ethik-Evangelisch
Eine Initiative des Netzwerks Ethik in der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern und der Lehrstühle für Evangelische Ethik an den bayerischen Universitäten

Publikums- und Nutzer*innenethik

Autor

Prof. Dr. Rüdiger Funiok SJ



Die Publikums- und Nutzer*innenethik widmet sich den Phänomenen der Rezeption und Produktion medialer Inhalten, die in der Interaktion mit verschiedenen medialen Formaten auftreten. Sie fragt sowohl nach den Kommunikationsprozessen zwischen Individuum und Medium als auch zwischen einzelnen Akteuren, die in immer differenzierteren und komplexeren medialen Kontexten aufeinandertreffen. Die Publikumsethik setzt dabei bei der digitalen Verantwortung an, an der neben einzelnen Nutzer*innen auch die Plattformen und Unternehmen sowie die Gesamtgesellschaft selbst mittragen.

Nutzer*innen tragen Verantwortung und erwarten Unterstützung

Medien transportieren als etwas "Vermittelndes" unsere oder die Mitteilungen anderer. Neben den natürlichen Medien der Gestik und Sprache tun dies seit 3.000 Jahren das künstliche Medium Schrift, seit 500 Jahren das technische Medium Buchdruck, seit Beginn des 20. Jahrhunderts dann in schneller Folge die weiteren technischen Medien: Film, Radio, Fernsehen und schließlich das Internet. Die Tatsache, dass sie unseren Alltag immer stärker durchdringen sowie Wirtschaft und Politik beeinflussen, ja die informationelle Infrastruktur

einer globalisierten Welt bilden, macht eine Auseinandersetzung mit ihnen dringlich.
Eine Form dieser Auseinandersetzung ist die Frage, was in der medienvermittelten Kommunikation als erlaubt, was als geboten und was als verboten gelten soll. Die Medienethik versucht darauf Antworten zu finden und geht dabei von den Akteur*innen in dieser Kommunikationsform aus: von den Produzent*innen der Texte, Töne und Bilder (Journalist*innen, Autor*innen), den sie verbreitenden Organisationen (Medienhäusern, Betreiber*innen von Internetportalen), der sie regulierenden Politik (Medienordnung und -recht) und schließlich dem Publikum, das sich die Mitteilungen aneignet.
Die Publikumsethik verlangte früher lediglich von den Rezipient*innen, dass sie eine bedürfnisorientierte und bewusste Auswahl aus dem von Anderen erstellten Medienangebot treffen. Aktiv konnten die Rezipient*innen lediglich werden, indem sie Rückmeldungen an die Sender*innen schrieben. Heute bedeutet das Hochladen und Weiterleiten von Bildern, Tönen, Texten durch die Nutzer*innen ein Publizieren. So privat man die Mitteilungen im sozialen Netzwerk auch empfinden mag - die Posts sind weltweit wahrnehmbar und bleibend im Netz vorhanden. Man wechselt unweigerlich aus der vertrauten (und geschützten) Rezipient*innenrolle in die neue der Autor*innenschaft.
Jürgen Habermas sieht darin einen neuen Strukturwandel der medienvermittelten Öffentlichkeit: "Der Buchdruck hat alle Nutzer zu potenziellen Lesern gemacht, auch wenn es noch drei bis vier Jahrhunderte gedauert hat, bis im Prinzip alle lesen konnten. Nun haben die sogenannten »neuen Medien« alle Nutzer zu potenziellen Autoren gemacht – und wie die Nutzer der Presse erst lesen lernen mussten, muss auch die Nutzung des neuen Mediums gelernt werden. Das wird vergleichsweise sehr viel schneller gehen, aber wer weiß, wie lange es dauern wird." (Habermas 2020, 27; Hervorhebungen im Original)
Zu diesem gesellschaftlichen Lernprozess will oder muss die Nutzerethik ihren Beitrag leisten, indem sie an digitale Aktivitäten Qualitätsansprüche formuliert. Das sind zum einen alltagsmoralische Ansprüche an eine sozialverträglichen Interaktion (Anerkennung des*der Anderen und seiner*ihrer Mitteilung, Unterlassen von Beleidigungen, Hasskommentaren und verbaler Gewalt); eigentlich gelten für die zu Autor*innen gewordenen Nutzer*innen aber auch Ansprüche, wie sie die Gesellschaft den Journalist*innen gegenüber entwickelt hat: Nennung des*der Absenders*Absenderin ("Verantwortlicher im Sinne des Pressegesetzes"), Wahrheitspflicht, Angabe der verwendeten Quellen, keine Diskriminierung ethnischer, religiöser oder nationaler Gruppen. Von dieser Semi-Professionalität sind die meisten

Nutzer*innen des Netzes freilich noch weit entfernt. Aber eines ist klar: Die schöne neue Medienwelt bringt nicht nur Spaß und die Erweiterung von Kommunikation. Sie schließt auch einen Zuwachs an Verantwortung mit ein. Die digitale Nutzerethik braucht digitale Verantwortung. Und nur eine ausreichende digitale Bildung gewährleistet ausreichend Schutz und ermöglicht digitale Souveränität.

Mit ethischer Verantwortung wird in der heutigen Umgangssprache jene Dimension menschlichen Handelns angesprochen, die man früher mit Sittlichkeit oder Moral bezeichnete. Um diese Dimension zu strukturieren, hat sich die Frage bewährt: Wer (Verantwortungssubjekt) ist verantwortlich wofür (Handlung), wem gegenüber (Betroffene), wovor (Instanz) und weswegen (Begründung)? Das erste Frageelement betrifft die Träger*innen von Verantwortung; das können Individuen sein (die rezipierenden oder nutzenden Personen), aber auch Unternehmen (früher Korporationen genannt) und schließlich die Gesellschaft, die sich eine bestimmte Medienordnung gibt. Gehen wir zunächst von den Personen aus, die Massenmedien rezipieren oder das Internet nutzen, also den individuellen Verantwortungssubjekten – wobei sie freilich auf Angebote oder Plattformen von Unternehmen zurückgreifen und dies im Rahmen einer politischen, wirtschaftlichen und soziokulturellen Ordnung tun!

Die Rezipient*innen und Nutzer*innen sind immer nur mitverantwortlich für eine humane und demokratieförderliche Mediennutzung; in struktur- oder sozialethischer Perspektive sind es immer auch die Unternehmen und die Gesellschaft. Der Verantwortungsbegriff taugt zugegebenermaßen nicht als ein inhaltliches Begründungsprinzip, er stellt lediglich eine formale Heuristik dar, mit welcher sich Verantwortungszuschreibungen in einem Handlungsbereich, hier dem Medienhandeln, konkretisieren lassen (vgl. ausführlicher zu Funktion und Grenzen des Verantwortungsbegriff: Funiok 2016). Ethisch zu begründen ist die jeweilige moralische Verantwortung mit Konzepten wie der generalisierbaren Pflicht (Kant, Habermas), mit "Tugend" und dem "glücklichen Leben" (Aristoteles), mit dem Prinzip Gerechtigkeit oder dem der Nachhaltigkeit.

Im Folgenden werden aus den Verantwortungsdimensionen zwei Fragen behandelt:

(1) Zu welchem Medienhandeln ist die lesende, Radio hörende, fernsehende und das Internet nutzende Person – auch im Sinne einer Selbstverpflichtung – zu verpflichten?

(2) Wie lassen sich diese Pflichten ethisch begründen?

Hinzu kommt als dritte die pädagogische Frage:
(3) Welche Unterstützung dürfen die Rezipierenden bzw. die Nutzenden dabei durch (familiäre und schulische) Medienbildung und staatliche Medienregulierung gerechterweise für sich erwarten und sollen sie als Erziehende und Lehrende anderen zukommen lassen?

a. Ethische Debatte: Von der Anthropologie zur Ethik

Da ethische Forderungen – neben situativen Bestimmungen – auch auf anthropologischen Vorannahmen beruhen, ist zu fragen: Welche anthropologischen Konstanten liegen dem rezeptiven und dem aktiven Medienhandeln der Einzelperson zugrunde? Digital gut leben – was macht diese Zielbeschreibung aus? Welche Grundfähigkeiten sind – vor allen individuellen Varianten der Medienaneignung und -aktivität – vorauszusetzen?
Eine viel beachtete Auflistung von anthropologischen Grundbedürfnissen und entsprechenden Grundfähigkeiten stammt von der Neo-Aristotelikerin Martha Nussbaum (1991, 57 f.). Sie spricht von "objektiven Grundgütern" – "objektiv", weil unabhängig davon, wie stark sie individuell oder auch in der jeweiligen Kultur gewünscht werden. In der Auswahl und Wiedergabe von Dagmar Fenner (2007, 124–127) sind das:
Erstens: Gesundheit und Schmerzfreiheit; auf die Mediennutzung bezogen enthält dieses Gut den Anspruch, nicht durch Mobbing oder ähnliches verletzt zu werden, bzw. die Pflicht, andere nicht zu verletzen.
Das zweite Grundgut ist die Fähigkeit, Phantasie und Denkvermögen zu gebrauchen; daraus lässt sich die Pflicht ableiten, Medien zur Entwicklung von Wissen zu nutzen, aber auch ein kritisches, d.h. ein Qualität wertschätzendes und gegenüber Täuschungsversuchen (Fakes) skeptisches Denken zu entwickeln.
Drittens ist die Fähigkeit zur sozialen Interaktion zu nennen, d.h. die Bereitschaft, "mit anderen und für andere zu leben"; die Philosophin nennt hier explizit die Ausbildung und Bewahrung einer offenen Kommunikationskultur, die Versammlungs- und politische Redefreiheit, die Bereitschaft, sich für gerechte Lebensverhältnisse einzusetzen. Natürlich gehören hierzu auch die sozialen Netzwerke, für welche Facebook und andere ihre Portale anbieten; wichtig bleibt aber, dass es hier zu wechselseitiger Anerkennung kommt – und nicht zu Hasskommentaren und Abwertungen.
Die vierte Grundfähigkeit ist Arbeit und politische Mitbeteiligung. Die heutige Digitalisierung

vieler Arbeitsprozesse – von Dienstleistungen, Produktion, Transport und Handel – zeigt, wie zentral hierbei Medien, vor allem Algorithmen beteiligt sind. Deren Transparenz wird in Formen politischer Beteiligung eingefordert – zum Beispiel durch im Netz verbreitete Aufrufe zum Unterschreiben von Petitionen.
Auch beim fünften Grundgut, bei Spiel und Erholung – "der Fähigkeit, zu lachen, zu spielen, sich an erholsamen Tätigkeiten zu erfreuen" – ist die Beteiligung von Medien offensichtlich und auch grundsätzlich positiv zu sehen. Unter dem Gesichtspunkt eines souveränen und verantwortlichen Umgangs mit der eigenen Lebenszeit sollten Rezipient*innen und Nutzer*innen freilich auch reflektieren, ob ihre Mediennutzung nicht zu viel von ihrer Lebenszeit "absaugt". Außerdem sind gewalthaltige Erzählungen und rassistische Spielhandlungen zu problematisieren; denn sie bleiben nicht bei allen Nutzenden ohne Wirkung. Sogar durch UN-Konventionen verboten sind ferner Bilder, die (wie pädophile Inhalte) durch Folter anderer zustande kommen.
Als letztes, die anderen zusammenfassendes Grundgut wird die Fähigkeit zur Freiheit und Selbstbestimmung genannt; damit ist die Fähigkeit angesprochen, durch Vernunftgebrauch eigene Entscheidungen zu treffen – "das eigene, und nicht das Leben anderer zu leben" (Nussbaum 1991, 58). In unserer Mediengesellschaft werden uns zwar ständig attraktive und "exemplarische" Lebensentwürfe und -stile vor Augen gestellt, aber wir können aus ihnen auswählen, sie ablehnen oder sie für uns adaptieren.
Die hier zitierte Gütertheorie eines gelungenen, guten Lebens beruht auf der Erfahrungstatsache, dass "Menschen die Stillung ihrer Bedürfnisse und Erreichung ihrer Ziele größtenteils nicht im Alleingang, sondern nur in Kooperation mit anderen bewerkstelligen können." (Fenner 2007, 177) Unter Sollensgesichtspunkten betont diese Theorie den Anspruch des Einzelnen, dass die Gesellschaft ihm ermöglicht, die angesprochenen Grundfähigkeiten praktizieren und weiterentwickeln zu können. Sie enthält jedoch ebenso die Verpflichtung, dies auch anderen zu ermöglichen und sie dabei zu unterstützen.

b. Rechtliche Positionen: Ethik und Recht ergänzen sich

Aus dem Vorangegangenen ist der Selbstverpflichtungscharakter von Moral deutlich geworden: Zu moralischen Haltungen und Entscheidungen kommt es (im Erwachsenenalter) nur, wenn man sich selbst auf sie verpflichtet. Eine äußere Hilfe sind jedoch das Recht und die

entsprechenden Institutionen, die ein verantwortliches Medienhandeln der Nutzer*innen einfordern bzw. unverantwortliche Handlungen bestrafen. So geht das Netz-Durchsetzungsgesetz (NetzDG) gegen Hass und Hetze in sozialen Medien vor. Und ohne die Datenschutz-Richtlinie der EU, das deutsche Datenschutzrecht und die Arbeit der (Landes-)Beauftragten für Datenschutz wäre es um Privacy weit schlechter bestellt.

Dennoch sind die Unterschiede zwischen Recht und Moral zu sehen. "Ein erster Unterschied zwischen Recht und Sittlichkeit oder Moral liegt in der Art des Zwangs oder der Durchsetzungsmacht, die beide ausüben. Für Kant ist es bei der Moral ein innerer Zwang: der Appell des Sittlichen an den vernunftgeleiteten Willen, sich selbst an das als gut Erkannte zu binden. – Das Recht zwingt demgegenüber äußerlich, unter Androhung von Gewalt; es kann daher auf das Vorliegen oder Entwickeln einer Gesinnung verzichten. Rechtsnormen sind einklagbar und erzwingbar, moralische Normen sind es nicht. ... Das Recht hat im Unterschied zur Moral eine Gewährleistungsaufgabe...

Ein zweiter Unterschied betrifft das Zustandekommen beider Arten von Normierungen. Das Recht entsteht zu einem klar angebbaren Zeitpunkt durch (Mehrheits-)Beschluss des "Gesetzgebers", meist eines Parlaments; dieses legt den Zeitpunkt der Gültigkeit fest und veröffentlicht die Rechtsnormen in einem Gesetzesblatt. – Moralische Normen werden nicht in dieser formalen Weise in Geltung gesetzt. Das Wertebewusstsein einer Gesellschaft ist eine differenzierte, dynamische und plurale Größe; auch wenn es schwer ist, den demokratischen und den gesellschaftlichen Minimalkonsens exakt zu bestimmen, so gibt es ihn dennoch; das gesellschaftliche Wertebewusstsein reagiert auf Probleme manchmal langsamer, manchmal aber auch schneller als die Politik und die von parlamentarischen Prozessen abhängige Rechtssetzung. Ein dritter Unterschied ergibt sich bei der Anwendung der Normen: Beim Recht ist das ein klar geregelter, auf urteilende Instanzen verweisender Vorgang – bei der Moral muss dagegen der einzelne – das "Subjekt der Sittlichkeit" – urteilen." (Funiok 2011, S. 87)

Es braucht also beides: Medienrecht und Medienmoral – und sie sind beide aufeinander angewiesen. Die philosophische Begründung des Rechts wurzelt in der gesellschaftlich anerkannten Moral, und die innerliche Größe der Moral braucht die äußere Sanktions- und Durchsetzungskraft des Rechts.

c. Möglichkeiten der Operationalisierung: drei Handlungsebenen der Publikums und Nutzer*innenethik

Eine Strukturierung der Verantwortlichkeiten, die auf Wolfgang Wunden (1981) zurückgeht, benennt drei Handlungsebenen:
(1) Die private Verantwortung für den eigenen Mediengebrauch,
(2) die pädagogische für die einem anvertrauten Kinder und Jugendlichen und
(3) die öffentliche, staatsbürgerliche Verantwortung bei der Mitgestaltung von Medienordnung und Mediensystem

Verantwortungen im privaten Medienhandeln

Auf der ersten Verantwortungsebene, der für die eigene Lebensführung und den privaten Mediengebrauch, geht es – seit es die klassischen Massenmedien gibt – um die erwähnte Zeitsouveränität und eine Kultivierung unserer Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse, konkret um eine selbstbestimmte, interessengeleitete Medienauswahl. Ergänzt werden muss diese persönlichkeitsbildende Haltung durch eine Strategie bewusster Selbstbeschränkung. Was die Selbstmitteilungen im Netz angeht, will man für sich und andere "die Erfahrung von Freiheit, Unbeobachtet-Sein, Geheimnisse-Haben-können" zu einem anerkannten Wert machen (Funiok 2012, 111; vgl. auch den neuesten Aufruf zur "Entnetzung" von Zustiege 2019).
Medienkompetenz heißt heute also zum einen Privatheits-Kompetenz, d.h. die Fähigkeit und das Bemühen, möglichst wenig Daten von sich an die (zumeist US-amerikanischen und kapitalorientieren) Betreiber der Suchmaschinen, Plattformen und Apps zu geben (vgl. Debatin 2012, 91). Ein weiteres Element ist eine Informations- und Nachrichtenkompetenz, welche die Mediennutzenden – als aufgeklärte Bürger*innen und demokratische Debattierende – sowohl zum Fakten-Checken befähigt als auch die journalistischen Prüfungsleistungen (auf Vollständigkeit) und deren Einordnungen wertschätzen lässt.
Eine wichtige Nutzungsverantwortung besteht darin, die eigenen digitalen Interaktionen sozialverträglich zu gestalten. Neben der sinnstiftenden, konstruktiven und kreativen Nutzung des Netzes lässt es sich auch für Hass und Hetze, für persönliche Verleumdungen oder das Zerstören der Homepages anderer sowie als Sprachrohr extremer Ansichten verwenden (vgl. das Themenheft der Zeitschrift medien+erziehung 2020/01: Wie analog ist digitale Gewalt?).

Immer wichtiger wird eine sozial-ökologische Mitverantwortung, auf die jüngst Sigrid Kannengießer (2020) detailliert hingewiesen hat. Im Hinblick auf IT-Geräte, den Ressourcenabbau im Zuge ihrer Herstellung, ihre Produktion (und Lebensdauer) sowie den (unnötig häufigen) Kauf derselben, den Energieverbrauch bei ihrer Nutzung und auf ihre Entsorgung gilt es nicht nur, das Prinzip der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen, sondern auch die gesundheitsschädlichen Bedingungen des Abbaus von Coltan in der Demokratischen Republik Kongo. Um diese Bedingungen zu verbessern, haben die EU-Kommission, das Deutsche Umweltamt und der Deutsche Bundestag entsprechende Kennzeichnungspflichten erarbeitet, die aktualisiert werden.

Die pädagogische Verantwortung von Eltern, Erzieher*innen und Lehrer*innen

Verantwortung für die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen, die durch Jugendschutz-Gesetze und indizierende bzw. Altersangaben vornehmende Institutionen unterstützt wird. Welche Inhalte und Nutzungsformen unzuträglich sind, kann durch medienpädagogische Forschungen zwar auf eine Alterskohorte hin formuliert werden, hängt aber auch vom individuellen Entwicklungsstand des jeweiligen Kindes ab. Eine generelle Orientierung gibt hier der "Gefährdungs-Atlas" der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM 2019). Auf der Grundlage der sozialwissenschaftlich erfassten Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen gibt er Orientierung über die mit ihnen verbundenen Gefährdungen, zeigt aber auch Entwicklungschancen für Kinder und Jugendliche auf und bezieht ihre Rechte auf Information und Spielen (auch mit Computerspielen) nach der UN-Kinderrechtskonvention mit ein.

In der Regel hört die elterliche Verantwortung bei Kindern ab 14 Jahren auf; Jugendliche sind dann "Medien-erwachsen". Ein kritischer Punkt ist der Übergang in die weiterführende Schule (10 bis 12 Jahre). Hier wird meist dem Wunsch nach einem Smartphone (und eigenen Computer) nachgegeben – und damit ist der gesamte Internetraum für sie offen. Eine innovative schulische Medienbildung folgt dem Peer-to-Peer-Ansatz: Nicht Lehrer*innen, sondern (geschulte) ältere Jugendliche (sog. Tutor*innen oder Medien-Agent*innen) machen die Klasse internetfit, was den Schutz der eigenen und fremder Privatheit, die Verletzungen von Urheberrechten u. ä. Nutzungsprobleme angeht.

Medienbildung und das Bemühen um digitale Souveränität beginnt schon im Vorschulalter und bleibt als Selbstbildungsaufgabe bis ins hohe Alter bedeutsam. Mit Medienbildung werden der individuelle Bildungsprozess und seine medienbiographischen Imprägnierungen als Ressourcen aufgegriffen; Medienbildung ist damit ein umfassenderes Konzept als der Begriff Medienkompetenz, der nur auf die aktuelle Technik und ihre effektive Nutzung ausgelegt ist.

Die öffentliche, staatsbürgerliche Verantwortung

Schließlich trägt der*die Einzelne auch Mitverantwortung für den Erhalt einer diskursiven Medienöffentlichkeit, eine unabdingbare Voraussetzung für eine liberale Demokratie. Das Internet zerfällt heute vielfach "zu Ausstellungsräumen des Ich" (Han 2016, 99). Dieser Zersplitterung gelte es entgegenzuwirken durch eine "politische Zuhörerschaft" (Han ebd.). Jede*r Nutzende sollte sich also bemühen, den großen demokratischen Resonanzraum durch entsprechende Aufmerksamkeit und eigene Posts lebendig zu erhalten. Die katholische Kirche, die sich im Zweiten Vatikanischen Konzil positiv der säkularen Welt zuwandte, deutete die Medien als plurale "Versammlungsräume der Gesellschaft" (Päpstliche Kommission 1971); ähnliche Funktionsbeschreibungen haben auch evangelische Medienethiker*innen vorgenommen. Das Gespräch zwischen den einzelnen Mitgliedern, den gesellschaftlichen Gruppen und ihren Meinungspositionen zu moderieren, war schon damals – in Zeiten einer durchgreifenden Medienordnung und der unangefochtenen Gatekeeper-Rolle der Journalist*innen – schwierig. Heute, wo jede*r Nutzer*in Autor*in ist, ist das umso schwerer, zumal die transnationalen Unternehmen, auf deren Portalen diese Gespräche stattfinden, sich nicht durch das Normativ der Öffentlichkeit verpflichtet fühlen.
In diesen Gesprächen wird auch die eigene politische Identität formuliert, und zwar durchaus auch mit emotionalen Elementen. Aber im Unterschied zum populistischen und identitären Wir-Gefühl ist das (radikal-)demokratische Gefühl offen für Differenzen, es ist fremdheitsfähig und verstärkt sich in solidarischem Handeln (vgl. Manemann 2019).
Damit ist abschließend deutlich geworden, dass Rezipient*innen und Nutzer*innen auch politische Mitverantwortung für die Weiterentwicklung der digitalen Medien tragen, und wie sehr diese Verantwortung eine Selbstverpflichtung zu fortgesetzter Medien- und Persönlichkeitsbildung bedeutet.

a. Medien/Material: Filme, Bücher, PC-Spiele

Der "Gefährdungs-Atlas" der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) (HG.(2019): Digitales Aufwachsen. Vom Kind aus denken. Zukunftssicher handeln. Berlin [Online verfügbar: https://www.bundespruefstelle.de/blob/142084/2c81e8af0ea7cff94d1b688f360ba1d2/gefaehrdungsa data.pdf]
Themenheft der Zeitschrift medien+erziehung 2020/01: Wie analog ist digitale Gewalt?).
Projektberichte und Materialen des Instituts für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF): www.jff.de. Z.B. Webhelm – eine Peer-to-Peer Anleitung für Jugendliche, die beim Erstellen ihrer Homepages die Rechte respektieren wollen u.ä.
Newsletter der Medienstiftung der Diözese Rottenburg-Stuttgart (www.medienstifung.info): Digital.gut.leben

Zwei klassische (dystopische) Romane/Filme:

Der 1932 erschienene dystopische Roman von Aldous Huxley "Schöne neue Welt" schildert eine zukünftige Gesellschaft im Jahre 2540, in der "Stabilität, Frieden und Freiheit" gewährleistet scheinen. Mittels physischer Manipulation der Embryonen und Föten sowie anschließender mentaler Indoktrinierung der Kleinkinder werden die Menschen gemäß den jeweiligen gesellschaftlichen Kasten geprägt, denen sie angehören sollen und die von Alpha-Plus (für Führungspositionen) bis zu Epsilon-Minus (für einfachste Tätigkeiten) reichen. Allen Kasten gemeinsam ist die Konditionierung auf eine permanente Befriedigung durch Konsum, Sex und die Droge Soma, die den Mitgliedern dieser Gesellschaft das Bedürfnis zum kritischen Denken und Hinterfragen ihrer Weltordnung nimmt.
Im Nachwort seines Romans "Die Teufel von Loudun" (1952/1955) über religiösen Herdenwahn im 17. Jahrhundert schreibt Huxley im Hinblick auf die damals (1952!) dominierenden Medien (in der dt. Ausgabe 1955, 422):

"Im Laufe der letzten vierzig Jahre hat die Technik der Ausbeutung dieser gefährlichsten Form des menschlichen Drangs zu abwärtsgerichteter Selbstüberschreitung eine Vollkommenheit erreicht, welche in der Geschichte bisher nicht ihresgleichen hatte. Zunächst einmal leben auf dem Quadratkilometer mehr Leute denn je zuvor, und die Mittel dazu, riesige Menschenherden zu

*konzentrieren, sind viel wirksamer als in der Vergangenheit. Und inzwischen wurden neue und früher unerträumte Vorrichtungen zum Aufputschen der Massen erfunden. Da ist einmal der Rundfunk, der die Reichweite des heiseren Geschreis der Demagogen ungeheuer vergrößert hat. Da gibt es den Lautsprecher, der die zu Kopf seigende Musik des Klassenhasses und des militanten Nationalismus verstärk und unendlich vervielfältigt. Da ist die Kamera (von der es einmal naiv hieß, ‚sie kann nicht lügen') und ihre Nachkommenschaft, die Kinos und die Fernsehapparate; diese drei haben die Vergegenständlichung tendenziöser Phantasien absurd leichtgemacht. Und schließlich gibt es die größte unserer sozialen Erfindungen, den unentgeltlichen Schulzwang. Jede*r kann heute lesen, und jede*r ist daher den staatlichen kommerziellen Propagandisten ausgeliefert, denen die Papierfabriken, die Linotypemaschinen und die Rotationspressen gehören. Versammle eine vorher durch das tägliche Lesen von Zeitungen präparierte Menschenmasse, traktiere sie mit durch Lautsprecher verstärkter Blechmusik, hellen Lichtern und der Redekunst eines Demagogen, welcher (wie Demagogen das immer sind) zugleich der Ausbeuter und das Opfer der Herdenberauschung ist, und im Handumdrehen kannst du sie alle auf einen Zustand fast völlig geistlosen Untermenschentums herunterbringen. Noch nie waren so wenige in der Lage, Dumme, Tolle oder Verbrecher aus so vielen zu machen."*

Der dystopische Roman "1984" von Georg Orwell – geschrieben 1948 (der Titel verwendet einen Zahlendreher zu 1984 spielt in einem totalitären Überwachungsstaat. Winston Smith, obwohl Mitglied der herrschenden Staatspartei, versucht sich trotz der omnipräsenten Überwachung ein Stück Privatsphäre zu sichern. Mehr noch: Er versucht etwas über die tatsächliche, nicht staatlich redigierte Vergangenheit in Erfahrung zu bringen. Das bringt ihn in Konflikt mit dem System, das den unbequemen Smith schließlich einer Gehirnwäsche unterzieht. Aus der zeitgenössischen Perspektive musste der Roman als eine Anspielung auf eine zwar noch ferne, aber sich doch – angesichts des Stalinismus –in der damaligen Wahrnehmung abzeichenende Zukunft gelesen werden.
"1984" wurde erstmals 1956 verfilmt. Die zweite Verfilmung im "Orwell-Jahr" 1984 von Michael Radford mit John Hurt und Richard Burtons wurde dafür gelobt, sehr nah an der literarischen Vorlage zu bleiben.
Heute, gut 70 Jahre nach dem Erscheinen des Romans, ist er weiterhin aktuell (vgl. den Beitrag von Deutschlandfunk-Kultur: https://www.deutschlandfunkkultur.de/70-jahre-1984-george-orwells-dystopie-aktuell-und.976.de.html?dram:article_id=452333). Es ist nicht mehr der "Große Bruder", der durch den Fernseher in unser Wohnzimmer hineinschaut – wir sind es selbst, die bereitwillig viele unserer persönlichen Daten an die "Big Five" der IT-Branche (Microsoft, Apple, Google, Amazon, Facebook) geben bzw. dazu gezwungen werden, ihre "kostenlosen" Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Sie sind zwar "nur" internationale Wirtschaftsunternehmen (mit Hauptsitz ausschließlich in den USA); aber sie haben sich den

Versuchen (z.B. der EU), sie zur Transparenz ihrer Speicherungen und Algorithmen zu zwingen, weitgehend erfolgreich (durch relativ geringe Zahlungen) entzogen. Außerdem werden diese Firmen von US-amerikanischen (und deutschen?) Geheimdiensten dazu gedrängt, Daten über Nutzer*innen weiterzugeben.
Auch der dystopische Roman "Fahrenheit 451" Ray Bradbury aus dem Jahr 1953 könnte eine interessante Leküre sein, der 1966 von Francois Truffaut verfilmt wurde.

b. Thesen zur Diskussion

Zehn Überlegungen zu unserer Mediennutzung (als Anregungen für Predigten und Bildungsveranstaltungen):

1. Überlegung: Unsere tägliche Mediennutzung – zehn Stunden (partielle) Aufmerksamkeitszeit

Seit Jahren liegen die durchschnittlichen Nutzungszeiten gedruckter und elektronischer Medien bei zehn Stunden täglich! (vgl. Massenkommunikation Trends) Am längsten nutzen Deutsche (vor allem die älteren) das Fernsehen: fast vier Stunden: 228 Minuten – meist am Abend; es folgt das Radio (mit 182 Min. gut drei Stunden – mehr am Morgen und Vormittag, oft im Auto, auch bei der Arbeit); im Internet bewegt man sich täglich 90 und mehr Minuten lang. Das ergibt insgesamt acht Stunden.

Die verbleibenden zwei Stunden verteilen sich – mit jeweils rund einer halben Stunde – auf die Nutzung von Tonträgern, das Lesen von Tageszeitungen, von Büchern und Zeitschriften sowie das Anschauen von Filmaufzeichnungen und den Kinobesuch.

2. Überlegung: Brauchen wir nicht gelegentlich ein Medien-Fasten?

Auch wenn ein genereller und inhaltlich nicht differenzierender Medienverzicht unvernünftig ist, weil er uns eines bedeutenden Teils der Wahrnehmung unserer Welt berauben würde, so ist doch ein gelegentliches oder partielles Medienfasten für eine selbstbestimmte

Lebensführung anzuraten. Wenn wir Urlaub in einem abgelegenen Tal gemacht haben, wo es keine Internetverbindung gab, realisieren wir bei der Rückkehr: die Welt hat sich nicht wesentlich verändert, vor allem ist sie ohne uns ausgekommen.
Vor allem die ständige Erreichbarkeit für berufliche Eilmeldungen (auf dem Smartphone) nimmt viel an Entspannung und Eigenzeit.

3. Überlegung: Medien sind bedeutsam für uns als Einzelne

Die individuellen Bedeutungen oder Funktionen der Massenmedien:

- Medien ermöglichen soziale Teilhabe, sie können Gemeinschaft stiften auf lokaler, nationaler oder internationaler Ebene – und das unter Beteiligung unserer Gefühle;
- Medien ermöglichen den Aufbau von Wissen, sei es tagesaktuelles oder längerfristiges Bildungswissen, Alltagswissen oder wissenschaftliches Wissen;
- Von der Jugend bis ins hohe Alter greifen wir ihre Inhalte und Formate auf, um uns selbst zu verstehen und zu definieren (identitätsstiftende Funktion) – wir bekommen von den Medien eine Auswahl an Vorbildern;
- Medien sind wichtige Mittel für unser Weltverstehen, unser Weltbild einschließlich der Transzendenz und stellen gleichzeitig deren Bedingung dar (was nicht in den Medien ist, ist nicht in unserem Bewusstsein);
- Medien transportieren Werte und Überzeugungen, sie erzählen von Menschen, und wir verstehen deren Handeln als Beispiele richtigen oder kritikwürdigen Verhaltens; sie können interkulturelle Brücken schlagen oder vorurteilshafte Ablehnung verstärken.

4. Überlegung: Medien sind bedeutsam für Institutionen, auch die Kirchen, für gesellschaftliche Gruppen – ohne Medien keine öffentliche Wahrnehmung

Wir leben in einer Mediengesellschaft, das besagt: Wenn Ereignisse ins öffentliche Bewusstsein treten sollen, müssen sie in den Medien vorkommen. Nicht nur die Politik, auch die Kultur und die Religion sind darauf angewiesen, dass man in den Medien von ihren und den Mitteilungen anderer erfährt. "Alles, was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien", formulierte der Soziologe Niklas

Luhmann (1996, 9) provokant. Es ist der gesellschaftliche Grundauftrag der Medieninstitutionen: Öffentlichkeit herzustellen, d.h. für Publika, die sich durch den Kauf (von Zeitungen) oder die Nutzung (elektronischer Medien) bilden, relevante Themen auszuwählen und Informationen darüber attraktiv aufzubereiten.

5. Überlegung: Das Weltbild der Medien ist "natürlicherweise" einseitig – wir müssen durch Lenkung unserer Aufmerksamkeit gegensteuern

Die Auswahl, die eine Nachrichtenredaktion aus der Fülle der einlaufenden Nachrichten und Bilder trifft, richtet sich nach den sog. Nachrichtenfaktoren: alles was Neuigkeitswert hat, wird gewählt – und das ist Auffälliges/Ungewöhnliches (Mann beißt Hund), das sind Katastrophen/Krisen (Negativismus), das sind Themen, die an prominenten Personen festgemacht werden können (Prominenz), die Regierung wird stärker berücksichtigt als die Opposition, das sind Vorgänge, die einen Bezug zu uns haben, zu Deutschland (wirtschaftliche, militärische, politische Nähe).
Mit dieser Orientierung an Neuem haben es "alte" Wahrheiten, haben es langfristige Vorgänge schwerer, beachtet zu werden. Mit der Langzeitbeobachtung, mit Erforschung der Wurzeln von Konflikten befassen sich vielleicht Hintergrundberichte, wissenschaftliche Studien – sie finden nur zum Teil den Weg in unsere tagesaktuellen Medien, und besonders selten in die sozialen Netzwerke.
Ein weiteres Moment: von Friedensbemühungen, den langfristigen Initiativen, auch den Fortschritten dabei, wird weit weniger berichtet als über ein Bombenattentat. Deshalb hat Jan Galtung einen konstruktiven oder Friedensjournalismus gefordert.

6. Überlegung: Offen bleiben für Unvertrautes, lernbereit sein – Erklärungen einfordern

Doch bleiben wir bei unserer eigenen Verantwortung! Sich umfassend zu informieren, erfordert auf der persönlichen Ebene die Haltung von Offenheit und Neugier. Ein oft vergessener Feind der Informationsfreiheit ist nämlich unsere mangelnde Bereitschaft, uns wirklich Neuem, außerhalb unserer individuellen Interessen Liegendem auszusetzen.
"Öffentlichkeit" ist die Summe von "Gegenwelten" (zur kleinen Lebenswelt des Einzelnen,

seiner Kultur). Die heutigen Spartenprogramme und genau auf Zielgruppen bezogene Genres sperren uns in unseren engen geistigen Welten ein. Wir sind in Gefahr, nur noch Dinge aufzunehmen, die unsere Weltsicht bestätigen.
Wenn das schon von den Leser*innen der traditionellen Zeitungen galt, wie viel mehr von den Online-Nachrichten, die ich aufgrund einer attraktiven Überschrift, mehr noch eines interessanten Bildes anklicke, und die mir zunächst ein Informationshäppchen von drei bis fünf Zeilen anbietet. Eine Zeitung stellt – bei aller Begrenzung durch die Linie des Blattes – doch noch so etwas wie ein Universum aller öffentlich relevanten Ressorts und Themen dar, bietet nicht nur Berichte und Analysen, sondern auch Hintergrundberichte und Kommentare. Beim Durchblättern lesen wir die Tages- oder Wochenzeitung sicher nur selektiv, aber wir sind doch gezwungen, das Insgesamt der Themen erst einmal zu überblicken – oder greifen wir gleich zum Sportteil?
Ein Element journalistischer Qualität ist es, komplexe Vorgänge ohne Verkürzung allgemein verständlich zu erklären. Diese Qualität sollten wir einfordern und für sie zu zahlen bereit sein: mit Geld, aber auch mit Zeit und Lernbereitschaft.

7. Überlegung: Wie gewinnen wir gültiges und relevantes Wissen nicht nur durch Medien?

Es ist wichtig, dass wir unsere kritische Medienkompetenz zeitlebens weiterentwickeln – indem wir uns bemühen, die "Linie" des jeweiligen Senders zu kennen. Dasselbe gilt beim Lesen der Tageszeitung am nächsten Morgen; sie fasst die wichtigsten Tatsachen zum Waldbrand zusammen und kommentiert uns das Ereignis, hilft uns es einzuordnen. Wahrheitsorientierung, Unabhängigkeit, aber auch Verständlichkeit sind die wichtigsten Qualitätsmerkmale der journalistischen oder wissensorientierten Darstellungsformen. Die Stabilisierung von Meinungen erfolgt freilich erst in persönlichen Gesprächen (two-step-flow of communication). Zu unserer Meinungsbildung tragen nicht nur die Berichte in den Medien bei, sondern wesentlich auch Menschen in unserer Umgebung, die wir als Expert*innen auf bestimmten Gebieten schätzen. Im Gespräch mit ihnen (und im Befragen unserer eigenen Lebenserfahrung) bilden wir uns unsere Meinungen und Beurteilungen.
Am umfassendsten ist unser Verständnis bei den Sachen, von denen wir durch unseren Beruf oder durch Auslandsaufenthalte eigenes Wissen und Erfahrungen haben. Wer sich seit Jahren

gegen die Abholzung des Regenwaldes engagiert und darüber informiert, wird von Waldbränden mehr Ahnung haben als jemand, den ganz andere Dinge interessieren.

8. Überlegung: Das Fernsehen belastet uns mit Augenzeugenschaft

Fast zehn Stunden nutzen wir täglich Medien, mehr oder weniger aufmerksam: Wir hören Radiomusik beim Autofahren, lesen Kurznachrichten, blättern im Wartezimmer beim Arzt in einer Illustrierten. Mit 2 Stunden und 20 Minuten widmen wir die meiste Zeit dem Fernsehen. Es gilt im Medienvergleich als besonders glaubwürdig, denn es zeigt uns Personen und Ereignisse mit Bild und Ton. Wir sehen sie, als wären wir dabei gewesen. Das Fernsehen macht uns zu Augenzeug*innen. Doch wie ist das genau mit dieser Zeugenschaft?
Wenn uns jemand fragt: "Hast du auch gestern Abend die Waldbrände in den Rocky Mountains gesehen?" und wir einen Bericht davon in den Fernsehnachrichten gesehen haben, antworten wir: "Ja, das habe ich." Wir sagen wohl kaum: "Nein, ich habe keinen Waldbrand gesehen, nur bewegte Bilder davon im Fernsehen." Die Bilder und der Ton des Fernsehens machen uns das reale Buschfeuer zugänglich. Bilder ermöglichen uns, dass wir durch sie auf dasselbe Ereignis "hindurchsehen" wie Personen, die tatsächlich vor Ort waren.
Anwesende bekommen in der Tat mehr mit vom Waldbrand. Sie riechen das Feuer, spüren seine Hitze auf der Haut. Sie haben vielleicht Angst, vom Feuer eingeschlossen zu werden. Sie sind "mit Haut und Haaren" in das Ereignis verwickelt. Sie sind exponierte, dem Ereignis leibhaft ausgesetzte Augenzeugen – nicht distanzierte Augenzeugen wie wir, Zehntausende von Kilometern entfernt, in unseren sicheren Wohnzimmern.
In unserer Distanz bekommen wir vom unmittelbaren Feuer also weniger mit. Aber dieser Nachteil ist auch ein Vorteil. Die Distanz ermöglicht uns einen Überblick, welchen die direkt Anwesenden so nicht haben können. Die europäische Fernsehredaktion holt aus ihren Archiven vielleicht frühere Aufnahmen von Waldbränden, zeichnet den gegenwärtigen Brandherd auf Landkarten ein. Sie hat grafische Modelle bereit, um zu erklären, wie sich solche Feuer ausbreiten. Wir sehen den Waldbrand gleichsam von oben, aus der "Gottperspektive", wie manche sagen. Aber ist diese "Sicht von oben" wirklich ein Gewinn? Welchen Preis zahlen wir für die Distanz unserer (nur) medialen Augenzeugenschaft?
Je nach Fernsehformat und Redaktionsstil wird der Bericht auf emotionale Aspekte verengt –

ein privater Sender spricht natürlich von "Feuerkrimi". Aber auch in den öffentlich-rechtlichen Medien werden nicht alle Ursachen erwähnt. Ganz besonders gilt das von den Folgen und wie es den Menschen drei Wochen danach geht - Berichte darüber kommen nicht mehr auf die schnell wechselnde Liste der Top-Nachrichten. Und um unsere Empathie und Spendenbereitschaft zu wecken, braucht es wieder andere Bilder. Es gibt sie, wenn nötig, in den Archiven, sie stammen also unter Umständen gar nicht von diesem konkreten Waldbrand. Wir ahnen: Nichts ist so subjektiv wie das Objektiv einer Kamera oder die Wahl der Perspektive. Schließlich wissen wir um die heutigen Möglichkeiten elektronischer Bildbearbeitung. Nachdem wir gelernt haben: "Lügen wie gedruckt" müssten wir auch sagen: "Manipuliert wie fotografiert".

9. Überlegung: Es gibt Bilder, die die Welt beweg(t)en

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, sagt man und meint damit den Detailreichtum und die Glaubwürdigkeit eines Bildes, z.B. eines Fotos, im Unterschied zur Schilderung mit Worten. Früher waren die Bilder rar: Die Glasfenster in den Kirchen erzählten denen, die die Bibel nicht lesen konnten, die Geschichten des christlichen Glaubens. Auf Papier gab es die ersten vervielfältigen Bilder im Spätmittelalter: als Holzschnitte oder Kupferstiche. Maximal 200 Exemplare konnte man von einer Platte drucken.
Das änderte sich erst um 1803 mit der Lithographie, einem chemischen Druckverfahren, übrigens eine Erfindung des Münchners Alois Senefelder. 1840 kam in Frankreich die Erfindung der Fotografie dazu, 1890 das Bewegtbild, der Film. Heute sind wir von Bildbotschaften regelrecht umstellt. Man sagt, dass wir allein an Werbebildern zwei bis drei Tausend täglich zu sehen bekommen. Hinzu kommen durchschnittlich drei Stunden Fernsehen. Auch seriöse Tageszeitungen kommen heute nicht mehr ohne Bilder aus.
Die Bildmedien tragen wesentlich zum Wissen und Gedächtnis der Menschheit bei. Mit "Bildern, die die Welt bewegten" schaffen sie die Ikonen von heute. Denken Sie nur an das vietnamesische Mädchen, das nackt aus ihrem von Napalm brennenden Dorf flieht, an den Tanz auf der Berliner Mauer, an den Sarg Johannes Paul II. auf dem Petersplatz.
Natürlich wissen wir auch, dass manche Medienbilder manipuliert wurden, um eine Kriegsstimmung zu erzeugen, wie die angeblichen Beweise für Gräueltaten Saddam Husseins.

Deshalb bleibt unsere Wachsamkeit und Kritikfähigkeit herausgefordert. Bilder vermögen Emotionen auszulösen: Rachegefühle und Abscheu, aber auch Bewunderung oder Mitgefühl. Heute sind mit dem Handy aufgenommene Bilder oft die einzigen, die wir von Ereignissen haben. Von den Kämpfen in Syrien zum Beispiel. Auch wenn sie von Personen auf der Opferseite gemacht wurden, ist Vorsicht angesagt. Zu leicht werden Bilder instrumentalisiert. Gleichzeitig kann man in den journalistischen Bildern immer auch Symbole für den großen Wunsch nach "Gemeinschaft und Fortschritt der menschlichen Gesellschaft" finden. In dieser Zielperspektive sah das Dokument "Communio et Progressio" (1971), das im Auftrag des II. Vatikanischen Konzils erarbeitet wurde, eine wichtige positive Funktion der Medien. Das Bild von unserem blauen Planet Erde, aufgenommen bei der ersten Mondexpedition, zeigt zum Beispiel die Verletzlichkeit unseres Planeten und unsere gemeinsame Verantwortung.
Wie wäre es, wenn wir uns gelegentlich bei unserem Tagesrückblick fragen, welche Bilder des vergangenen Tages sich als Symbole für Solidarität eignen, welche für Protest gegen Gewalt, für Hoffnung und für Geschwisterlichkeit? Lassen wir diese Bilder ein wenig in uns stehen, schauen wir durch sie hindurch auf die Botschaft hinter ihrer Oberfläche!
Von vielen wichtigen Dingen gibt es keine Bilder, aber Zeitzeug*innen. Sie sind besonders wichtig, auch in einer Zeit der Bildmedien. Wer die Nazizeit oder ein Konzentrationslager selbst erlebt hat, davon vielleicht noch Narben oder Tätowierungen am Körper trägt, der kann uns ein glaubhafteres und genaueres Bild von den Vorgängen damals bieten als der aufwändigste Spielfilm. Von den Szenen der Bibel, vom Leben Jesu zum Beispiel, gibt es keine dokumentarischen Fernsehbilder. Aber es gab Zeitzeug*innen, die seine Worte und Taten bezeugten, und für dieses Zeugnis sogar ihr Leben hergaben. Sie umgeben uns in Statuen und Bildern, wenn wir eine Kirche betreten. Und wir lassen uns durch ihr (in den Evangelien niedergelegtes) Zeugnis zu Jesus führen, der das Bild des unsichtbaren Gottes ist.

10. Überlegung: Geheimnisse haben dürfen – keine Big Data-Sammlungen füttern

2012 hat der Bundestag vor seiner Sommerpause noch ein neues Meldegesetz verabschiedet. Es erlaubt den Kommunen, die persönlichen Daten ihrer Bürger*innen an werbetreibende Firmen zu verkaufen. Das hat zu Stürmen im Wasserglas geführt, wie sie im Sommerloch üblich sind. Denn worüber man sich hier ereifert, dass nämlich die Gemeindeämter unsere Daten herausgeben, ohne sich unsere Einwilligung zu holen, das tun viele von uns ständig

ohne Bedenken. Bei der Teilnahme an Preisausschreiben, bei Verlosungen, mit ihren Angaben in Hotelbuchungssystemen. Bei solchen Gelegenheiten geben nämlich viele nicht nur ihren Namen und ihr Geschlecht, sondern auch ihr Alter, den Familienstand, ihren Wohnort (mit sozial verräterischem Ortsteil), den Beruf (mit dahinter liegendem Bildungsabschluss) und bestimmte Vorlieben von sich preis (z.B. Leser*in der Zeitschrift, in welcher das Preisausschreiben stand). Je länger diese Datenzeile ist, umso wertvoller ist sie für die werbetreibende Industrie.

Viele von uns scheinen kein Geheimnis mehr um ihre Person machen zu wollen. Oder sie ahnen, dass andere ohnehin alles von ihnen wissen. Das liegt einmal an der ausgefeilten Konsumforschung. Wenn wir uns eine teure Corbusier-Liege kaufen, outen wir uns als Angehörige eines bestimmten sozialen Milieus. Die Sinus-Milieuforschung beschreibt unsere Gruppenzugehörigkeit recht detailliert: unsere Wohnungseinrichtung, die bevorzugten Medieninhalte, unseren Werteinstellungen, den beruflichen Status, die Höhe unseres Einkommens. Eine weitere Wissensquelle über uns ist die Informationstechnologie. Was wir wo mit unserer Kreditkarte zahlen, in Geschäften oder im Internet, kann leicht zu einem Kund*innenprofil zusammengefasst werden. Auch wenn wir einen Begriff googeln, der gar nichts mit Konsum zu tun hat, bekommen wir in der Online-Werbung Produkte angeboten, die zu den Interessen passen, die wir beim früheren Googeln verraten haben. Wo wir wie lange mit unserem Handy telefoniert haben, das kann uns von der Polizei vorgehalten werden, wenn es um unsere Anwesenheit an einem Tatort geht – das kennen wir ja aus den Krimis. Also ein völliger Verlust der Kontrolle über uns selbst? Die Geheimnisse unserer Persönlichkeit: eine Illusion? Ich meine, wir haben ein vitales Bedürfnis danach, dass diese persönlichen Geheimnisse auch heute noch sicher sind. Bei anonymen Umfragen kommt heraus, dass nahezu jede*r schon einmal gegen ein Gesetz verstoßen hat. Jede*r hat schon einmal gestohlen oder betrogen, Steuer hinterzogen, die Ehe gebrochen, beim Examen gemogelt oder ist mit erhöhtem Alkoholpegel Auto gefahren. Wir alle also begehen Taten, von denen wir hoffen, dass niemand von ihnen erfährt. Unser Wohlbefinden, unsere bürgerliche Integrität und in gewisser Weise auch unsere soziale Identität hängt davon ab, dass geheim bleibt, was wir getan haben. Wir könnten nicht mehr sein, wer wir sind, wenn alle wüssten, was wir waren. Das trifft auf unser Handeln zu, in erheblich verstärktem Maße auf unsere Gedanken und Motive, unsere Pläne, Wünsche, Gefühle, Begierden und Abneigungen. Eine Welt, in der jede*r die Gedanken des anderen lesen könnte, wäre eine Hölle.

Es sei denn, der wissende Blick des*der anderen wäre gütig, verstehend, barmherzig. Das

glauben wir ja von Gott, der alles sieht, aber mit einem unbegrenzt erbarmendem Blick und einer durch Liebe gebundenen Hand, die nicht eingreift. "Gott ist nicht Google, er ist ein Geheimnis", habe ich kürzlich gelesen. Damit ist zum einen gemeint, dass man das Wesen Gottes in keiner Suchmaschine findet; er bleibt das unbegreifbare Geheimnis jenseits aller Informationen. Aber das Bonmot sagt auch, und das ist noch entscheidender: Gott sammelt nicht kleinlich Informationen über uns, er legt keine Datenbank von unseren Vergehen an. Vielmehr begleitet er uns schweigend und wohlwollend auf allen unseren Wegen. Er selbst ist Geheimnis und lässt uns unsere Geheimnisse – in dem Sinn, dass er uns ihretwegen nicht bloß stellt.
Ein Witz: Ein (früherer) Pastor hatte in seinem Garten einen Kirschbaum, der von Jugendlichen regelmäßig geplündert wurde; er schrieb daraufhin auf eine Tafel "Gott sieht alles" und hängte sie an den Kirschbaum. Am nächsten Tag war darunter geschrieben: "Aber er petzt nicht".
Der Roman "Mein Name sei Gantenbein" von Max Frisch handelt von einem Mann, den alle nach einem Autounfall für blind halten und der sich auch so stellt. Seine Frau beseitigt die Unordnung im Zimmer nicht – ihr Mann sieht sie ja nicht; sie versteckt den verräterischen Brief nicht – er kann ihn ja nicht lesen. Der scheinbar Blinde sieht das alles und macht daraus keine Anklage. "Mein Name sei Gantenbein" ist eine Geschichte von der Liebe, die blind ist. Blind nicht wie damals in den Zeiten der ersten Verliebtheit, sondern aus einer gereiften Liebe und mit Akzeptanz der Eigenarten und Fehler des anderen.
Zwei Geschichten von den Geheimnissen, die bestehen bleiben müssen, damit das Zusammenleben erträglich bleibt. Eine Geschichte von Gott – und auch von und für uns, den Menschen der Mediengesellschaft?

Aktionsrat Bildung (2018): Gutachten "Digitale Souveränität und Bildung", https://www.bildunginbayern.de/download/pdf2018/Aktionsrat_Bildung_Gutachten_2018_Digitale-Souveraenitaet.pdf [zuletzt abgerufen am 01.08.2018].
Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (Hg.): Gefährdungsatlas. Digitales Aufwachsen. Vom Kind aus denken. Zukunftssicher handeln. Berlin 2019, https://www.bundespruefstelle.de/blob/142084/2c81e8af0ea7cff94d1b688f360ba1d2/gefaehrdungsa data.pdf [zuletzt abgerufen am 17.03.2020].
Debatin, B.: Soziale Online-Netzwerke aus medienethischer Perspektive, in: Grimm, P., Zöllner, O. (Hg.): Schöne neue Kommunikationswelt oder Ende der Privatheit? Die Veröffentlichung des

Privaten in Social Media und populären Medienformaten, Stuttgart 2012, 113–130.
Fenner, D.: Das gute Leben, Berlin 2007.
Funiok, R.: Grundfragen einer Publikumsethik, in: ders. (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsethik, Konstanz 1996, 107–122.
Funiok, R.: Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft, Stuttgart 2011.
Funiok, R.: Wertorientierte Strategien zum Schutz der Privatheit in Sozialen Netzwerken, in: Grimm, P., Zöllner, O. (Hg.): Schöne neue Kommunikationswelt oder Ende der Privatheit? Die Veröffentlichung des Privaten in Social Media und populären Medienformaten, Stuttgart 2012, 97–118.
Funiok, R.: Art. Verantwortung, in: Heesen, Jessica (Hg.): Handbuch Medien- und Informationsethik, Stuttgart/Weimar 2016, 74–80.
Habermas, J: Moralischer Universalismus in Zeiten politischer Regression. Jürgen Habermas im Gespräch über die Gegenwart und sein Lebenswerk, in: Leviathan 48 (2020), 7–28.
Han, B.: Die Austreibung des Anderen. Gesellschaft, Wahrnehmung und Kommunikation heute, Frankfurt a. M. 2016.
Kannengießer, S.: Nachhaltigkeit und das "gute Leben". Zur Verantwortung der Kommunikations- und Medienwissenschaft in digitalen Gesellschaften, in: Publizistik 65 (2020), 7–20.
Luhmann, N.: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1996.
Manemann, J.: Demokratie und Emotion. Was ein demokratisches Wir von einem identitären Wir unterscheidet, Bielefeld 2019.
Massenkommunikation Trends, jährlich im H. 7-8 von Media Perspektiven, hg. von ARD-Werbung SALES & SERVICES, auch als Sonderdruck kostenlos erhältlich.
Nussbaum, M.: Gerechtigkeit oder Das gute Leben, Frankfurt a. M. 1998.
Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen Kommunikation: Pastoralinstruktion "Communio et Progressio" über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des II. Vatikanischen Ökumenischen Konzils. Von den deutschen Bischöfen approbierte Übersetzung. Kommentiert von H. Wagner, Trier 1971.
Wunden, W.: Vom Ethos des Rezipienten, in: Communicatio Socialis 14 (1981), 15–22.
Zurstiege, G.: Taktiken der Entnetzung. Die Sehnsucht nach Stille im digitalen Zeitalter, Berlin 2019.

Veröffentlicht am 11.05.2020 (Version 1.0).

Zitierweise:
Funiok, R.: Art. "Publikums- und Nutzer*innenethik" (Version 1.0 vom 11.05.2020), in: Ethik-Lexikon, verfügbar unter: https://www.ethik-lexikon.de/lexikon/publikums-und-nutzerinnenethik.