

BERNHARD PÖRKEN  
FRIEDEMANN SCHULZ VON THUN  
Die Kunst des Miteinander-Redens



GOLDMANN  
Lesen erleben

## Buch

Der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen und der Kommunikationspsychologe Friedemann Schulz von Thun, zwei prominente Vertreter ihres Fachs, analysieren den kommunikativen Klimawandel. Sie zeigen Auswege aus der Polarisierungsfalle in Zeiten der großen Gereiztheit und der populistischen Vereinfachungen und entwerfen eine Ethik des Miteinander-Redens, die Empathie und Wertschätzung mit der Bereitschaft zum Streit und zur klarenden Konfrontation verbindet. Anschaulich und mit vielen Beispielen führen sie vor, wie sich Diskussionen und Debatten verbessern lassen und wie die Kunst des Miteinander-Redens zu einer Schule der Demokratie und des guten Miteinander-Lebens werden könnte.

## Autoren

**Bernhard Pörksen**, geboren 1969, ist Professor für Medienwissenschaft an der Universität Tübingen und bekannt durch seine Arbeiten zur Skandalforschung sowie seine Bücher mit dem Kybernetiker Heinz von Foerster (»Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners«) und dem Psychologen Friedemann Schulz von Thun.

**Friedemann Schulz von Thun**, Jahrgang 1944, war bis 2009 Professor für Psychologie an der Universität Hamburg. Seine Trilogie »Miteinander-Reden« gilt als Standardwerk und entfaltet die Kommunikationsmodelle wie zum Beispiel das Kommunikationsquadrat, das Innere Team und das Wertequadrat. Er leitet das Schulz von Thun Institut für Kommunikation und ist als Berater und Trainer tätig.

Außerdem von Bernhard Pörksen im Goldmann Programm:  
Die große Gereiztheit

Bernhard Pörksen  
Friedemann Schulz von Thun

# **Die Kunst des Miteinander- Redens**

Über den Dialog in  
Gesellschaft und Politik

GOLDMANN

Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten,  
so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung,  
da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich auf  
deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.



Penguin Random House Verlagsgruppe FSC® N001967

1. Auflage

Vollständige Taschenbuchausgabe August 2021

Copyright © 2020 der Originalausgabe:

Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, München

Copyright © 2021 dieser Ausgabe: Wilhelm Goldmann Verlag,  
München, in der Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH,

Neumarkter Str. 28, 81673 München

Umschlag: Uno Werbeagentur, München,

nach einer Umschlaggestaltung von Anzinger und Rasp, München

Layout und Satz: Buch-Werkstatt GmbH, Bad Aibling

Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck

Printed in Germany

KF · IH

ISBN 978-3-442-17918-3

Besuchen Sie den Goldmann Verlag im Netz



*Für Ingrid und Julia*



# Inhalt

<b>Gesellschaft der Gleichzeitigkeiten .....</b>	<b>9</b>
Über den kommunikativen Klimawandel – ein Vorwort von Bernhard Pörksen	
Person und Situation .....	9
Wandel der Öffentlichkeit .....	13
Die Grammatik der Digitalisierung .....	16
Verstörungseffekte der Vernetzung .....	21
Sehnsucht nach Stille .....	27
Triggerwarnungen, Safe Spaces und politische Korrektheit .....	31
Wertschätzung und Respekt .....	37
Zwischenreich der Kommunikation .....	39
 <b>I. Dynamik der Polarisierung .....</b>	 <b>43</b>
Wie man sein Gegenüber garantiert kränkt .....	43
Die Technik der rückwirkenden Generalisierung .....	46
Wirklichkeit erster und zweiter Ordnung .....	50
Die Stuhlkreisgefahr oder vom Nutzen der Zuspitzung .....	54
Die Mechanik der Abwertung und das Diffamierungsquadrat .....	60
Das Gesetz der vertikalen Gegenläufigkeit .....	70
Die Wärme des Witzes .....	73
 <b>II. Möglichkeiten und Grenzen des Dialogs .....</b>	 <b>83</b>
Primat der Stimmigkeit .....	83
Dialektik von Abgrenzung und Annäherung .....	88
Stufen der Selbstklärung .....	96

Talk als Show .....	104
Dilemma versus Problem .....	108
Ausgang aus der selbst verschuldeten Ruhelosigkeit .....	116
<b>III. Transparenz und Skandal .....</b>	<b>125</b>
Sichtbarkeit heißt Verwundbarkeit .....	125
Das Smartphone als indiskrete Technologie .....	129
Eubulides und das Problem der Zeitdiagnostik .....	133
Souveränität höherer Ordnung .....	139
Vom Umgang mit Fehlern .....	146
Das Kommunikationsquadrat in der Krisenkommunikation .....	150
Die Entschuldigungs-Paradoxie .....	158
Abschied vom Rezeptdenken .....	163
<b>IV. Desinformation und Manipulation .....</b>	<b>165</b>
Kult der Pseudo-Skepsis .....	165
Die Lüge als Programm .....	169
Kritik des Konstruktivismus .....	175
Das Prinzip der Negativ-Würdigung .....	182
Deregulierung des Wahrheitsmarktes .....	188
Sinnenkreis und Handlungskreis .....	192
Axiome für Demokraten .....	198
<b>Navigationskunst im Dilemma .....</b>	<b>204</b>
Ehrlichkeit und Diplomatie, Achtung und Ächtung, Authentizität und Kalkül – ein Nachwort von Friedemann Schulz von Thun	
<b>Ausgewählte Literaturhinweise .....</b>	<b>215</b>
Anmerkungen .....	218

# Gesellschaft der Gleichzeitigkeiten

Über den kommunikativen Klimawandel –  
ein Vorwort von Bernhard Pörksen

## Person und Situation

Wo liegen die Ursachen für die große Gereiztheit, für die Sofort-Eskalation öffentlicher Debatten, für den Hass und die Wut, die das Kommunikationsklima der Gegenwart zu ruinieren drohen? Es gibt, um die Gefährdung von Gespräch und Diskurs zu erklären, prinzipiell zwei Möglichkeiten. Man kann auf der Suche nach den Ursachen zum Monokausalisten werden oder aber über Situationen, Konstellationen und systemische Bedingungen reden, also das Zusammenspiel unterschiedlichster Faktoren analysieren.<sup>1</sup> Welche Perspektive wird in diesem Buch gewählt? Als der Sozialpsychologe Philip Zimbardo, ein international anerkannter Experte für die Entstehungsbedingungen von Folter, einmal gebeten wurde, die Grausamkeiten im irakischen Gefängnis von Abu Ghraib zu ergründen und bei einem Prozess gegen einen der Haupttäter als Gutachter aufzutreten, geriet er in Rage. Er reagierte voller Zorn auf die Behauptung von George W. Bush, man habe es hier einfach mit ein paar »faulen Äpfeln« (»some bad apples«) zu tun. Man müsse, so Bush, nur ein paar schreckliche Charaktere loswerden und die folternden Soldaten bestrafen, dann werde alles besser. Nein, sagte Zimbardo, nicht die Äpfel seien faul, son-

dern das ganze Feld. Es sei eine *toxische Situation* entstanden, die die Enthemmung begünstigt und befördert und damit den Schrecken erst ermöglicht habe. Es ginge nicht um die einzelne Person, sondern um das System selbst.

Heute, in einer Zeit der spürbaren Diskursverwilderung, stehen sich die Vertreter der Theorie der faulen Äpfel und die Vertreter der Theorie des faulen Feldes wieder gegenüber und erklären einander, wen man aus welchen Gründen schuldig sprechen muss, wen man haftbar machen kann und was sich gerade in der Tiefenstruktur ganzer Gesellschaften vollzieht. Die Anwälte der großformatigen, oft dystopischen Situations- und Systemanalyse verkünden in ihren Zeitdiagnosen das Ende der liberalen Demokratie. Sie analysieren die Effekte der Globalisierung, der Digitalisierung und der populistischen Politisierung. Das Verlöschen von Respekt und Rationalität in öffentlichen Debatten stünde unmittelbar bevor, so schreiben sie, und der Tod der Wahrheit sei nah, weil die Lügner so offensichtlich ungeschoren mit ihren Tricks und frei erfundenen Propaganda-Stories durchkämen. Die Vertreter der isolierten Betrachtung bieten stets monokausal angelegte Antworten an. Sie wollen die Schuldfrage durch die Fokussierung auf die eine Ursache und den einen Akteur lösen. Mal unterstellt man einer einzelnen skrupellosen Person (z.B. Donald Trump), mal einem einzelnen polarisierungsanfälligen Medium (z.B. dem Netz), mal einem einzelnen spektakelaffinen Genre oder Format (z.B. der Talkshow) die Kraft der Diskurszerstörung und kritisiert und attackiert entsprechend heftig.

Vermutlich muss man, so die in diesem Buch entfaltete Annahme, im Bemühen um ein gerechtes Bild die Perspektiven kombinieren, die Sichtweisen verbinden, sich vom Entweder- oder der Herangehensweisen verabschieden, also von Äpfeln

*und* Feldern sprechen, Personen *und* Situationen analysieren und studieren, ohne dabei in eine apokalyptische Eskalationsrhetorik zu verfallen und in einem düsteren Hegelianismus den Niedergang zu beschwören, der zwangsläufig und mit unbedingter Gewalt über die Menschheit kommt. Nötig ist auf dem Weg zu einer komplexeren, nuancenreichen Betrachtung der Abschied von der einen Ursache, die scheinbar linear und unvermeidlich die eine Wirkung erzeugt. Nötig ist, zumal wenn es um die Realität und die Ethik des öffentlichen Miteinander-Redens geht, der doppelte Blick, der auf den Einzelnen und das Gefüge der Bedingungen schaut, seine Autonomie *und* seine Abhängigkeit, seine Freiheit *und* seine Geprägtheit zu verstehen sucht. Denn ohne eine Idee von Freiheit ist ein Plädoyer für eine andere Ethik sinnlos. Ohne die Unterstellung der Entscheidungsfähigkeit des Einzelnen und einer gewissen Autonomie braucht man das Ideal des Miteinander-Redens und des doch einigermaßen respektvollen Miteinander-Streitens, um das es uns hier geht, gar nicht erst zu beschwören. Ethik setzt Freiheit voraus, muss sie voraussetzen. Wie könnte man sonst, ohne Alternative und ohne Wahlmöglichkeit, anders, vielleicht freundlicher, gelassener oder großzügiger reden oder handeln? Und gleichzeitig darf man in der Beschreibung einer anderen Form des Miteinander-Redens und -Streitens auch nicht in eine kontextblinde Glorifizierung des Einzelnen verfallen, der in geradliniger Konsequenz umsetzt, was er gerade will. Denn dann würde man übersehen, in welchem Maße einzelne Menschen nicht einfach nur unbeschränkt Täter, Akteure und damit individuell verantwortlich sind, sondern stets beides: autonom und abhängig, entscheidungsmächtig und von äußeren Umständen geprägt.

Was sieht man, wenn man im Prozess der Kommunikationsanalyse die persönliche Verantwortung mit der systemischen

Betrachtung kombiniert? Was vermag man zu erkennen, wenn man, wie dies in diesem Buch vorgeschlagen wird, Autonomie und Abhängigkeit, ein fraglos idealistisches Plädoyer für das Miteinander-Reden und eine möglichst realistische Betrachtung der Bedingungen öffentlicher Debatten in dialektischer Weise aufeinander bezieht? Die Antwort: Man erkennt das Wechselspiel von Individuum und System, von Person und Situation, vermag das Ineinandergreifen der Effekte zu verstehen, die das Kommunikationsklima verändern, ohne die persönliche Verantwortung des Einzelnen zu leugnen, der sich mal freundlich, mal boshafth artikuliert.

Natürlich, ein Donald Trump, der Behinderte verspottet, Frauen, die er nicht mag oder die ihn kritisieren, als *Schlampen* und *fette Schweine* und Mexikaner als *Vergewaltiger* tituliert, der auf Twitter mit der Größe »seiner« Atomsprengköpfe prahlt und der durchschnittlich gut achtmal pro Tag die Unwahrheit sagt, ist in seiner Skrupellosigkeit ungewöhnlich, ja einzigartig. Aber wie ist der Aufstieg des Immobilienmilliardärs, der noch vor ein paar Jahren als Exzentriker durch sein Urhabitat – amerikanische Wrestlingshows und Reality-TV-Sendungen – marodierte, zum mächtigsten Mann der Welt zu erklären? Wie gelingt es ihm, öffentliche Aufmerksamkeit zu kannibalisieren, mit seinen vulgär-pöbelnden Tweets die Nachrichtenagenda rund um die Welt zu bestimmen, sich auf der Bewusstseinsbühne der Menschheit derart ungehindert breitzumachen? Und warum hält er sich – allen Enthüllungen zum Trotz – im Amt, kann ihm kein Skandal, kein rassistischer Ausfall und keine sexistische Attacke etwas anhaben? Wer so fragt, der muss die situativen und systemischen Bedingungen seines Erfolges studieren, die Veränderungen des Mediensystems und die Grammatik der digitalen Kommunikation sichtbar machen,

die Donald Trump für sich zu nutzen versteht. Und deutlich wird dann: Nicht einmal er, die Verkörperung des pöbelnden Populisten, verändert das Kommunikationsklima im Alleingang. Er profitiert vielmehr von einer radikal veränderten Medienwelt und ist der Gewinner eines Dramas, das lange vor seiner Präsidentschaft begonnen hat und das sich in unterschiedlichen, eng miteinander verwobenen Entwicklungen entfaltet.

## Wandel der Öffentlichkeit

Ganz konkret und im Sinne einer exemplarischen Illustration: Von 1970 bis 2016 (dann endet die Statistik) sind in den USA 500 Zeitungen eingestellt worden, viele andere haben ihre Berichterstattung zurückgefahren, Redaktionen fusioniert, Mitarbeiter entlassen, sich von der gedruckten Ausgabe verabschiedet.<sup>2</sup> Ihr Kernproblem besteht darin, dass sich publizistische Qualität immer schwieriger finanzieren lässt, weil die Anzeigenmärkte ins Internet abwandern. Das Publikum hat sich an die Gratis-Verfügbarkeit von Informationen gewöhnt und akzeptiert Paid-Content-Modelle nach wie vor nur sehr zögerlich. Von dieser Dynamik werden längst auch journalistische Medien in Deutschland und Europa erfasst, auch wenn sich die Situation in den USA (hier fehlt ein starker öffentlich-rechtlicher Rundfunk) noch extremer und düsterer darstellt. Hier haben sich längst sogenannte *news deserts* gebildet, Sphären im öffentlichen Raum, in denen es keine unabhängige journalistische Berichterstattung mehr gibt. »Wir sind«, so bilanziert der einstige *Guardian*-Chefredakteur Alan Rusbridger die Entwicklung, »das erste Mal in der jüngeren Geschichte mit der Möglichkeit konfrontiert, dass Gesellschaften ohne verlässliche

Nachrichten auskommen müssen.«<sup>3</sup> Insbesondere die Lokalzeitungen haben – gezwungen durch die veränderten ökonomischen Rahmenbedingungen – ihr Angebot zurückgefahren. Es hat in den letzten Jahren auf lokaler Ebene zahllose Spar- und Entlassungswellen gegeben, die die Macht- und Einflussverhältnisse im öffentlichen Raum zu Lasten eines qualifizierten, rechercheintensiven Journalismus verändert haben. Inzwischen kommen auf einen einzelnen Journalisten in den USA durchschnittlich vier PR-Leute, die etwa 40 Prozent mehr verdienen – ein Faktum, das die Anfälligkeit des Mediensystems für Spektakelnachrichten aus der Welt des einstigen Reality-TV-Stars Donald Trump mit seinem Gespür für quotengängige Inszenierungen zweifelsohne erhöht.<sup>4</sup> Er ist seit Jahrzehnten ein zuverlässiger Lieferant von Skandalen und Skändlädchen im Verbund mit dröhrend formulierten Soundbites, die für Resonanz sorgen. Schon in der Wahlkampfphase des Jahres 2016 stiegen die Einschaltquoten der Talkshows um bis zu 170 Prozent, wenn er auf Sendung ging. Dies veranlasste den einstigen CBS-CEO Leslie Moonves in einem Moment der Offenheit zu der Bemerkung, der Mann sei womöglich schlecht für Amerika, aber gewiss »verdamm gut für CBS«. Hier werden – in reiner, nackter Form – das Geschäft auf Gegenseitigkeit von Populisten und Talkshowmachern bzw. den Vertretern des Spektakelfernsehens und die systemischen Bedingungen des Diskursruins offenbar. Der eine will öffentliche Aufmerksamkeit, will möglichst kostenfrei Sendezeit zur Verbreitung eigener Botschaften akquirieren, der andere, der Fernsehmacher, braucht die Figur des schillernden Provokateurs und des Anti-Korrekten als Quotenbringer und Aufmerksamkeitsgarant. Und beide glorifizieren das Extrem. Sie wollen das Konfliktspektakel und agieren in verstörender Symbiose mit unterschiedlichen Inte-

ressen, aber doch gemeinsamer Wirkung. Aggressivität gegen Publizität, Pöbelei gegen Plattform, Schmutz gegen Sendezeit – das sind die Tauschformeln, die hier wirksam werden und das Miteinander-Reden zu einem Aufeinander-Einbrüllen eskalieren lassen, längst nicht nur in den USA, längst nicht nur im Format der Talkshows.

Überdies wächst in vielen westlichen Ländern Misstrauen gegenüber den Medien, auch dies ist Ursache und Treiber des kommunikativen Klimawandels. Wenn Journalisten und etablierte Medienmacher an Akzeptanz verlieren und die Lügenpresse-Schreie lauter werden, dann wird die Grundlage ihrer Arbeit angegriffen, und es beginnt die Zeit des großen Verdachts und der informationellen Verunsicherung. Mehr als die Hälfte der Deutschen glaubt, so belegen es aktuelle Befragungen, dass sie verfälschten Nachrichten ausgesetzt werde, ein Drittel findet, man könne die unwahren Informationen nur sehr schwer erkennen. In Frankreich sind sich 80 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sicher, dass man sie mit Falschmeldungen konfrontiert, in Großbritannien 75 Prozent.<sup>5</sup> In den USA, aber beispielsweise auch in Ungarn, Polen, in Österreich, ansatzweise auch in Deutschland, bilden sich seit etlichen Jahren neue Bündnisse und Koalitionen von politischem Führungspersonal und medienverdrossener Gegenöffentlichkeit. Eine auf Demontage zielende Medienkritik wird dann von oben und von den Rändern, von der Regierungsbank und von der Straße her artikuliert. Man denke nur – erneut – an Donald Trump, der amerikanische Journalisten regelhaft als *Volksverräter* angreift. Man denke an den zurückgetretenen österreichischen Vizekanzler Heinz-Christian Strache, der in seiner Amtszeit die Angriffe auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk intensivierte und in einem verdeckt aufgenommenen Video die Fantasie äu-

ßerte, die *Krone*, die größte Boulevardzeitung des Landes, über Strohmänner zu kaufen und missliebige Journalisten zu feuern. Man denke an AfD-Politiker, die in Dresden und anderswo vor Demonstranten *Lügenpresse* brüllen und vor *Systemmedien* warnen. Die Kritik der Pauschalkritik sollte, nebenbei gesagt, nicht als eine Art Freispruch für den real existierenden Journalismus verstanden werden. Der Negativismus der Nachrichten, der die populistischen Narrative des Niedergangs stützt, das Interesse an substanzfreien Inszenierungen und einem sinnlosen, den Zynismus befördernden Konfliktspektakel (Politik als bloßer Machtkampf ohne Inhalt und ohne Ethos) – all dies sind Denk- und Darstellungsformen, die Kritik verdienen.<sup>6</sup> Aber es ist eben doch ein Unterschied, ob man kritisiert, um zu *verbessern* oder aber um zu *vernichten* und um eine unabhängige Instanz der Gesellschaftsbeobachtung zu zerstören, wie dies Populisten in vielen westlichen Ländern versuchen.

## Die Grammatik der Digitalisierung

Das Bemühen, die Veränderung von Debatten und Diskursen aus dem Zusammenspiel von Person und Situation zu erklären, wäre unvollständig, wenn man nicht auch noch berücksichtigt, wie gegenwärtig die Grammatik der Kommunikation umgeschrieben wird. Dies in einer Geschwindigkeit, die sich längst von den Zyklen eines menschlichen Lebens löst. Das Neue ist heute sofort da und unmittelbar im eigenen Alltag präsent. 75 Jahre benötigte das klassische Telefon nach seiner Erfindung, um von 100 Millionen Menschen genutzt zu werden. Das Mobiltelefon brauchte dafür nur 16 Jahre, Facebook 4,4 Jahre, WhatsApp und Instagram gerade einmal 2,2 Jahre.<sup>7</sup>

Das Innovationstempo ist also selbst ein Treiber des kommunikativen Klimawandels, weil sich die disruptiven Veränderungen so rasch vollziehen und die neue Medienwelt mit großer Wucht und Geschwindigkeit auf den Menschen prallt, der im Gehäuse von Tradition und Evolution unvermeidlich behäbig reagiert. Mit Twitter, Facebook und YouTube, mit Instagram, Snapchat und WhatsApp ändern sich die Symbole, mit denen wir uns austauschen, die Inhalte, über die wir sprechen; und auch das Wesen von Gemeinschaften, also die Arena, in denen sich Gedanken und Debatten überhaupt entfalten könnten, wird eine andere.<sup>8</sup> An die Stelle der Mediendemokratie alten Typs, die sich um klar identifizierbare publizistische Machtzentren gruppierte, tritt allmählich die Empörungsdemokratie des digitalen Zeitalters. Heute ist jeder – potenziell – ein Sender, kann sich mit seinem Smartphone zuschalten, seine Ideen und Empörungsangebote barrierefrei einem Publikum unterbreiten, das dann womöglich selbst aktiv wird. Die Folge ist, dass die klassischen Gatekeeper in Gestalt von Journalistinnen und Journalisten, die gerade noch am Tor zur öffentlichen Welt darüber befinden konnten, was als interessant und relevant zu gelten hatte, an Autorität und Deutungsmacht verlieren. Sie lassen sich umgehen, mal mit guten und mal mit schlechten Gründen kritisieren und attackieren. Kommunikation verstreut sich. Sie wird schneller, offener, unberechenbarer. Eher statische *Kollektive* (Gruppen und Organisationen mit klaren Innen-aussen-Grenzen) verwandeln sich in vergleichsweise flüchtige *Konnektive*. Es sind leicht zugängliche, prinzipiell offene Ad-hoc-Gemeinschaften mit stark individualistischer Note, die sich um ein Hashtag gruppieren und digital und vernetzt kommunizieren.

Aber was heißt das überhaupt? Wie verändern Digitalisierung und Vernetzung die Architektur der Kommunika-

tion? Zum einen werden Daten und Dokumente aller Art im Vergleich zu dem behäbigen, statischeren Medium des Gedruckten offensichtlich in einen anderen Aggregatzustand der Leichtigkeit und Beweglichkeit hineinkatapultiert. Man kann sie ohne größeren Aufwand teilen, kombinieren, immer wieder aktualisieren, blitzschnell versenden, in immer neue Kontexte transferieren. Die Folge ist, dass die Unterscheidungen der klassischen Medienwelt und der analogen Sphäre (z.B. nah und fern, privat und öffentlich, Emotion und Information, Peripherie und Zentrum, aber auch wahr und falsch) schwächer und unschärfer werden, sich Sprach- und Kommunikationsstile leichter mischen und in neuen Formen und Varianten zeigen. Zum anderen wird es unter digitalen Bedingungen möglich, in Echtzeit zu beobachten, was Menschen tatsächlich interessiert und fasziniert. Das gesamte Netz ist, so der Publizist John Battelle, eine gigantische *Datenbank der Intentionen und Faszinationen* – ein einziger, riesenhafter Pool feinkörnig auslesbarer Interessen.<sup>9</sup> Man kann sehr genau sehen, wie gut emotionalisierende Geschichten funktionieren, wie gut die Story von den Jugendlichen ankommt, die nach einem Höhlen-Tauchgang in Thailand verzweifelt auf ihre Retter warten, und wie häufig der Bericht über eine seltsame Tierfreundschaft (sibirischer Tiger kuschelt mit Ziege!) geklickt, gelikt und geteilt wird. Damit entstehen in der digitalen Öffentlichkeit ein neuartiger Quotendruck und ein Anreizsystem zur Verbreitung des bloß Populären, des Emotionalen und des Extremen. Jetzt kann man in Echtzeit nachvollziehen, ob eine Geschichte funktioniert oder, wie man dann sagt, *performat*. Es gibt längst eine eigene, weltweit vernetzte Emotions- und Erregungsindustrie, die präzise registriert und dann systematisch verstärkt, was gerade ankommt; man tut hier nichts anderes, als spektakuläre Storys,

kuriose Videos und mitunter auch frei erfundene Geschichten zu recyceln, frei nach dem Motto: Relevant ist, was interessiert. Der Hype und das Spektakel werden so immer dominanter.

Und schließlich gilt: Das Netzmedium kommt der allgemeinen Bestätigungssehnsucht des Menschen sehr weit entgegen und erlaubt die Stabilisierung obskurer, eben noch marginalisierter Positionen. Schon die Möglichkeit der Entbündelung und »Vereinzelung« von Information begünstigt im Gegensatz zum fest geschnürten Materialpaket des Gedruckten, das die Überraschung und die Irritation in stärkerer Weise programmiert, die Konstruktion von Wunschwirklichkeiten durch den Empfänger. Mit nur ein paar Klicks kann man sich in sein eigenes Selbstbestätigungsseau hineingoogeln, ohne größeren Aufwand und ohne die Reibung mit der Agenda der Allgemeinheit eigene Experten, eigene Medien und Plattformen ausfindig machen und Gleichgesinnte und ideologisch verwandte Stämme entdecken – vom politischen Extremisten bis hin zum Impfgegner. Weitgehend intransparente Prozesse der Informationsfilterung, dies zeigen aktuelle Studien zu den Wirkungen von Empfehlungsalgorithmen der Plattformen, verschärfen die Segmentierung und Polarisierung. Sie locken den Einzelnen in einen Tunnel der Selbstrandikalisierung, lassen eine extreme, vielleicht vollkommen randständige Position als eine von vielen geteilte Auffassung erscheinen. In solchen Informations- und Kommunikationsumgebungen entstehen Mehrheitsillusionen. Hier schwindet die regulative Macht sozialer Tabus. Die natürliche Isolationsfurcht des Menschen nimmt ab, und der Einzelne, der sich durch den Beifall und die Zustimmung aufputschen lässt, äußert sich im Kommunikationskosmos eines gefühlten Mainstreams immer drängender und aggressiver, befeuert von den Likes und den Kommentaren der-

jenigen, die ähnlich denken und fühlen. Gerade noch verfemte und stigmatisierte Redeweisen erscheinen im Zerrspiegel der unendlichen, so leichthändig möglichen Vervielfältigung und in den Katakomben und Echokammern des Netzes mit einem Mal als gewöhnliche und weithin akzeptabel wirkende Äußerungen. Die Grenzen des Sagbaren verschieben sich, das ist die Folge, in Richtung einer Normalisierung des Extrems, einfach weil man im eigenen Selbstbestätigungsmilieu so viel Zuspruch und Sympathie erfährt und dann zu dem Irrglauben gelangt: Es ist schon in Ordnung, was da so gepostet und publiziert wird.

Bedeutet dies nun, wie es in populären Medienanalysen heißt, dass die Gesellschaft in *Filterblasen* zerfällt, mithin als eine Ansammlung von abgeschlossenen Mini-Welten und einsam und unverbunden vor sich hin blubbernden Realitätsinseln gedacht werden muss? Funktioniert Kommunikation heute also primär im Modus der Abschottung und der Isolation? Sehen wir im Netz – eben aufgrund der Empfehlungsalgorithmen, die uns fesseln und zur immer perfekteren Auswertung unserer Datenspuren auf der Plattform halten wollen – nur noch das, was unsere eigene Meinung und Weltsicht bestätigt? Müssen wir also, um das Miteinander-Reden unter digitalen Kommunikationsbedingungen zu verbessern, endlich raus aus unserer Filterblase? Gilt es, mit Trump-Anhängern, Brexit-Befürwortern und Pegida-Freunden zu reden, sich mit FPÖ-Politikern und Orban-Verteidigern zu streiten, die Abgeordneten der AfD und die alten und neuen Rechten in Gespräche zu verwickeln? Die Antwort lautet: Es ist in einer liberalen Demokratie unbedingt geboten, mit Andersdenkenden zu sprechen, allerdings nicht immer und unter allen Umständen. Es gilt, auch das wird deutlich, ihre Ideen und Vorstellungen erst einmal zu verstehen und je nach Situation und eigener Rolle das Wagnis des kommunika-

kativen Brückenbaus einzugehen. Selbst wenn man entschieden anderer Auffassung ist und vielleicht gerade dann. An die Stelle des Wahrheitsdisputs tritt also die Anstrengung des Verstehens. Nicht die Widerlegung ist das erste Ziel des Miteinander-Redens, sondern das Erkennen des Anderen in seiner Andersartigkeit, vielleicht auch Fremdheit.

## Verstörungseffekte der Vernetzung

Nur: Das Denkbild der Filterblase, das inzwischen den Small-talk der Gesellschaftsanalyse regiert und so viele Debatten über den Zustand der Debatte bestimmt, ist falsch und irreführend – und zwar gleich aus drei Gründen.<sup>10</sup> Die Idee der extremen Isolation widerspricht, erstens, unserer alltäglichen Informationserfahrung. Wer surft, in Blogs und Foren unterwegs ist, Newsletter und Push-Nachrichten zugeschickt bekommt, der bemerkt: Das Wesen des Netzes ist die Verlinkung. Und jeder Link ist – potenziell – ein Ticket in ein anderes Wirklichkeitsuniversum. Man muss nur draufklicken, und schon ist man da. Zweitens widerspricht die Filterblasen-Idee den seit den 70er-Jahren bekannten Einsichten der Netzwerktheorie, die besagen: Je besser man sich kennt, desto erwartbarer ist das, was man vom anderen erfährt. Schwache Verbindungen und lockere Beziehungen (sogenannte *weak ties* im Sinne der Netzwerk-Soziologie) sind deshalb so nützlich, weil sie einen mit unterschiedlichen, unbekannten und gänzlich unerwarteten Informationen konfrontieren. Und das Netz ist definitiv das Beziehungsuniversum der schwachen Verbindungen. Offline haben Menschen in der Regel wenige Freunde, online jedoch womöglich sehr viele. Natürlich ist damit die algorithmi-

sche Filterung nicht ausgeschaltet, aber die Wahrscheinlichkeit, mit unterschiedlichen Informationen konfrontiert zu werden, steigt in solchen Netzwerken mit schwachen Verbindungen rasant an. Zahlreiche schwache Verbindungen (man denke nur an die mehr als 400 Facebook-Freunde, mit denen ein jugendlicher User im Durchschnitt in Verbindung steht) programmieren den Informationspluralismus, den man dann selbsttätig (auf dem Weg zu einer Echokammer der Marke Eigenbau) wieder reduzieren kann. Und drittens widerspricht die Filterblasen-Theorie den inzwischen publizierten empirischen Studien, die belegen, dass unser Informationsuniversum sehr viel vielfältiger ist als gedacht. Diese Studien zeigen auch, dass die sogenannte *Filterblase* immer auch ein Symptom unseres Informationsverhaltens darstellt, Indiz unserer eigenen Intentionen und Faszinationen. Menschen suchen, lesen und verbreiten, wovon sie ohnehin überzeugt sind und woran sie unbedingt glauben wollen.

Ganz konkret und am Beispiel der Debatte über die neue Macht der Desinformation, der hier ein eigenes Kapitel gewidmet ist: Eine wahre beziehungsweise faktisch korrekte Nachricht braucht beispielsweise auf Twitter, dem Nachrichtenkanal für jedermann, sechsmal so lang wie eine Falschbehauptung, um 1500 Nutzer zu erreichen: Das belegt eine Studie des Massachusetts Institute of Technology (MIT).<sup>11</sup> Falsche Informationen werden demnach zu 70 Prozent häufiger geteilt als sachlich korrekte Nachrichten. Woran liegt das? Ist der Algorithmus schuld, sind es Social Bots, also Software-Programme, die als Desinformationsschleudern taugen? Nicht unbedingt. Es sind Menschen, die Fake-News verbreiten, weil diese ihnen – als scheinbar plausible, hoch infektiöse – Aufreger dienen und weil sie bestätigen, was sie ohnehin glauben wollen. Das heißt: Die