

Christiane Florin

Wäre Jesus bei Facebook?*

Kürzlich bekam ich bei Facebook eine Meldung: „Lena ist jetzt Single“. Darunter leuchtete ein rotes Herz. Das heißt: Diese Dame ist jetzt wieder zu haben. Das Problem: Ich kenne Lena aus dem richtigen Leben. Sie ist gar keine Dame, Lena ist ein Mädchen von neun Jahren. Sie hat ihr Geburtsdatum manipuliert, sie hat sich älter gemacht, um überhaupt einen Facebook-Account bekommen zu können. Ein Grundschulkind präsentiert sich also auf dem Markt der Gesichter, weltweit. Lena weiß zwar, wie man ein Profil anlegt, aber sie weiß nicht, was sie tut. Facebook ist für sie das Buch der Bücher, daran will sie mitschreiben. Wie lange die Bilder und Texteinträge sie verfolgt werden, davon hat das Mädchen keine Ahnung. Es weiß nicht, dass es inzwischen das Berufsbild des Reputationsmanagers gibt, dass also Leute damit ihr Geld verdienen, Rufschädigendes aus dem Langzeitgedächtnis des Netzes zu löschen und Rufförderndes zu inszenieren. Man sieht an dem Beispiel: Es muss nicht immer gleich Cybermobbing und Cyberwar sein, auch unterhalb dieser Schwelle gibt es reichlich medienethischen Bedarf.

Das medienethische Impulspapier spricht ein Problem an, das jeden betrifft. Das ist für Papiere dieser Art nicht selbstverständlich, deshalb wäre an dieser Stelle bei Facebook schon ein erster Klick auf den „Gefällt-mir“-Button fällig. Mir gefällt zudem die grundsätzliche Haltung. Hier wird nicht kulturpessimistisch das Neue verdammt, sondern man nähert sich zunächst mit Neugier. Auch wenn es nirgendwo ausdrücklich gesagt wird: Wahrscheinlich würde Jesus heute die Bergpredigt twittern, um „Follower“ zu finden. Wahrscheinlich wären die Jünger heute bei Xing vernetzt.

Mit dem Impulspapier zeigt die Kirche, dass sie das Internet als wichtiges Thema ansieht. Dafür wurde es allerdings mehr als 20 Jahre nach den Internetanfängen auch Zeit, denn im Internet sind nicht nur zwei oder drei versammelt, sondern zwei oder drei Milliarden. Und wir wissen nicht genau, in wessen Namen sie da versammelt sind. An einer Stelle ist vom Internet als neuer Religion die Rede. Das geht zu

* Rezension im Rahmen der Vorstellung des medienethischen Impulspapiers am 29. Juni 2011 im Erbacher Hof in Mainz.

weit. Aber die digitale Weltkugel dreht sich um Glauben und Wissen, sie hat ihre Propheten und Ikonen, ihre Bewohner organisieren sich in Communities und bilden zusammen die „Internetgemeinde“.

Und das Geschehen in dieser Welt rührt ans Menschenbild: Beim Internet ist nicht dasselbe passiert wie damals im vergangenen Jahrhundert, als die Zeitung Konkurrenz durchs Radio oder später durchs Fernsehen bekam. Die digitale Welt gleicht einem Schöpfungsakt. Sie gibt uns die Möglichkeit, uns neu zu erschaffen. Wir sind nicht einfach nur geschminkt wie im Fernsehen, wir achten nicht einfach nur auf unsere Aussprache wie im Radio, wir können das Internet zur Selbstdarstellung nutzen, doch es muss nicht unbedingt unser analoges Selbst sein, das wir digital darstellen. Wir können uns älter, jünger, dicker, dünner, brutaler, friedlicher, konservativer und liberaler machen. Und selbst wer sich keine andere Identität gibt, wer sich tatsächlich selbst zu inszenieren glaubt, erlebt ein Wunder, wenn er seinen Namen googelt. Was bleibt dann von der Präsentation? Fast jeder fragt sich nach dem Ego-Googeln doch beim Anblick der ersten zwanzig Treffer: Mein Gott, bin ich das wirklich? Um dann zu seufzen: Gott sei Dank gibt es noch Menschen, die mich aus dem nicht-virtuellen Leben kennen.

Ein zweites „Gefällt mir“ gebührt den Ausführungen zu Authentizität und Wahrhaftigkeit. Aus dem Papier lässt sich herauslesen, wie sich ein medienethisch korrekter Mensch, ein „Prosumer“, wie ihn die Autoren nennen, verhalten soll. Drei Grundsätze gilt es demnach zu beherzigen:

- Jeder hält sich an die Goldene Regel: „Was du nicht willst, das man dir tut, das füg auch keinem anderen zu.“ Man kann es auch den kategorischen Imperativ nennen. Niemand verbreitet also Unwahrheiten über sich und andere, damit andere es auch nicht tun.
- Misstrauen ist erste Bürgerpflicht. Jeder Cyber-Citoyen prüft genau, was ihm das Netz bietet, zieht möglichst viele Quellen zurate und gleicht das Online-Wissen mit seinen Offline-Erfahrungen ab.
- Der Mensch beginnt nicht erst mit einem Facebook-Profil. „Was nicht in den Medien existiert, gibt es gar nicht“, lautet ein viel zitierter Satz. Es ist ein vermessener Satz. Lena muss lernen: Es gibt ein Leben jenseits der Medien.

Aber, und jetzt kommt mehrfach der „Gefällt-mir-nicht“-Knopf zum Einsatz: Was folgt aus dieser klugen Analyse? Medienethik bleibt nur ein frommer Wunsch, solange die Zustandsbeschreibung vor allem auf die seit Jahrzehnten wiederholte Forderung nach mehr Medienkompetenz hinausläuft, möglichst als Schulfach. Wie schafft man es, dass Lena all die ethischen Fragen von der Wahrheit bis zum Daten-

schutz überhaupt stellt? Wie schafft man es, dass sie professionelle journalistische Arbeit zu schätzen und von bloßen Meinungsergüssen zu unterscheiden weiß? Hilft es ihr oder ihren Eltern, wenn die Deutsche Bischofskonferenz, wie zum Schluss empfohlen, ein Institut für Medienkompetenz gründet?

Am Anfang des medienethischen Impulspapiers steht ein großes Wort: „Christliche Zeitgenossenschaft spricht aus der Mitte der Gesellschaft kritisch über diese, um sich widerständig und weiterführend auf den Lauf der Dinge im Hier und Jetzt einlassen zu können.“ Zwischendrin heißt es: „Der einzelne Mensch ist immer nur als Mitmensch denkbar.“ Da könnte man auf den Gedanken kommen, die Kirche sei das erste soziale Netzwerk. Doch am Schluss fragt sich der Leser: Was bedeutet das Gesagte eigentlich für die Kirche als Akteur in der digitalen Welt? Beschränkt sie sich darauf, an Lehrplänen mitzuwirken? Wird das Institut für Medienkompetenz Ethikplaketten für Internetseiten vergeben? Predigen Pfarrer von der Kanzel, welche Angebote gut und welche böse sind? Oder sagt wenigstens die junge Pastoralreferentin etwas in der Firmvorbereitung dazu, weil ja Medienkunde Teil ihres Studiums war?

Bei einem so emotionalen Thema wie Religion gibt es viele Gründe, warum es für die Kirche schwierig ist, das Netz im Netz auszuwerfen: Die Kirche ist eine moralische Autorität; das Internet ist strukturell antiautoritär. Wir Journalisten zum Beispiel haben lernen müssen, dass wir nicht mehr die einzigen sind, die mit unserer Meinung an die Öffentlichkeit gehen können. Und wir haben lernen müssen, dass der einst von Bertolt Brecht erträumte Rückkanal uns zurückstuft. Man mag noch so lange an seinem Leitartikel feilen, sobald man die Kommentarfunktion freigibt, finden sich Leser, die das Gesagte anzweifeln, die etwas besser wissen, die den Autor als Autorität vom Thron stürzen. Die Erfahrung zeigt zudem: Es melden sich in weltanschaulichen Fragen vor allem diejenigen zu Wort, die sich ansonsten missverstanden und unerhört fühlen. Die Kommentarfunktion öffnet ein Ventil für all jene, die sich ansonsten in der veröffentlichten Meinung zu wenig wiederfinden. All das macht den Journalisten zwar nicht überflüssig, aber er muss sich eher als Anreger verstehen denn als Welterklärer. Machtworte sind in diesem Medium unmöglich, für Leitartikler wie für Bischöfe.

Die Autoren des Papiers fordern professionell ausgebildete Journalisten, da würde ich nie widersprechen. Doch man muss sich klar machen, dass die großen Innovationen im Netz von journalistischen Laien kamen, Facebook, Google, YouTube – das sind Erfindungen von Tüftlern, nicht von Starreportern. Die Grenzen zwischen Laien und

Geweihten sind in der digitalen Mediengesellschaft sehr durchlässig. Oft sind die Laien die wahrhaft Eingeweihten. Das Internet ist insofern ein großer Relativierer.

Und es ist ein großer Polarisierer. Die am meisten beachteten religiösen Portale sind nicht katholisch.de oder evangelisch.de, also die offiziellen Seiten der Kirchen. Es sind jesus.de, ein evangelikales Angebot, und kath.net sowie kreuz.net, wo man die im Papier geforderte „christliche Zeitgenossenschaft aus der Mitte der Gesellschaft“ inmitten von Beschimpfungen meist vergeblich sucht. Maß und Mitte sind im Netz eher uninteressante Inhalte.

Was setzt die katholische Kirche dem entgegen? Es wirkt verhuscht, nur die anderen „Prosumer“ aufzufordern, medienethisch zu produzieren und zu konsumieren. Damit allein unterscheidet sich die Kirche nicht vom Presserat. Netzgrundsätze zu formulieren, ist zu wenig. Es genügt auch nicht, selbst Seiten zu produzieren, die medienethisch korrekt sind und Themen behandeln, die anderswo zu kurz kommen. Der durchschnittliche Internetnutzer erbarmt sich nicht einer Seite, nur weil sie „gut“ und nicht böse ist. Ihn treibt nicht Mitleid an den Computer, sondern ein Interesse: Entweder sucht er gezielt Informationen oder Unterhaltung oder Kontakte. Medienkompetenz kann sich nicht darin erschöpfen, Gewalt, Pornografie und Verleumdung abzuwehren. Das wäre viel zu defensiv. Medienkompetenz sollte auch eine kreative Bedeutung haben. Dieser Gestaltungsanspruch kommt jedoch in dem Papier zu kurz. Dabei müsste die Frage sein: Kann man mit Ethik, mit Medienethik, User interessieren, dass sie sich dem freiwillig aussetzen und nicht nur in der Schule, wenn das Fach Medienkompetenz auf dem Stundenplan steht?

Eine interessante Erfahrung in diesem Zusammenhang ist der „Bildblog“. Journalisten und Intellektuelle haben Bände über die „Bild“-Zeitung geschrieben, der Presserat hat sich oft mit dem Blatt befasst. Manche Bücher waren Bestseller, doch das Boulevardblatt blieb weitgehend unbeeindruckt. Und dann kamen ein paar Journalisten, haben eine Seite namens „Bildblog“ gegründet und Tag für Tag alle Fehler und Ungenauigkeiten offengelegt. Das hat den „Bild“-Chefredakteur nicht lange unbeeindruckt gelassen.

Ich würde mir wünschen, dass die Kirche nach dem Impulspapier den Impuls hätte, einen eigenen Medienethik-Checker zu benennen. Einen, der Lob und Tadel verteilt, und der dieses Urteil auch begründet – mit Rückkanal. Damit macht man sich angreifbar, aber auch auffindbar. Pauschale Medienkritik nimmt keiner ernst, konkrete schon. Wenn der Ethik-Check gut gemacht ist, könnte es gut sein, dass Lena und ihre Freundinnen eines Tages Lust haben, sich diese Seite anzuschauen.