

Wut statt Wahrheit?

Die Meinungs- und Pressefreiheit in sogenannter post-faktischer Zeit

Von Hubert Spiegel (FAZ)

Rede anlässlich der Verleihung des 'Johann-Philipp-Palm- Preises 2016, in Schorndorf

Der Vortrag, den ich heute halten darf, umfasst exakt 3.789 Wörter. Fast alle diese Wörter finden Sie in Ihrem Wörterbuch, aber eben nur fast alle. Denn Wörterbücher verändern sich, weil die Sprache sich verändert. Und die Sprache verändert sich, weil die Gesellschaft sich verändert. Das mag ein wenig banal klingen, aber so banal, wie es scheint, ist die Sache nicht. Denn mit Wörtern werden Schlachten geschlagen, Wahlen gewonnen oder verloren, Intrigen gesponnen oder aufgedeckt, Kriege angezettelt oder verhindert. „Language matters“, sagt die Redaktion der Oxford Dictionaries, des wichtigsten Wörterbuches in Großbritannien. Sprache zählt, Sprache ist mächtig.

Stellen wir also gleich zu Beginn die Machtfrage, sie wird auf die eine oder andere Weise noch einige Male zu stellen sein: Wer bestimmt eigentlich, welche Wörter in ein Wörterbuch aufgenommen werden und welche nicht? Das ist, historisch betrachtet, Aufgabe der Wörterbuchredaktionen. Aber wer hat die Wörterbuchredaktionen inthronisiert, wer erteilte den Auftrag, wer gab ihnen die Macht, woher beziehen sie ihre Legitimität? Solange eine Institution funktioniert, stellen wir uns solche Fragen in der Regel nicht. Die Frage nach der Legitimation ist in den meisten Fällen bereits ein handfestes Krisensymptom. Das gilt, nehmen wir nur den Duden in Deutschland, auch für Wörterbücher und ihre Redaktionen. Sie gehören zu jener Art Institution, von der heute noch mehrfach die Rede sein soll. Ich meine Institutionen, die in letzter Zeit an Ansehen eingebüßt haben, ohne dass die Ursachen dieses Ansehensverlustes immer auf Anhub erkennbar und nachvollziehbar wären.

Großbritannien hat zu traditionsreichen Institutionen ein anderes, ein engeres und belastbareres Verhältnis als die Deutschen, deren Geschichte reicher an Brüchen als an Kontinuitäten ist. So dachten viele Deutsche, zumindest, bis der Brexit kam. Aber vielleicht ist es auch umgekehrt, vielleicht wird sich ja die historisch betrachtet noch sehr junge Bundesrepublik als kontinuierlich erweisen, gerade weil die deutsche Geschichte so viele Brüche und Verwerfungen aufweist. Das hieße, Kontinuität zu schätzen, weil man sie noch nicht für selbstverständlich hält und ihrer erst recht noch nicht überdrüssig geworden ist. Das wäre sehr zu wünschen.

Aber mein Thema sind heute eher Zäsuren und Kontinuitätsbrüche. Bleiben wir also zunächst beim Brexit. Seine Folgen sind noch immer nicht absehbar, bei weitem nicht. Dass er eine Zäsur in der jüngeren Geschichte Großbritanniens und möglicherweise sogar ganz Europas darstellt, dürfte jedoch unumstritten sein. Deshalb, so wurde allgemein vermutet, würde die Redaktion der Oxford Dictionaries den Begriff „Brexit“ zum Wort des Jahres 2016 bestimmen. Aber es kam anders. Das englische Wort des Jahres lautet, wie wir seit kurzem wissen, „post-truth“, was wörtlich übersetzt so viel bedeutet wie „Nach-Wahrheit“ oder „nach der Wahrheit“. In Deutschland lautet der entsprechende Begriff „post-faktisch“. Diese Entscheidung ist in Deutschland zum Teil heftig kritisiert worden, zu Unrecht, wie ich denke. Es ist sicherlich nicht angebracht, von einem post-faktischen Zeitalter zu sprechen, wie dies mitunter geschehen ist. Epochen, die alle fünf Minuten neu ausgerufen werden, sind keine. Aber wir wissen nicht, wie unsere Welt in zehn oder zwanzig Jahren aussehen wird. Einstweilen verstehe ich das Wort post-faktisch als das Ergebnis des Versuchs, einen Vorgang auf den Begriff zu bringen, der die Meinungs- und Pressefreiheit, nicht nur unmittelbar berührt, sondern sie auch bedroht.

Unter post-faktischer Politik, wie sie in jüngster Zeit vor allem im amerikanischen Wahlkampf und zuvor in der Brexit-Kampagne zu beobachten war, versteht man ein politisches Vorgehen, das sich nicht mehr auf Fakten und nachprüfbarbare Tatsachen bezieht, sondern wissentlich und erkennbar falsche Aussagen und Unwahrheiten zur Grundlage des eigenen Handelns macht. Dem post-faktischen Politiker gilt die Lüge als legitimes Mittel, das er ungestraft anwenden kann, weil er sich an ein Publikum richtet, dem es zumindest in bestimmten Zusammenhängen schlicht egal ist, wenn es belogen wird. Das ist neu, das ist der entscheidende Unterschied zu populistischer, diktatorischer oder propagandistischer Politik, wie wir sie bislang kannten. Neu ist eine Rezeptionshaltung, die belegbare Fakten leugnet und nachweisliche Unwahrheiten akzeptiert. Das ist nicht leicht zu verstehen. Wer lässt sich schon gern belügen? Anders gefragt: Wieso stört es plötzlich so viele Menschen nicht mehr, wenn sie belogen werden? Noch anders, nämlich grundsätzlicher gefragt: Wie kann es sein, dass die Wahrheit plötzlich so stark im Kurs gefallen ist?

Die Wahrheit, hat Mark Twain gesagt, sei unser kostbarstes Gut. Wir sollten sparsam damit umgehen. Man könnte meinen, Twain, der zum Sarkasmus neigende Autor der Abenteuer von Tom Sawyer und Huckleberry Finn, habe mit diesem Bonmot schon vor über hundert Jahren das Motto des jüngsten amerikanischen Wahlkampfes formuliert. Tatsächlich ist es aber so, dass dieser Wahlkampf in mancherlei Hinsicht an die Verhältnisse in den USA im neunzehnten Jahrhundert erinnert, als Stimmen gekauft, Wahlbüros überfallen und politische

Gegner diffamiert wurden. Wer ein öffentliches Amt anstrebte, musste mitunter sogar um Leib und Leben fürchten. Auch der Hass, die Verachtung und die Verleumdungen, die Washington als Verkörperung der Zentralgewalt auf sich zieht, sind nicht neu, sondern gehören zu einer unseligen Tradition, von der die politische Geschichte Amerikas seit der Unabhängigkeitserklärung begleitet wird. Wo liegt die Wahrheit, wenn ein Lügner einen Lügner einen Lügner nennt?

Die Zeitschrift Politico hat Donald Trump nachgewiesen, dass er innerhalb von fünf Wahlkampftagen 87 unwahre Behauptungen aufgestellt hat. Die New York Times dokumentierte 37 sogenannte „big Lies“, große Lügen, des Wahlkämpfers Trump innerhalb von nur einer Woche. Drei Viertel aller überprüfbaren Aussagen Trumps während des gesamten Wahlkampfes, so war in der amerikanischen Presse zu lesen, seien unwahr gewesen.

Was fangen wir mit solchen Zahlen an? Wenn wir zum Lager der Trump-Gegner gehören, werden wir dazu neigen, zu glauben, was wir da zu hören bekommen. Sehr wahrscheinlich sind wir empört, wenn nicht sogar wütend. Wenn wir zu Trumps Befürwortern gehören, werden wir das Gegenteil tun und vermuten, die Zahlen seien frei erfunden oder zumindest stark übertrieben. Auch dann werden wir Empörung oder sogar Wut verspüren. Aber was folgt aus Wut und Empörung? Im einen wie im anderen Fall sind wir nicht in der Lage, die genannten Zahlen zu überprüfen. Es ist uns schlechterdings unmöglich. Das ist kein Problem der Meinungsfreiheit. Es ist ein Problem der Meinungsbildung.

Die freie Presse ist in der Demokratie ein wichtiges Instrument im Prozess der Meinungsbildung. Wenn dieses Instrument drastisch an Ansehen verliert, wenn es nicht mehr oder nur in eingeschränktem Maße genutzt wird, kann das nicht ohne Folgen im Prozess der Meinungsbildung bleiben. Entweder es entsteht ein Vakuum oder es treten andere Instrumente an die Stelle der bisherigen.

Dass der Einzelne seine persönliche Meinung über etwas stellt, was allgemein als Tatsache oder Wahrheit gilt, ist sein gutes Recht, wie Otfried Höffe vor zwei Jahren hier in seiner brillanten Festrede dargelegt hat. Wer eine Meinung äußert, ist durch das Recht auf Meinungsfreiheit geschützt und unterliegt keiner Beweislast für seine Äußerungen. Man kann behaupten, was man will und ist nicht verpflichtet, den Nachweis der Richtigkeit seiner

Behauptungen zu erbringen. Das galt bislang für den Privatmann, nicht aber für Politiker. Der private und der politische Diskurs waren aus guten Gründen geschieden. In beiden Bereichen galten je unterschiedliche Regeln. Wenn Politiker wie Donald Trump nun bei öffentlichen Auftritten die Rechte des Privatmannes für sich in Anspruch nehmen und gerade dafür Zustimmung erfahren, weil ihr Publikum der Täuschung erliegt, hier spräche einer von ihnen, ein ganz normaler Privatmann, dem aber paradoxerweise zugleich größte politische Autorität zugeschrieben wird, dann erwachsen daraus erhebliche Probleme. Das ungeschriebene Regelwerk des politischen Diskurses gerät aus den Fugen.

Bislang galt für den öffentlichen Diskurs die begründete Annahme, dass Meinungen durch Argumente und belegte Tatsachen beeinflussbar sei und dass diese Art von Beeinflussung positiv zu unterscheiden sei von einer Manipulation mittels bewusst falscher Aussagen. Aber offenbar haben sich ein gesellschaftlicher, sozialetisch begründeter Wahrheitsanspruch und ein je individuell eingefordertes Recht auf Meinungsfreiheit in ein ungutes Konkurrenzverhältnis begeben, um es vorsichtig auszudrücken. Die traditionellen Medien haben sich vorerst als weitgehend unfähig erwiesen, in diesem Konflikt zu vermitteln. Woran liegt das? Nun, sie sind selbst Akteure in diesem Konflikt und überdies mit anderen Akteuren, nämlich den sozialen Medien wie Facebook und anderen, in ein weiteres Konkurrenzverhältnis verstrickt.

Versuchen wir noch einmal zu verstehen, was mit dem Begriff des Post-Faktischen beschrieben werden soll. Die Anhänger einer post-faktischen Politik stellen ihre Meinungen, Überzeugungen und Gefühle über all jene Tatsachen, die diesen Meinungen, Überzeugungen und Gefühlen zuwiderlaufen. Und umgekehrt wird alles, was ihre Ansichten nicht bestätigt, ausgeblendet, ignoriert, geleugnet oder kurzerhand als Unwahrheit abgetan. Donald Trump selbst hat diesen Vorgang und seine Konsequenz sehr treffend beschrieben, als er sagte: „Ich könnte mitten auf der Fifth Avenue in New York jemanden erschießen und würde keinen einzigen Wähler verlieren. Es ist einfach unglaublich.“ Ende des Zitats.

Ich nenne noch ein anderes Beispiel: Der frühere New Yorker Bürgermeister Rudy Giuliani behauptete während des Wahlkampfes, in dem er Donald Trump unterstützt hat, es habe vor dem Amtsantritt von Präsident Obama im Jahr 2008 keine islamistischen Terrorakte in Amerika gegeben. Jeder Amerikaner weiß, was das Datum 9/11 bedeutet und dass die islamistische Terrororganisation Al Qaida hinter den entsetzlichen Anschlägen auf das World

Trade Center im Jahr 2001 steckte. Jeder Amerikaner weiß, dass Giuliani gelogen hat. Aber ein Teil der amerikanischen Bevölkerung fand Gefallen an der Botschaft, die Giuliani mit seiner Lüge übermitteln wollte. Sie lautet: Obama trägt die Verantwortung für den islamistischen Terror und mit ihm Hillary Clinton. Diese beiden haben den Terrorismus ins Land gebracht, sie sind schuld daran. Die Lüge wird also nicht wirklich geglaubt, zumindest nicht in diesem Fall. Im Gegenteil, sie wird auf Anhieb durchschaut und erkannt als das, was sie ist: eine dreiste Unwahrheit. Aber sie wird in Kauf genommen wegen der Botschaft, die mit ihr verknüpft ist. Über Art und Wert dieser Botschaft selbst muss damit noch nicht unbedingt etwas ausgesagt sein.

Ein wenig anders verhält es sich im Fall von Boris Johnson, der während seiner Kampagne für den Austritt Großbritanniens mit einem Wahlkampfbus durchs Land fuhr, auf dem in großen Lettern die Behauptung zu lesen war, England überweise 350 Millionen Pfund pro Woche nach Brüssel. Johnsons Lüge war kaum weniger dreist als jene Giulianis, aber sie war sicherlich nicht von jedem Bürger Englands auf Anhieb zu durchschauen. Eine repräsentative Umfrage, die kurz vor dem Tag des Referendums durchgeführt wurde, ergab folgenden Befund: 78 Prozent der Engländer hatten schon einmal von Johnsons Behauptung gehört. 47 Prozent hielten sie für wahr, 39 Prozent für falsch. Vierzehn Prozent waren unentschieden. Dieselbe Umfrage ergab, dass 45 Prozent der englischen Bevölkerung glaubten, der EU-Beitritt der Türkei werde schon bald erfolgen und 75 Millionen Türken seien dann berechtigt, nach Großbritannien zu ziehen. 45 Prozent waren nicht dieser Ansicht, zehn Prozent erklärten, es nicht zu wissen.

Es ist oft und früh genug in den englischen Medien darauf hingewiesen worden, dass Johnson gelogen hat, nicht nur was die 350 Millionen Pfund betrifft. Die Mehrheit der Engländer hat dennoch für den Brexit gestimmt, und wie wir wissen, ist der Lügner Johnson heute britischer Außenminister und lügt unbekümmert weiter.

„Brexit“ wäre zweifellos ein gute Wahl gewesen für das englische Wort des Jahres 2016. Aber ich halte post-truth für die bessere, die konsequentere Entscheidung. Warum? Weil es ohne eine post-faktische Politik, wie Boris Johnson, der Ukip-Chef Nigel Farage und andere sie betrieben haben, sehr wahrscheinlich nicht zum Brexit gekommen wäre. Und weil die post-faktische Politik der Brexit-Anhänger ebenso wie des neuen amerikanischen Präsidenten so erfolgreich war, ist zu befürchten, dass sie viele Nachahmer finden wird.

Was uns also bevorstehen könnte, ist eine Renaissance der politischen Desinformation und der Propaganda. Desinformation war ein wichtiges Instrument während des Kalten Krieges, Propaganda ist ein Begriff, den wir nicht nur, aber doch vor allem mit totalitären Systemen in Verbindung bringen. Was haben solche Instrumente in der Innenpolitik demokratisch verfasster Staaten zu suchen? Nichts, sollte die Antwort lauten. Aber gezielte Desinformationsmaßnahmen haben die amerikanische Wahl ebenso wie den Ausgang des Referendums über Englands EU-Zugehörigkeit in erheblichem, wenn nicht sogar in entscheidendem Maße beeinflusst. Wenn wir uns fragen, welche Phänomene der politischen Ereignisse der jüngsten Zeit wirklich neu sind, dann kommen wir zu dieser bestürzenden Antwort: Sowohl Methoden der außenpolitischen Auseinandersetzung zwischen verfeindeten Staaten wie auch an totalitäre Staaten gemahnende Propagandamethoden haben Einzug in die Innenpolitik westlicher Demokratien gehalten.

Der Wahlkampf zwischen Donald Trump glich über weite Strecken einer kriegerischen Auseinandersetzung. Die amerikanische Innenpolitik hat sich geradezu militarisiert, ihre Sprache hat bellizistische Züge. Souverän ist, wer über den Ausnahmezustand gebietet, lautet ein berühmter Satz des Staatsrechtlers Carl Schmitt. Wer Souveränität anstrebt, mag auf die Idee verfallen, den Ausnahmezustand herbeizuführen. Wie kann er dies tun? Zum Beispiel mit Worten. Wie finden diese Worte Verbreitung? Mithilfe der Medien. Werfen wir also einen Blick auf die Medien, die neuen wie die alten. Beginnen wir mit einem alten Medium.

Das erste Wörterbuch in England wurde im Jahr 1225 veröffentlicht. Es enthielt ausschließlich Begriffe in lateinischer Sprache. Es dauerte danach fast vierhundert Jahre, bis das erste rein englischsprachige Wörterbuch veröffentlicht wurde. Es erschien im Jahr 1604 und enthielt 2500 Einträge. Im Laufe des siebzehnten Jahrhunderts erschienen sechs weitere Konkurrenzunternehmen. Sie alle konzentrierten sich auf wenig gebräuchliche Begriffe, auf Fremdwörter also, wie wir heute sagen würden. Erst 1721 wurde erstmals der Versuch unternommen, ein Wörterbuch zu erstellen, das gleichsam ein Inventar der gesamten englischen Sprache darstellte. Mit Samuel Johnsons berühmtem „Dictionary of the English Language“ wurde wenig später erstmals ein sogenanntes Belegwörterbuch vorgelegt. Die Brüder Grimm übernahmen im neunzehnten Jahrhundert Johnsons Verfahren, das darin bestand, Zitate aus literarischen Werken anzuführen, die nicht nur belegen, dass das betreffende Wort existiert, sondern darüberhinaus seine Merkmale und seinen Gebrauch veranschaulichen. Wir verstehen ein uns unbekanntes Wort in der Regel ohne große Mühen,

wenn wir ihm im Kontext eines ganzen Satzes begegnen. Johnsons Werk war der letzte Versuch eines Einzelnen, die englische Sprache in einem Wörterbuch zu erfassen.

Als Mitte des neunzehnten Jahrhunderts der Dekan von Westminster Abbey vor der Philological Society dazu aufrief, ein neues Wörterbuch der englischen Sprache zu schaffen, war bereits klar, dass ein solches Projekt jeden Wissenschaftler überfordern würde. Der kluge Dekan schlug darum vor, Freiwillige anzuwerben. Das neue Wörterbuch sollte also ein Gemeinschaftsprojekt werden, ein Projekt der Schwarm-Intelligenz *avant la lettre*. Heute versammelt der Oxford English Corpus 150 Millionen Wörter im Monat, die in Zeitungen, Büchern und anderen Druckerzeugnissen gesammelt wurden, Transkriptionen gesprochener Sprache eingeschlossen. Neologismen werden herausgefiltert, Wörter, die innerhalb der letzten zwölf Monate besonders großes Interesse auf sich gezogen haben, also besonders häufig gebraucht wurden, werden zu einer Liste zusammengestellt, aus der die Redaktion schließlich das Wort des Jahres wählt. Gekürt wird ein Wort, das nicht nur bezeichnend für das jeweilige Jahr ist, sondern auch verspricht, seine kulturelle Signifikanz für einen längeren Zeitraum zu bewahren. Gekürt wird ein Wort, das etwas über den Zustand der englischen Gesellschaft aussagt und über das, was sie bewegt, im Guten oder auch im Schlechten. All das kann auf der Homepage der Oxford Dictionaries nachlesen, wer immer es wissen will.

Aber viele wollen es nicht wissen. Das gilt auch für Journalisten. In der deutschen Presse sind die Oxford Dictionaries für ihre Wahl des Wortes des Jahres zum Teil heftig kritisiert worden. Wenn man sich die Kritik anschaut, stellt man rasch ein gemeinsames Muster fest. Offenbar ohne Kenntnis des Auswahlverfahrens und seiner Kriterien wird die Entscheidung abgelehnt, weil sie irrtümlich als affirmativ, als Auszeichnung verstanden wird, als habe die Redaktion des englischen Wörterbuchs das, was der Begriff bezeichnet, nobilitieren wollen. Dass man die Dinge benennen muss, wenn man sie kritisieren oder sogar bekämpfen will, je klarer, desto besser, droht bei manchen offenbar in Vergessenheit zu geraten.

Sprache zählt, sagt die Wörterbuchredaktion in Oxford. Sie könnte mit ihren Suchprogrammen auch feststellen, ob mein Eindruck stimmt, dass der Satz „Wissen ist Macht“ heute seltener Verwendung findet als vor zwanzig, fünfzig oder hundert Jahren. Das Verfügbarkeitsversprechen des Internets hat das Wissen zugunsten der Information entwertet. Aber eines hat sich nicht geändert: Die Macht einiger Weniger beruht noch immer allzu häufig auf der Unwissenheit allzu Vieler. Die Aufklärung war das historische Projekt, das daran etwas ändern wollte. Die Aufklärung und in ihrem Gefolge die Emanzipation des Bürgertums, das sich das Recht erstritt, sich zu bilden, seine politischen Meinungen frei zu äußern und diese Meinungsäußerung in einer freien Presse zu verbreiten und zu erörtern,

das sind die Grundlagen der modernen Demokratie. Der Geist der Aufklärung, Meinungsfreiheit, Pressefreiheit und Demokratie bedingen einander, sie gehören zusammen, und wer eines dieser vier Elemente beschädigt, beschädigt auch die anderen. Er beschädigt das Ganze. Zu beschützen sind diese Errungenschaften nur, in dem sie vollzogen werden, durch aktive Teilhabe.

Hier liegt offenbar ein Problem. Denn im 21. Jahrhundert hat sich das Verständnis von Partizipation und Repräsentation in großem Maße verändert. Das ist eine Folge des Internets, das Partizipation zwar ungemein erleichtert, sie aber auch dort vorgaukelt, wo sie gar nicht stattfindet. Nicht wenige Menschen stürzen sich auf die Kommentarfunktionen vieler Webseiten wie auf ein Lebensmittel, das sie lange entbehren mussten. Sie rufen in einen virtuellen Wald hinein und sind frustriert, wenn nichts herausschallt. Sie hungern offenbar nach nichts so sehr wie nach Aufmerksamkeit und Bestätigung. Der Hungerige aber ist leichter zu manipulieren als der Satte.

Stephen Bannon, der vielleicht wichtigste und einflussreichste Berater des neuen amerikanischen Präsidenten, leitet seit vier Jahren die rechte, in Teilen ultrakonservative Nachrichtenseite „Breitbart News Network“. Im Oktober 2016 verzeichnete die Seite 37 Millionen Besucher, die dort mit Inhalten konfrontiert wurden, die nach Einschätzung vieler Beobachter zum Teil als nationalistisch, rassistisch, antisemitisch und homophob zu gelten haben. Die deutsche Wochenzeitung „Die Zeit“ hat unlängst aus einer amerikanischen Studie zitiert, die ermittelt hat, das „Breitbart“ die führende Quelle für politische Inhalte in den sozialen Medien ist. Und das nicht nur in den USA, sondern weltweit. Ich zitiere: „Die Artikel, die auf Breitbart erscheinen, werden häufiger gelesen, als die der New York Times, der Washington Post und des Wall Street Journal zusammen. Von Mitte Mai bis Mitte Juni 2016 lasen oder teilten über neun Millionen Menschen auf Facebook oder Twitter Breitbart-Artikel. Die Washington Post kommt auf 3,3 Millionen, das Wall Street Journal auf 2,9 Millionen. Die New York Times ist nicht einmal unter den ersten zwanzig.“ Ende des Zitats.

Der publizistische Einfluss von Breitbart ist bereits heute enorm groß. Zur Zeit, so heißt es, suche das Medienunternehmen in Berlin und Paris nach Büroräumen, um Filialen in Europa zu eröffnen. Bannon selbst, der sich als „Wirtschafts-Nationalisten“ bezeichnet und offen davon spricht, dass seine Bewegung die nächsten 40 bis 50 Jahre in Amerika an der Macht bleiben könnte, soll gute Beziehungen zum Front National und zu Nigel Farage unterhalten, dem früheren Ukip-Chef, der zu den Anführern der Brexit-Kampagne gehörte. Ein Breitbart-Büro in London wurde bereits 2014 gegründet. In Interviews, die er nur selten gibt, lässt

Bannon erkennen, dass er sich und seine Bewegung am Anfang einer Entwicklung sieht, die von den USA aus auf den Rest der Welt übergreifen soll.

Innerhalb der immer wichtiger werdenden Welt der sozialen Netzwerke droht eine zunehmende Marginalisierung der klassischen Medien. In der Türkei wurden seit dem Putschversuch vom Juli 2016 etwa 170 Medienunternehmen geschlossen. Menschen werden verfolgt, drangsaliert, inhaftiert und teilweise wohl auch gefoltert. In Burundi sind die Zustände noch weit schlimmer. Nichts dergleichen droht zur Zeit in den Vereinigten Staaten oder Europa. Aber auch im Fall der Türkei sind wohl die meisten Beobachter von den quasi-diktatorischen Maßnahmen, die Erdogan angeordnet hat, überrascht worden. Souverän ist, wer über den Ausnahmezustand gebietet – am Beispiel der Türkei unter Erdogan kann man zu unserem großen Leidwesen zur Zeit studieren, was dieser Satz bedeuten kann. Wir sollten es studieren und nicht vergessen, dass heute umgestürzt werden kann, was gestern errichtet wurde.

„Die freie Mitteilung der Gedanken und Meinungen ist eines der kostbarsten Rechte des Menschen. Jeder kann mithin frei sprechen, schreiben, drucken, mit Vorbehalt der Verantwortlichkeit für den Mißbrauch dieser Freiheit in den durch das Gesetz bestimmten Fällen.“

So heißt es in Artikel 11 der Erklärung der Menschen- und Bürgerrechte, die am 26. August 1789 in der französischen Nationalversammlung verkündet wurden. Auf den Tag genau siebzehn Jahre später wurde Johann Philipp Palm auf französischen Befehl erschossen, weil er von diesen Rechten, die er seiner und unserer Ansicht nach mit allen Menschen teilte, nicht abrücken wollte. Napoleon, der die Hinrichtung angeordnet hatte, verfügte über große Armeen, doch seine Soldaten waren nicht so zahlreich wie jene Söldner, die heute die Meinungs- und Pressefreiheit bedrohen.

Donald Trump hat sich im Wahlkampf aller Medien bedient. Man hat errechnet, dass ihm die amerikanischen Fernsehstationen Sendezeit im Wert von mehr als zwei Milliarden Dollar eingeräumt haben, gemessen an den Tarifen für Werbespots. Nicht minder wichtig, vermutlich sogar noch wichtiger als das Fernsehen, war jedoch der Kurznachrichtendienst Twitter, auf dem Trump mit großer Intensität und bis heute Kommentare, Erklärungen und Botschaften abgibt. Zur Zeit sind mehr als 16 Millionen Nutzer als sogenannte Follower registriert, die Trumps Nachrichten lesen, kommentieren und weiterverbreiten. 39 Prozent

dieser Follower, ich referiere den Stand von Anfang November, sind jedoch keine Menschen, sondern Computerprogramme, sogenannte Bots, also Kommunikationsroboter.

Das sind Trumps automatisierte Söldner, die auch jedem anderen Herrn zu Diensten wären: mehr als vier Millionen Roboter, die im Internet auftreten und agieren, als wären sie Menschen. Bots werden in sozialen Medien zu Zwecken kommerzieller Werbung eingesetzt, aber natürlich auch, um politische Botschaften zu verbreiten. In der Frage, wer das erste TV-Duell im Wahlkampf gewonnen hat, Trump oder Clinton, wurde auch der Kurznachrichtendienst Twitter ausgewertet. Eine Untersuchung der Universität Oxford hat ergeben, dass mehr als jeder dritte Tweet, der für Trump abgegeben wurde, nicht von einem Menschen, sondern von einem Bot stammte. Im Lager der Anhänger von Hillary Clinton waren derselben Untersuchung zufolge etwa 22 Prozent der Tweets computergeneriert. Beide Lager haben sich zwar eindeutig der Manipulation schuldig gemacht, aber gegen keine Gesetzesvorschrift verstoßen.

Für den normalen Nutzer des Internets ist die Herkunft solcher manipulierter Nachrichten nicht erkennbar. In Deutschland haben sich CDU, SPD, Grüne, die Linkspartei und die FDP gegen den Einsatz von Bots im kommenden Wahlkampf ausgesprochen. Von der AFD war Widersprüchliches dazu zu hören.

Es ist beängstigend, aber Algorithmen drohen den Prozess der politischen Meinungsbildung zu unterminieren. Was bedeutet das für die Presse und Meinungsfreiheit? „Wenn der Verstand schläft, erwachen die Maschinen“, hat der polnische Dichter Zbigniew Herbert gesagt. In den Vereinigten Staaten diskutieren Juristen bereits die Frage, ob Maschinen das Recht auf freie Meinungsäußerung besitzen. Das ist kein Scherz, auch wenn es so klingt. Denn die amerikanische Verfassung garantiert „freedom of speech“, also die Freiheit der Rede an sich. Damit, so wird argumentiert, sei das Recht auf Meinungs- und Redefreiheit nicht an ein Subjekt gebunden, sondern beziehe sich allein auf den Akt der Rede. Google argumentiert in ähnlicher Richtung, wenn es seine Suchmaschinenergebnisse mit dem Schutz der Meinungsfreiheit in Verbindung bringt. Auch Apple und Facebook haben sich bereits ähnlich geäußert. Das Recht auf Meinungs- und Pressefreiheit steht heute, 250 Jahre nach der Geburt von Johann Philipp Palm, in vielen Teilen der Welt vor anderen und wohl auch weit größeren Herausforderungen als Palms Nachfahren ahnen konnten, als sie diesen Preis im Jahr 2002 ins Leben riefen. Umso mehr sind wir den Stiftern und ihrer Familie zu Dank verpflichtet. Ich gratuliere den Preisträgerinnen sehr herzlich und danke für Ihre Aufmerksamkeit.

