

-CALL FOR PAPERS -

CFP: Vertrauen in einer Kultur der Digitalität (Buchreihe *ars digitalis* des Springer Vieweg Verlags)

Ohne Vertrauen, schreibt der Soziologe Niklas Luhmann, könnten wir uns morgens nicht einmal aus dem Bett erheben. Als routiniert riskierte Vorleistung reduziert Vertrauen soziale Komplexität. Vertrauen setzt den Menschen so erst in seine Handlungs- und Entscheidungsfähigkeit.

Diese Prämissen gilt auch auf der Ebene öffentlicher Kommunikation und ihrer Institutionen. Die Fraglichkeit von Wahrheitsgehalten, welche die zunehmende Popularität des Internet-Journalismus zu begleiten scheint, markiert für Medienakteure und ihr Publikum neue Ansprüche an den Begriff des Vertrauens. Medienpraktisch wird der Begriff des Vertrauens im steten Zufluss realitätsnaher, wahrheitsgetreuer und verlässlicher Informationen. Im Tagesgeschehen medialisierter Gesellschaften müssen diese Informationen unterscheidbar gemacht werden von ihrem semantischen Gegenteil, den quasi aus der Luft gegriffenen, sich aber durch vermeintliche Brisanz verbreitenden *Fake News*. In ihrer Zirkulations- und Verbreitungsfähigkeit sind *Fake News* als auch Informationen, mit einem tatsächlich epistemisch unklaren Status wie dem Gerücht, an die wachsende Bedeutsamkeit von *Social-Network-Services* (SNS) und KI-generierter medialer Artefakte gebunden.

Im ersten Teil unseres geplanten Essaybandes sind aus dem Bereich der *Philosophie* dazu folgende Fragestellungen als Einzelbeiträge vorstellbar:

- 1) Inwieweit fordern SNS und KI-Artefakte unser Vertrauen in die Formen dokumentarischer Authentizität audiovisueller Medien aufs Neue heraus? Oder sind die Ansprüche an den Begriff der Authentizität im Zeitalter ‚alternativer Fakten‘ längst überholt?**
 - 2) Welche erkenntnistheoretischen Perspektiven zeigen sich als mögliche Alternative zu einem selbstzerstörerischen Relativismus, welcher den epistemischen Wahrheitsgehalt von Aussagen über unsere Welt als soziales Konstrukt eben dieser Welt nivelliert?**
 - 3) Wie ließe sich eine epistemologische Vermittlungsleistung zwischen Sozialkonstruktivismus und Materialismus formulieren, die Unterscheidungsmöglichkeiten von epistemischen und diskursiven Formen von Evidenz einschließt, um so zu einem ‚praktikablen‘ Wahrheitsbegriff für die Bewertung von Nachrichten zu gelangen?**
- [...]

Mit der Popularität von SNS wird der Umgang mit Desinformation, *Fake News* und Gerüchten auf Seiten der klassischen Massenmedien organisatorisch als Anpassungsleistung beobachtbar: von Nachrichtenagenturen und ihren redaktionellen Programmstandards bis in die journalistische Recherchepraxis hinein manifestiert sich diese Anpassungsleistung als Verlagerung von der Produktion und Distribution reiner Informationsgehalte hin zu einer Überprüfung und Bewertung von Wahrheitsgehalten bereits zirkulierender Informationen aus dem Bereich der SNS. Institutionell sind diese als *Fakten-Checker-Agenturen* und -Rubriken sichtbar geworden, deren Arbeit, als vormals selbstverständlicher Teil journalistischer Praxis,

im öffentlichen Bewusstsein nun mit den oft erwähnten *Faktenchecks* von Informationen eigens Betonung findet. Aus Sicht der **Kommunikations- und Medienwissenschaften** wie auch der **Soziologie** sollen die durch SNS ausgelösten strukturellen Veränderungen in Organisation und Arbeitsweise von Massenmedien auf folgende Weise betrachtet werden:

- 1) Welche institutionellen Veränderungen sind im System der Massenmedien mit der neuen verstärkten Bewertung von Wahrheitsgehalten beobachtbar?
- 2) Inwiefern lässt sich durch die Popularität von SNS der Anspruch klassischer Massenmedien, ein kommunikatives Drehkreuz für gesellschaftliche Teilöffentlichkeiten zu bieten, noch aufrecht erhalten?
- 3) Kommt es mit den SNS und relativistischen Argumentationsfiguren einer postfaktischen Politik zu einer Erosion von Systemvertrauen, so muss sich fragen lassen; kompensieren moderne Gesellschaften diese Erosion mit neuen Verfahrensweisen sozialer Kontrolle und falls ja, in welcher Gestalt? Und: wie wäre dies zu bewerten?

Normativer Hintergrund dieser ethischen Grundsatzfragen ist der politische Anspruch an den Begriff einer demokratischen Öffentlichkeit, in der Themen von allgemeiner gesellschaftlicher Bedeutung im Sinne des Interessenausgleichs frei verhandelbar sein sollen. Der gegenwärtige Befund einer Aufspaltung und Zersplitterung medialer Öffentlichkeiten in einzelne Filterblasen, Bubbles und Echokammern scheint diesen Ausgleich allerdings nicht mehr zuzulassen. Gleichwohl setzt politische Öffentlichkeit und ihre Arbeit an allgemeinverbindlichen Normen weiterhin eine sozialintegrative Leistung von Medien voraus, in der Vertrauen auf die Repräsentativität von außermedialer Wirklichkeit zentral ist.

Im dritten Kapitel unseres Buchprojektes sollen daher normative Konzepte von Vertrauen diskutiert werden, welche eine emanzipatorische Medienpraxis von Bürgerinnen und Bürger integrieren, deren Informationsaneignungsprozesse wie auch ihre in den Medien entfaltete Publizität den Begriff der Öffentlichkeit wieder als konstitutives Element einer politischen Identität einholen. Dies verlangt ebenfalls eine theoretische Positionierung zum Vorwurf eines nihilistischen Wahrheitsrelativismus im Bereich der SNS und der damit oft verbunden ideologisch motivierten Deklassierung neu entstandener Publika und Foren im Netz. Aus Sicht der **Medien-Psychologie, Medienpädagogik und Politologie** lassen sich hierzu folgende Fragehorizonte auszirkeln:

- 1) Wie ist legitimes Vertrauen herzustellen? Besteht es in der Anerkennung einer geteilten Verantwortlichkeit von Rezipierenden und Produzierenden?
- 2) Welche Zusammenhänge zeigen sich zwischen Wissenschaftsvertrauen und gesellschaftlicher Rationalität?
- 3) Welche Rolle kommt medialen Instanzen zur Popularisierung fachwissenschaftlicher Erkenntnisse für die Bildung von Wissenschaftsvertrauen zu?
- 4) Welcher medienpädagogische Bildungsauftrag lässt sich aus dem normativen Anspruch von Wissenschaftsvertrauen ableiten?
[...]

Weitere Beiträge aus angrenzenden Fachrichtungen sind ebenfalls gerne willkommen!

Information zur Einreichung von Themenvorschlägen für den geplanten Essayband:

Ihren Themenvorschlag (als Textskizze von 300 bis 500 Wörtern) senden Sie bitte per E-Mail bis zum **21.04.2025** an:

sammelband.vertrauen@gmail.com

Die Publikation der Sammelbandes im Rahmen der Buchreihe *ars digitalis* (Springer Vieweg Verlag) ist zum Sommer 2026 vorgesehen.

Für Fragen stehen Ihnen Florian Fuchs und Tim Raupach (per Email s.o.) gerne zur Verfügung!

Wir freuen uns auf Ihren Beitrag!

Mit freundlichen Grüßen,

Das Herausgeber-Team