

Echtzeit-Öffentlichkeiten

Neue digitale Medienordnungen und neue Verantwortungsdimensionen. *Von Klaus-Dieter Altmeyen, Christoph Bieber, Alexander Filipović und Jessica Heesen*

Abstract Der Strukturwandel von Öffentlichkeiten ist an der Entstehung, der Entwicklung und den Folgen von Echtzeit-Öffentlichkeiten ablesbar. Mit Echtzeit-Öffentlichkeiten werden Phänomene öffentlicher Foren und Agenden bezeichnet, die unmittelbar, in „Echtzeit“ aufgrund verschiedenartiger Rahmenbedingungen entstehen. Diese Art von Öffentlichkeiten stellen neue Herausforderungen für Ethik und Verantwortungswahrnehmung dar. Der Beitrag problematisiert Echtzeit-Öffentlichkeiten vor dem Hintergrund eines kurzen Abrisses zur Öffentlichkeitstheorie und fragt, worin Notwendigkeiten einer Neuziehung von Grenzen bisheriger medienethischer und medienverantwortlicher Ausdehnung bestehen.

Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeyen ist Hochschullehrer am Studiengang Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Mitherausgeber von Communicatio Socialis.

Prof. Dr. Christoph Bieber ist Inhaber der Welker-Stiftungsprofessur für Ethik in Politikmanagement und Gesellschaft an der NRW School of Governance der Universität Duisburg-Essen.

Digitalisierungen, Öffentlichkeiten, Verantwortungen

In diesem Beitrag sollen Echtzeit-Öffentlichkeiten als Folge der gesellschaftlichen Digitalisierung identifiziert, ihre Strukturen analysiert und ihre kulturellen und politischen Auswirkungen reflektiert werden. Im Beitrag, der als eine Forschungsskizze zu verstehen ist, nähern wir uns den mit Echtzeit-Öffentlichkeiten zwangsläufig verbundenen Veränderungen für die mediale Ethik und den Verantwortungsbegriff für die öffentliche, gemeinwohlorientierte Kommunikation.

Der Beitrag zielt daher darauf, Echtzeit-Öffentlichkeiten als neue Herausforderungen für Ethik und Verantwortungswahrnehmung anzusehen, die insbesondere mit der Offenlegung der Effekte der Digitalisierung auf die normativen Funktionsbeschreibungen von Medien in der Demokratie (z. B. gesellschaftliche Integration, Mitwirkung an der Meinungsbildung, Kritik und Kontrolle) verbunden sind. Die Konturen eines allumfassenden digitalen Mediensystems lassen erkennen, dass die Entstehung von Echtzeit-Öffentlichkeiten die Grenzen

bisheriger medienethischer und medienverantwortlicher Ausdehnung sprengt und damit nachhaltige Rückwirkungen auf die demokratischen Funktionen der Medien haben wird.

Mit Echtzeit-Öffentlichkeiten bezeichnen wir das Phänomen der Entstehung öffentlicher Foren und Agenden unmittelbar, in „Echtzeit“, aufgrund verschiedenartiger Rahmenbedingungen. Technisch werden Echtzeit-Öffentlichkeiten durch die Digitalisierung der Medien, ihrer allgemeinen und allgegenwärtigen Verfügbarkeit und der damit verbundenen Entstehung neuer interaktiver Distributionsplattformen und Medienformate (z. B. „Twitter“, „Facebook“, „Periscope“, „Snapchat“, „YouNow“, „Meerkat“) ermöglicht; ökonomisch eröffnen sie neuen Akteuren den Zutritt zu öffentlichen Arenen und Themen und sozial verändern sie kulturelle Praktiken sowie Institutionen der öffentlichen Sphäre.

Der tiefgreifende Strukturwandel der Entstehung, Ausbreitung und Wirkung von Echtzeit-Öffentlichkeiten mit seinen vielfältigen kulturellen und politischen Folgen ist bislang kaum unter den Vorzeichen von Ethik und verantwortlichem Handeln thematisiert worden. So ist fraglich, ob es genügt, vorhandene Öffentlichkeitsmodelle auf ihre Plausibilität zu prüfen und in Richtung von Echtzeit-Öffentlichkeiten und deren Merkmalen weiter zu entwickeln, oder ob es notwendig ist, komplett neue Modelle von Öffentlichkeit zu entwerfen.

Sollten neue Modelle notwendig sein, wird auch die Analyse der (neuen) Beziehungen zwischen Öffentlichkeiten und Verantwortung hoch relevant sein. Davon ist auszugehen angesichts der Tatsache, dass sich die Vermittlungsleistungen der traditionellen Medien für gemeinwohlorientierte Belange verändern (Entertainisierung, Kommerzialisierung) und mit neuen Akteuren vor allem im Segment der Social Media (Blogs, Videoplattformen, Kurznachrichtendienste, Live-Plattformen) neue Formen und Arenen der öffentlichen Kommunikation entstehen. Diese sind in vielen Fällen mit ökonomischen Transaktionsmedien („Google“, „Ebay“, „Amazon“) oder Möglichkeiten verbunden („Paypal“), so dass zwischen öffentlichem Agieren und kommerzieller Nutzung keine Medienbrüche entstehen. Die Vernetzung der Nutzer_innen untereinander in den sozialen Medien erlaubt die Auswertung der in die Nutzerprofile eingeschriebenen Daten zur Platzierung kontextbezogener Angebote, die auf das jeweilige Nutzerverhalten reagieren (z. B. lebenslagenbezogene Suchergebnisse und Werbung, individuelle Preisgestaltung).

Prof. Dr. Alexander Filipović ist Inhaber des Stiftungslehrstuhls für Medienethik an der Hochschule für Philosophie in München und Mitherausgeber von Communicatio Socialis.

PD Dr. Jessica Heesen ist am Internationale Zentrum für Ethik in den Wissenschaften an der Universität Tübingen tätig.

Ein Aufriss der aufscheinenden Probleme

Dass sich die Maßstäbe eines verantwortlichen öffentlichen Handelns verändern, zeigt sich anhand vielfältiger Ereignisse, welche die Frage nach einer verantwortlichen Medienkommunikation unter neuen Vorzeichen ins Bewusstsein gerufen haben (z.B. der Absturz der Germanwings-Maschine im Frühjahr 2015 und die Terroranschläge in Paris im Herbst 2015).

Doch die Parameter verändern sich radikaler. Die neuen medialen Konstellationen zeigen sich daran, dass die Ereignisse in Echtzeit übertragen und damit für die Netznutzer_innen in einem neuen Maß erlebbar werden. Selbst die Geiseln bei den Pariser Terroranschlägen haben Videos per Smartphone hochgeladen und den Terrorakt damit in die Öffentlichkeit gezerrt. Daran zeigt sich exemplarisch eine Vervielfältigung von Öffentlichkeitsakteuren, deren Aktivitäten die Ethik herausfordern: Die Nachrichtenseite „Mashable“ beispielsweise twitterte Bilder von den Opfern der Attentate, weil die Menschen sich an die Opfer und nicht an die Täter erinnern sollten. Aufgrund einer durch die Vervielfältigung im Netz permanent entstehenden unübersichtlichen Nachrichtenlage und vielen individuellen Beiträgen verschwimmen die Zuordnungen von Täter und Opfer, unter anderem auch weil Einzelne Bilder fälschen, die im Netz ungefiltert und vor allem ungeprüft weitergeleitet werden. Die Nutzer können nicht unterscheiden, ob es Opfer, Täter oder Unbeteiligte sind, die das digitale Nachrichtenfieber anheizen. Darüber hinaus garantiert das Netz Anonymität auch da, wo Zivilgesellschaften vielleicht gar keine wollen, wie etwa bei rechtsradikalen Äußerungen oder generell Schmähkritiken, die den sachlichen Hintergrund der Kritik längst hinter sich gelassen haben.

Die technologische Dimension der Echtzeit-Kommunikation, die sich in Hashtags, Retweets oder dem Teilen digitaler Einzelteile wie Fotos oder animierten Bilddateien ausdrückt, erlaubt auch neue Mess- und Kontrollmethoden. Auch in dieser Hinsicht hecheln die traditionellen Medien hinterher: Wo sich Printmedien und Rundfunksender noch auf grobe Auflagenzahlen und Quoten verlassen müssen, arbeiten Softwareprogramme wie „Google Analytics“ oder „Piwik“ mit Online-Erfolgskontrollen in Echtzeit (Sorge 2014, S. 4). Auch diese technologische Entwicklung gehört zu den Merkmalen der Echtzeit-Öffentlichkeiten, sodass in Teilen des Netzes Formen strategischer, ökonomischer Nutzung der öffentlichen Arenen erkennbar werden.

Öffentlichkeit – ein kurzer Überblick über eine zentrale Kategorie sozialer Ordnung

Öffentlichkeit als zentrale Kategorie zum Verständnis von Gesellschaft wird häufig synonym verwendet zum engeren Terminus der politischen Öffentlichkeit (Jarren/Donges 2006). In einem weiteren Verständnis ist Öffentlichkeit Merkmal aller Kommunikationssituationen und -prozesse (Schulz 2011) und auch Definitionsmerkmal von Massenkommunikation (Burkart 2001).

Für Habermas (1990) ist Öffentlichkeit ein Netzwerk der Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, die sich zu themenspezifisch gebündelten öffentlichen Meinungen verdichten (Habermas 1990). Für Gerhards (2002) stellt Öffentlichkeit eine Vielzahl von Kommunikationsforen mit offenem Zugang dar, in denen sich individuelle und kollektive Akteure vor einem breiten Publikum zu politischen Themen äußern.

Öffentlichkeit ist in Anlehnung an Etzioni (1997) ein Kommunikationssystem, in dem Themen und Meinungen gesammelt (Input), verarbeitet (Throughput) und weitergegeben werden (Output) (Gerhards/Neidhardt 1990, S. 9-13). Sie erfüllt drei normative Ansprüche: eine Transparenzfunktion (offen für alle Gruppen und Meinungen), eine Validierungsfunktion (diskursiver Umgang mit eigenen und anderen Argumenten und Revision der Argumente) und eine Orientierungsfunktion (in Form der öffentlichen Meinung).

In Form einer Pyramide werden häufig drei Formen von Öffentlichkeit unterschieden: Den größten Bereich am Boden der Pyramide bilden spontane Öffentlichkeiten (Familie, Betrieb); darauf setzen Themenöffentlichkeiten auf (spontan oder geplant, vielfach in Organisationen); die Spitze der Pyramide bildet die Medienöffentlichkeit mit Elite- und Populärmedien (Gerhards/Neidhardt 1990, S. 19-25).

Diese schematische, aber häufig verwendete Darstellung gerät bereits durch den strukturellen Wandel des Verhältnisses von Medien, Politik, Ökonomie und Gesellschaft ins Wanken. Dieser häufig als Mediatisierung bezeichnete Prozess beschreibt den graduellen Bedeutungszuwachs des medialen Subsystems im Verhältnis zu politischen Strukturen und damit auch der Gestalt von Öffentlichkeit. Kommunikationswissenschaftliche Ansätze betonen dazu den Einfluss einer Medienlogik, die das Verhalten politischer Akteure präformiert (Strömbäck 2008).

Die drei Formen der Öffentlichkeit: spontane Öffentlichkeiten, Themenöffentlichkeiten und Medienöffentlichkeit mit Elite- und Populärmedien.

In der politikwissenschaftlichen Debatte um die Beschaffenheit der „Mediendemokratie“ dominiert die Sichtweise, dass „die Medien nicht außerhalb des politischen Systems, sondern als Teil desselben zu betrachten sind. Die Regeln der massenmedialen Herstellung und Bereitstellung von Themen für öffentliche Kommunikation werden als Anreizsysteme verstanden, die politische Prozesse (a) in entscheidender Weise kontextualisieren oder (b) aktiv mitgestalten bzw. auf sie einwirken“ (Marcinkowski/Pfetsch 2009, S. 13).

Schließlich stellten Öffentlichkeitstheoretiker Diskussionsbeiträge vor, die dazu anregen, zwischen verschiedenen Öffentlichkeitsforen zu unterscheiden, so etwa zwischen Präsenzöffentlichkeit und Medienöffentlichkeit und zwischen Diskurs- und Repräsentationsöffentlichkeit (Imhof 2011). Diese An- und Einsichten verdeutlichen bereits Reaktionen auf

veränderte Strukturen von Öffentlichkeit.

Dominierte in der Kritischen Theorie (Adorno/Horkheimer 2006, S. 128, 143; Habermas 1975, S. 206) die These, dass Öffentlichkeit zur mediengeleiteten Kulturindustrie (Konformität und Trivialisierung, Kulturproduk-

te mit Warencharakter, falsches Bewusstsein, Regression des Politischen) mutiert, wurde nun ein sozialer Strukturwandel der Öffentlichkeit durch politischen Funktionswandel konstatiert, bei dem Versammlungsöffentlichkeiten sich zugunsten von Medienöffentlichkeiten auflösen, wobei Prozesse der Vermachtung der Medien dafür sorgen, dass der bildungsbürgerliche Diskurshabitus verloren geht und das Publikum sich als konsumorientierte Masse geriert (vgl. Imhof 2015, S. 18).

Öffentlichkeit wird seit jeher, so eine zentrale These, durch privatwirtschaftliche Medien vermachtet (Imhof 2011; Habermas 1975). Vermachtungsprozesse beschleunigen und verschärfen sich aufgrund der Push- und Pullbewegungen von technologischen Bedingungen digitaler Netzkommunikation und aufgrund der Besitz- und Eigentümerverhältnisse der Konzerne, die diese Netze beherrschen. Darüber kann auch nicht hinwegtäuschen, dass die gleichen Technologien, die den Konzernen ihre Macht sichern, auch für Gegenöffentlichkeiten genutzt werden und so zu einer „Zunahme an kritischen Teilöffentlichkeiten“ führen können (Engesser/Wimmer 2009, S. 44). Doch finden die wesentlichen Entwicklungen öffentlicher Arenen nicht im Feld der Politik statt und sie werden auch nicht dort entschieden, sondern im ökonomischen Feld. Daran sind auch

Die gleichen Technologien, die den Medienkonzernen Macht sichern, werden auch für Gegenöffentlichkeiten genutzt.

die Nutzer_innen beteiligt, die die Plattformen bereitwillig als Öffentlichkeit wahrnehmen, anerkennen und nutzen.

Aufgrund dieser Widersprüche fallen Würdigungen hinsichtlich des demokratischen Potenzials der digitalen Netz-kommunikation divergent aus:

- ▶ Zwar verlieren alte Meinungsmonopole (die traditionellen Medien) teilweise ihre Gatekeeperfunktion (vgl. Gennis/Gundlach 2014), es entwickelt sich aber nicht automatisch eine kollektive Intelligenz der Netznutzer, die sich beispielsweise in einer reflektierten Weitergabe und Potenzierung von Inhalten zeigen könnte (Viralität).
- ▶ Schriftliche Diskussionen in Foren fördern zwar reflektierte Kommunikation, die Effekte werden aber zum Teil konterkariert durch pseudonymisierte und affektive Beiträge (Shitstorm) und gezielte Störungen (Trolling). Darüber hinaus kann die „Kommunikation unter Ähnlichen“ zu Ausgrenzungs- und Abschottungsprozessen von explizit öffentlichen, kontroversen Debatten führen (Echokammern).
- ▶ Soziale Medien erleichtern zwar grundsätzlich die Partizipationschancen, sie generieren aber nicht automatisch auch den Willen dazu. Und noch immer gilt: Je höher die individuellen Ressourcen (Geld, Interesse) zur Mediennutzung sind, desto größer ist das politische Interesse.
- ▶ Entsprechend lassen sich klare Seggregationstendenzen erkennen. Während Menschen mit Bildung und hohem Einkommen die Möglichkeiten neuer Medientechniken häufig kompetent nutzen können (ein Beispiel: Wearables), steigt die Schwelle zur Teilhabe mit sinkendem Sozial- und Kapitalprestige.
- ▶ Auch in der digitalen Netzkommunikation ist eine Konzentration auf politische und finanzielle Eliten zu erkennen.

Echtzeit-Öffentlichkeiten

Die deutlich erkennbare Entwicklung hin zu veränderten Strukturen der Bildung von Öffentlichkeiten umschließt auch die Echtzeit-Öffentlichkeiten. Diese sind nicht mehr in dem tiefgreifenden Maße mit Journalismus verbunden wie frühere, analoge Öffentlichkeiten. In der digitalen Netzkommunikation ist zwar mittlerweile auch ein Echtzeitjournalismus entstanden, dieser ist aber nur ein Teilelement der neuen Echtzeit-Öffentlichkeiten. Denn anders als bislang gewohnt, entstehen Öffentlichkeiten nicht mehr allein, ja, nicht mal mehr vorrangig durch journalistische Angebote. Unter Echtzeitjournalismus,

im Englischen *real-time journalism*, „wird gemeinhin die live beziehungsweise sehr zeitnah am Ereignis liegende Berichterstattung per Text, Ton und (Bewegt-)Bild unter Einbeziehung sozialer Medien verstanden. Obwohl Radio und Fernsehen bereits seit den 1920er und 1930er Jahren ähnlich ‚echtzeitig‘ übertragen, ist die Entwicklung erst mit der Ausbreitung der Internetmedien in die Kritik geraten“ (Sorge 2014, S. 3).

Aufgrund der (zeitunabhängigen) Taktung durch soziale Netzwerke erhöhen digitale Öffentlichkeiten den Druck auf Journalist_innen. Nutzer_innen können in Echtzeit mit politischen Repräsentant_innen oder Autor_innen in Kontakt treten. Das erhöht die Kritik und Kontrolle der Journalist_innen durch Rezipienten. Doch nicht nur die Anschlusskommunikation wird erheblichem Druck ausgesetzt, auch die Beschaffungswege, Beschaffungszeiten und Beschaffungsquellen für Informationen wandeln sich radikal. Da jedes Smartphone als Recherchegerät dienen kann, sind CitJo (*citizen journalist*) und MoJo (*mobile journalist*) an jedem Ort jedes Geschehens anwesend und füllen die digitale Plattform mit Inhalten (Sorge 2014, S. 3).

Während des Terroranschlags auf den Boston Marathon beschwerten sich etwa „Twitter“-Nutzer über das langsame Tempo von „Zeit Online“, während man doch live bei CNN mitlesen konnte. Im Zuge der Terroranschläge in Paris wurde der ARD vorgeworfen, sie sei viel zu spät auf Sendung gegangen. Den Redaktionen wird gar nicht mehr die Zeit gewährt, um Informationen zu prüfen. Folglich laufen bei weltumspannenden Ereignissen wie etwa Terroranschlägen unzählige Falschmeldungen über die sozialen Netzwerke und digitalen Plattformen. Da sich auch seriöse Medien an den Spekulationen beteiligen, ziehen sie das alte Mediensystem mit in die Glaubwürdigkeitskrise, die sie durch die Bezugnahme auf sich selbst nochmals verstärken. CNN beispielsweise meldete zu früh die Festnahme eines Verdächtigen. In einer Push-App-Eilmeldung berief sich auch der Nachrichtensender „n-tv“ auf CNN als Quelle, dessen Meldung kurz darauf von der Bostoner Polizei dementiert wurde (Sorge 2014, S. 5f.).

Auf diese Weise entstehen verschiedenste Echtzeit-Öffentlichkeiten, in denen die Qualität der Inhalte ungeordnet ist, deren Wahrheitsgehalt häufig nicht bestätigt ist und deren Akteure weder Journalist_innen sind noch auch nur journalistischen Standards und Zuschreibungen (Glaubwürdigkeit, Verantwortung, Ethik) nahekommen. Diese Beobachtungen signalisieren am deutlichsten den Wandel von Öffentlichkeit. Neben Öffent-

lichkeit, die „als eine Konstellation von Akteuren, die sich unter Einsatz bestimmter Kommunikationsformen und gestützt auf ein bestimmtes Medienensemble über gemeinsam als relevant erachtete Agenden verständigen und sich dazu Meinungen bilden“ (Hasebrink/Hölig 2014, S.8) anzusehen ist, lassen sich nun aufgrund des tiefgreifenden technologischen Wandels erhebliche Verschiebungen des Stellenwertes der verschiedenen Medien sowie der Formen öffentlicher Kommunikation beobachten. Digitale Plattformen werden bedeutender. Die an der Meinungsbildung beteiligten Akteure aus Politik, Wirtschaft und zivilgesellschaftlichen Organisationen treten zunehmend selbst als Kommunikatoren auf, ebenso wie einzelne Bürger_innen. Fließende Übergänge zwischen der Kommunikation in privaten Zusammenhängen, in persönlichen und in massenmedialen Öffentlichkeiten sind die vorrangigen Kennzeichen (Hasebrink/Hölig 2014, S. 8).

Maßgebliche Kennzeichen der neu entstehenden Echtzeit-Öffentlichkeiten sind sachlich die fließenden Übergänge zwischen den Öffentlichkeiten, zeitlich die temporär divergierende Existenz von Öffentlichkeit mit plötzlichem Entstehen und Verschwinden sowie sozial die reflexive und rekursive Beteiligung aller Akteure am Kommunikationsprozess (von der Information über die Mitteilung bis zum Verstehen). Encounter-, Themen- und Medienöffentlichkeit sind keine neuen Phänomene – neu ist deren Fluidität, der schnelle Wechsel zwischen den unterschiedlichen Ausprägungen von Öffentlichkeiten.

Es bestehen zwar nach wie vor größere und stabile mediale Öffentlichkeiten, weil „der allgemeine gesellschaftliche Prozess der Mediatisierung getragen und umgesetzt wird von Praktiken, die medienvermittelt ablaufen oder zumindest eng an Medien und ihre Funktionen gebunden sind. Entsprechend wichtig werden die medial eingerichteten Kommunikationsformen, weil sie die medienbezogenen Aktivitäten rahmen und häufig erst möglich machen“ (Pentzold/Katzenbach/Fraas 2014, S. 4). Jedoch: Der WDR und die SZ auf „Facebook“, die Zitation sogenannter Bürgermeinungen aus „Facebook“-Einträgen in Talkshows, „Twitter“ und „Instagram“ als Recherchequellen – die traditionellen Medien pluralisieren mit den ständigen Hinweisen auf digitale Plattformen, mit ihrer eigenen Präsenz dort und mit den Verweisen auf weiterführende Informationen auf den eigenen Webseiten, ihre eigenen Referenzen bzw. Quellen

Encounter-, Themen- und Medienöffentlichkeit sind keine neuen Phänomene – neu ist deren Fluidität.

*Unter den Bedingungen von Echtzeit-
Öffentlichkeiten verändern sich die
Beziehungen zwischen den traditionellen
Medien und den Internetkonzernen.*

und schwächen damit zum Teil auch ihre Legitimation. Wenn „einfache Öffentlichkeiten spontaner und flüchtiger Interaktion mit stärker strukturierten, komplexen Öffentlichkeiten (wie Versammlungen) und der massenmedialen Öffentlichkeit intensiver in Beziehung und Austausch treten können“ (Pentzold/Katzenbach/Fraas 2014, S. 5), dann hat das nicht nur zur Folge, dass „Botschaften [...] zwischen Öffentlichkeiten hin und her [wandern]“, dass in diesen „neu entstehenden komplexen Öffentlichkeiten kohärente Kommunikationsräume [...] als Vermittlungssysteme der Selektion, Verarbeitung und Verbreitung von Kommunikation fungieren und so Massenmedien funktional ergänzen“ (Pentzold/Katzenbach/Fraas 2014, S. 8). Unter diesen Bedingungen von Echtzeit-Öffentlichkeiten verändern sich ebenso sehr die Beziehungen zwischen den traditionellen Medien und den Internetkonzernen als neuen Medienunternehmen und es ändern sich massiv die Machtverhältnisse zwischen den Akteuren und Akteursgruppen, die öffentliche Arenen und den Zugang dorthin herstellen sowie die Handlungen in diesen Arenen bestimmen können. Neue Machtverhältnisse erfordern aber eine Neubestimmung von Verantwortung und Ethik.

Ein schwerwiegendes Problem in den zuvor zitierten Analysen besteht darin, dass bei den dort beschriebenen Zuständen und Ereignissen keine Akteure beteiligt zu sein scheinen. „Plattformen intensivieren“, „Botschaften wandern“, „Öffentlichkeiten bilden Kommunikationsräume“ – in dieser Sprache gibt es keine Adressaten für Interessen, Machtansprüche und Verantwortungszuschreibungen.

Zwar werden Machtstreben und Interessensdurchsetzung durchaus gesehen. Sie werden jedoch den „politics of platforms“ zugerechnet, die bestimmen, „welche Beiträge technologisch machbar und institutionell erlaubt sind“, die „über algorithmisch informierte Mechanismen“ verfügen und auf diese Weise Beiträgen und Themen Relevanz zu- beziehungsweise abschreiben und die so den Zugang zu Informationen und Öffentlichkeiten regeln. Als einzige Referenz an machtvolle Akteure wird ausgeführt: Die „Plattformpolitiken“ werden „auch und vor allem für die Belange der kommerziellen Betreiber und ihrer Partner und Kunden eingesetzt“ (Pentzold/Katzenbach/Fraas 2014, S. 8f.).

Doch mit derart abstrakten Begrifflichkeiten und Analysemustern wird den digitalen Internetkonzernen und ihren

Interessen nicht beizukommen sein, wie erste Untersuchungen zu Governance und Verantwortungskultur zeigen. Wassmer/Jarren (2015, S. 83) haben bei Anbietern von digitalen Plattformen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und die Allgemeinen Nutzungsbedingungen (ANB) sowie weitere von den Internetdiensten zur Verfügung gestellte Dokumente und schließlich auch Internetseiten, auf denen Regeln und Normen der Anbieter öffentlich bereitgestellt werden, untersucht. Die Analysen sollten offenlegen, „welche Regeln gesetzt werden und wie diese kommuniziert werden“, um im Weiteren „zu analysieren, welche Rechte und Pflichten die Nutzer der Social-Web-Dienste haben“ sowie „welche technischen Schutzmöglichkeiten den Nutzern zur Verfügung stehen“ (Wassmer/Jarren 2015, S. 78).

Das Ergebnis war ernüchternd. Eine fragmentierte Regelstruktur, eine ungenaue Definition von Geboten und Verboten sowie die Delegation von Verantwortung an die Nutzer_innen sind genau das Gegenteil „von klaren und widerspruchsfreien Regeln und Normen für eine funktionierende Selbstorganisation“, die „somit meist nicht gegeben ist“ (Wassmer/Jarren 2015, S. 85). Perspektivisch sollte mit einem juristisch-kommunikationswissenschaftlichen Ansatz und der Unterscheidung zwischen unmittelbar-publizistischen, mittelbar-inhaltlichen und mittelbar-strukturellen Einflussnahmen gearbeitet werden, um damit die Produktions-, die Distributions- und die Nutzerseite einzubeziehen (Schulz/Dreyer/Hagemeyer 2011, S. 28).

Festhalten lässt sich, dass die Internetkonzerne mit großer Macht, mit vielen Finanzmitteln und ihren technologischen Ressourcen in das mediale Feld drängen und damit die Entstehung und den Zugang von und das Handeln der Akteure in Öffentlichkeiten massiv verändern. Die bestehenden ethischen Regeln und Mechanismen der Verantwortungswahrnehmung im Hinblick auf ein journalistisches Berufsethos und die gesellschaftlichen Funktionsaufträge der Medien übernehmen die Konzerne jedoch nicht.

Neue Öffentlichkeiten und neue Verantwortlichkeiten

Maßgebliche Ressource für die Veränderungen von Öffentlichkeiten ist die Etablierung der digitalen Medientechniken als eine tiefgreifende, disruptive Innovation. Die strukturellen Folgen in sämtlichen sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Bereichen der Gesellschaft sind jedoch nicht den Technologien

geschuldet, sondern denjenigen Akteure, die die Technologien aufgrund ihrer spezifischen Interessen einsetzen. Die digitale Gesellschaft beschränkt sich also nicht auf technische Phänomene, sondern spült neue Institutionen und Organisationen sowie Akteure in die Arenen der Öffentlichkeit, sie löst neue Machtverhältnisse aus und initialisiert neue kommunikative Praktiken. Die neuen Akteure entwickeln die Techniken und verfeinern sie permanent; sie legen zugleich die Rollen in diesen Arenen ebenso fest wie die Regeln. Sie entscheiden darüber, wer Zugang erhält, welche Funktion die öffentlichen Arenen haben und was dort möglich und erlaubt ist und was nicht. Diese Entwicklungen verlaufen jedoch nicht linear, sondern sind von Brüchen und Widersprüchen geprägt.

Neben der Herausforderung, dieses Geflecht analytisch zu fassen, besteht eine weitere Herausforderung darin zu eruieren, wie die entstehenden Akteurs- und Institutionskonfigurationen theoretisch gefasst werden können und wie die Beziehungen zwischen alten und neuen Akteuren bei der Entstehung und Nutzung der öffentlichen Arenen zu beschreiben und analysieren sind, wie es etwa Neuberger (2014) mit der Unterscheidung von Interaktionsmodi in einer dynamischen Netzwerköffentlichkeit versucht.

Die neuen Arenen werden großteils von den Nutzern selbst konstituiert. Das Resultat sind dynamische „Gestaltungsoffentlichkeiten“.

Im Unterschied zu den bisherigen massenmedialen Öffentlichkeiten werden die neu entstehenden öffentlichen Arenen zu einem großen Teil von den Nutzer_innen selbst konstituiert („Produser“). Das Resultat sind dynamische „Gestaltungsoffentlichkeiten“, die von klassischen „Sendern“ und von aktiven Publika, aber auch von IT-Unternehmen und Softwareproduzenten verändert werden können. Die Funktionen der neuen Arenen der Öffentlichkeit werden im Wechselspiel von divergierenden Nutzerinteressen sowie ökonomischen und technischen Faktoren bestimmt und etabliert.

Zugleich bilden die digitalen Mediensysteme aufgrund ihrer Durchdringung aller Lebenswelten eine ständige soziale Haut, die als ein umfassendes Mitteilungs- und Wahrnehmungsorgan fungiert. Dazu trägt insbesondere die intensive Nutzung des Smartphones als Überall-Dabei-Medium bei. Es hat eine Mittlerfunktion zwischen informatisierten Umgebungen (Internet der Dinge), sozialen Netzen, (kommerziellen) Dienstleistungen und journalistischen Angeboten. Die Folgen der ubiquitären Mediensysteme sind weitreichend: Öffentlich-

keiten lassen sich aufgrund ihrer digitalen Verfasstheit umprogrammieren. Besonders deutlich wird dies in der Orientierung auf immaterielle und personalisierbare Infrastrukturen wie Nutzerdaten und -profile, den Software-Code der digitalen Plattformen oder den Algorithmen zur Analyse und Ausschöpfung von Kommunikationsinhalten und -beziehungen. Derartige neue Produzent-Produkt-Nutzer-Beziehungen haben insbesondere Auswirkungen auf das journalistische Feld. Als Beispiele für Veränderungen von Journalismus und Medienöffentlichkeiten unter dem Einfluss von Echtzeit-Elementen lassen sich anführen:

- ▶ **Berichterstattung vs. Miterleben:** Die Herstellung von Echtzeit-Öffentlichkeiten über interaktive Streaming-Dienste verspricht die Spannung des Live-Dabeiseins – ohne allerdings das Gezeigte und Erlebte reflexiv einordnen zu können. Diese Leistung des Journalismus (Begründungen liefern, Erklärungen versuchen, Bewertungen anbieten) tritt hinter die Macht des „authentischen“ Bildes zurück.
- ▶ **Archivierung vs. Live-Bild:** Auch ohne bedeutsames Ereignis oder nachweisbarem Nachrichtenwert entfaltet das Live-Bild eine besondere Kraft. Seine Suggestivkraft dominiert in der Echtzeit-Öffentlichkeit über Relevanz und kritische Auswahl. Wie ist das zu vereinbaren mit Fragen nach Archivierung, Vergessen und Verschwinden von Inhalten (siehe „YouNow“, „Snapchat“)?
- ▶ **Echtzeit-Kritik verändert Medienkritik:** In Reaktion auf Echtzeit-Öffentlichkeiten entstehen neue Formen der Medienkritik (z. B. Second Screen, Blogs oder „Twitter“-Nachrichten). Welcher Dynamik unterliegen diese Medienkritiken? Sind sie die adäquate Entsprechung der herkömmlichen Medienkritik?
- ▶ **Echtzeit-Überwachung wirkt sich auf Privatheit aus:** Die Herstellung einer Öffentlichkeit im alltäglichen Kontext ist häufig verbunden mit der Konstituierung einer Überwachungssituation. Wo liegen die Grenzen zwischen der legitimen und medienethisch wünschbaren Herstellung von Öffentlichkeit und dem Einwandern einer permanenten potenziellen Überwachungssituation durch Echtzeit-Öffentlichkeiten?

Bislang existieren keine Handlungsempfehlungen, vermutlich nicht einmal ein Problembewusstsein hinsichtlich der Auswirkungen von Echtzeit-Öffentlichkeiten und der unmittelbar

damit zusammenhängenden Frage nach den Möglichkeiten und Notwendigkeiten der Neugestaltung einer Medienethik, verstanden als kommunikative Verantwortung der Akteure der Öffentlichkeiten für ihre machtvollen Positionen. Zu entwickeln und zu prüfen wären Modelle, wie Verantwortung zu konkretisieren ist, um Kriterien für verantwortliches Handeln zu erarbeiten, das den neuen komplexen Strukturen gerecht wird. In einem zweiten Schritt ist zu diskutieren, wie eine (Selbst-) Verpflichtung der alten und neuen Akteure im Mediensystem auf derartige Kriterien verantwortlichen Handelns erreicht werden kann.

Der Aspekt der Echtzeit ist bedeutsam, da für Journalismus als Reflexionsinstanz ein zeitlicher Abstand zu den Referenzereignissen erforderlich bzw. selbstverständlich war, um Verantwortungswahrnehmung prüfen zu können. Genau der „Zeitverlust“ durch die Beschleunigung der Aufmerksamkeitskreisläufe in den (sozialen) Medien stellt ein verantwortliches, ethikorientiertes (journalistisches) Handeln vor große und derzeit unüberwindbare Hindernisse. Echtzeit-Öffentlichkeiten zwingen

*Echtzeit-Öffentlichkeiten
zwingen offensichtlich
gleichzeitig zu einer
Echtzeit-Ethik.*

aber offensichtlich gleichzeitig zu einer Echtzeit-Ethik. Allerdings müssen Ansatzpunkte und Eingreifmechanismen für neue Reflexions- und Verantwortungspraktiken zuerst einmal entlang der Untersuchungsgegenstände und möglicher Fallstudien zu Echtzeit-Öffentlichkeiten diskutiert und erarbeitet werden.

In diesem Zusammenhang stehen Algorithmen bzw. die Entwicklung von Codes exemplarisch für die durch Digitalisierung und Beschleunigung ausgelöste Verantwortungskrise (Filipović 2013; 2015). Offensichtlich ist, dass menschliche Akteure in den verkürzten Zyklen der Nachrichtenverarbeitung nicht mehr schnell genug reagieren können, stattdessen sollen neue, automatisierte Strukturen greifen. Für diese Strukturen bestehen aber noch keine Verantwortungsformen und -regeln. Deren Notwendigkeit und Etablierung ist ebenso zu prüfen wie die Annahme, dass Verantwortungsreflexion und Ethik an anderen Stellen in die Prozesse und Diskurse integriert werden müssen. Hierfür kommt der Moment der Programmierung von Algorithmen in Frage; schon bei der Entwicklung geeigneter Software sind Verantwortungsfragen bei den dahinter stehenden Akteuren und ihren Interessen zu stellen. Ein weiterer beispielhafter und wichtiger Aspekt ist die Entflechtung monopolistischer An-

bieter- und Medienstrukturen und die Schaffung einer pluralistischen Kommunikations- und Medienlandschaft, in der sich Anbieter und journalistische Plattformen etablieren können, die Reputation und Vertrauenswürdigkeit aus der Qualität ihrer Angebote und dem Dialog mit ihrem Adressatenkreis ziehen.

Stärker als es bisher im öffentlichen und wissenschaftlichen Diskurs der Fall ist, sollte das Konstrukt einer „Echtzeit-Ethik“ mit Blick auf den digitalen Journalismus in den Fokus rücken. Die medialen Verwertungslogiken machen ein immer schnelleres, unmittelbares, marktgetriebenes Analysieren, Kommentieren und Bewerten erforderlich. Damit einher geht eine Echtzeit-Medienkritik, die notwendigerweise anderen Regeln folgt als eine genuin medienethische Reflexion. Diese anderen Regeln zu erfassen, zu beschreiben und zu erklären sowie darauf aufbauend eine (medien-)ethische Reflexion und auch Handlungsempfehlungen zu ermitteln, ist eine zentrale und aktuelle Aufgabe verantwortungsvoller Wissenschaft.

Literatur

- Engesser, Sven/Wimmer, Jeffrey (2009): *Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet*. In: *Publizistik*, 54. Jg., H.1, S. 43–63.
- Etzioni, Amitai (1997): *Die Verantwortungsgesellschaft. Individualismus und Moral in der heutigen Demokratie*. Frankfurt a.M./New York.
- Filipović, Alexander (2013): *Die Enge der weiten Medienwelt. Bedrohen Algorithmen die Freiheit öffentlicher Kommunikation?* In: *Communicatio Socialis*, 46. Jg., H. 2, S. 192–208.
- Filipović, Alexander (2015): *Die Datafizierung der Welt. Eine ethische Vermessung des digitalen Wandels*. In: *Communicatio Socialis*, 48. Jg. H.1, S. 6–15.
- Gennis, Martin/Gundlach, Hardy (2014): *Wer sind die Gatekeeper der Konvergenzmedien? Kriterien und Bestimmung vorherrschender Meinungsmacht in konvergenten Medienumgebungen*. In: *Media Perspektiven*, 45. Jg., H. 10, S. 507–524.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze*. WZB-Papers. Berlin.
- Habermas, Jürgen (1975): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied/Berlin.
- Hasebrink, Uwe/Hölig, Sascha (2014): *Topografie der Öffentlichkeit*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)*, 64. Jg., H. 22–23, S. 23–28.
- Horkheimer, Max/Adorno Theodor W. (1966/2006): *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt a.M..
- Imhof, Kurt (2011): *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Frankfurt a. M..

- Imhof, Kurt (2015): *Demokratisierung durch Social Media*. In: Imhof, Kurt et al. (Hg.): *Demokratisierung durch Social Media? Wiesbaden*, S. 15-26.
- Marcinkowski, Frank/Pfetsch, Barbara (2009): *Problemlagen der „Mediendemokratie“ – Theorien und Befunde zur Medialisierung von Politik*. In: dies. (Hg.): *Politik in der Mediendemokratie. PVS-Sonderheft 42/2009. Wiesbaden*, S. 11-33.
- Neidhardt, Friedhelm (1994): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. In: Ders. (Hg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen*, S. 7-41.
- Neuberger, Christoph (2014): *Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62. Jg., H. 4, S. 567-587.
- Pentzold, Christian/Katzenbach, Christian/Fraas, Claudia (2014): *Digitale Plattformen und Öffentlichkeiten mediatisierter politischer Kommunikation*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)*, 64. Jg., H. 22-23, S. 23-28.
- Schulz, Wolfgang/Dreyer, Stephan/Hagemeyer, Stefanie (2011): *Machtverschiebung in der öffentlichen Kommunikation*. Bonn.
- Sorge, Petra (2014): *Echtzeitjournalismus in der Kritik*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)*, 64. Jg., H.22-23, S. 23-28.
- Strömbäck, Jesper (2008): *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics*. In: *The International Journal for Press/Politics*, 13. Jg., H.3, S. 228-246.
- Wassmer, Christian/Jarren, Otfried (2015): *Durch Governance zu einer gemeinsamen Verantwortungskultur? Regelstruktur und Nutzerbeteiligung bei ausgewählten Social-Media-Anbietern im Vergleich*. In: Imhof, Kurt et al. (Hg.): *Demokratisierung durch Social Media? Wiesbaden*, S. 78-94.