

Digitale Öffentlichkeiten

Herausforderungen, Risiken und Potentiale
für den demokratischen Diskurs. *Von Susanna Wolf*

Inwieweit digitale Formate neue Formen von öffentlichem Raum generieren, bleibt für die demokratische Debatte zentral, wenn sie Normen für politischen Austausch aktualisieren oder sogar revolutionieren will. In der Kontroverse um Themen ist aus medienethischer Perspektive relevant, welche Chancen und Risiken für den demokratischen Diskurs mit aktuellen Phänomenen der Online-Kommunikation, ihren (Teil-)Foren und Räumen für den demokratischen Austausch verbunden sind – und was die Öffentlichkeit(en) charakterisiert, die hier entsteht respektive entstehen. Mit unserem Schwerpunkt „Bedrohungen digitaler Öffentlichkeiten“ möchten wir diese Thematik aufgreifen.

Durch welche Mechanismen das deliberative Potential digitaler Öffentlichkeiten bedroht werden kann, legen Tim Schatto-Eckrodt et al. in ihrem Beitrag „Information Warfare und Desinformation“ dar. Als Informationskrieg mit militärischer Referenz verweist Information Warfare häufig auf Desinformationskampagnen. Ist deren Definition hingegen eng gefasst, stehe dezidiert digitale Kommunikation im Fokus. Hinsichtlich des Wirkpotentials solcher Kampagnen verweisen die Autor_innen dabei nicht nur auf Theorien des 21. Jahrhunderts, die virtuelle Zusammenhänge, beispielsweise im Social Web, in den Blick nehmen, sondern beziehen ebenso klassische kommunikationswissenschaftliche Konzepte ein. Um zu illustrieren, wie sich Akteure im Rahmen von Desinformationskampagnen in Deutschland organisieren, führen Schatto-Eckrodt et al. eine aktuelle Fallstudie ins Feld. Sie untersucht Strategien, mit denen die Twitter-Kommunikation über den „35. Chaos Communication Congress“ manipuliert werden sollte. Welche Bedeutung kritische Medienkompetenz und digitale Zivilcourage haben, erläutern die Autor_innen vor diesem Hintergrund.

Mit Partizipationsprozessen setzt sich der Beitrag „(K)ein Grund zur Panik?“ von Wolf J. Schünemann auseinander. Einnehmen möchte der Autor dabei einen empirisch-kritischen „Blick

*Susanna Wolf, M. A.,
ist Wissenschaftliche
Mitarbeiterin an der
Abteilung Christliche
Publizistik der FAU
Erlangen-Nürnberg
und Redakteurin
von Communicatio
Socialis.*

auf die Sorgen um die demokratische Auseinandersetzung im digitalen Zeitalter“. Ausgehend von der verbreiteten Befürchtung, digitale Rückzugsräume im Social Web würden mit einer zunehmenden, demokratiegefährdenden Fragmentierung der Öffentlichkeit einhergehen, prüft Schünemann aktuelle Krisendiagnosen, wobei er die drei untersuchten Phänomene Social Bots, Echokammern und Hate Speech zunächst grundlegend definitorisch schärft. Seine empirische Analyse arbeitet daran anschließend mit Ergebnissen der Studie zur Online-Kommunikation im deutschen Bundestagswahlkampf

Mahnkes Beitrag stellt die konkrete Interaktionsbeziehung zwischen Algorithmus und Nutzer_in in den Mittelpunkt.

2017 des Verbundprojekts „Wahlkampf in (a) sozialen Netzwerken“. Dabei stellt der Beitrag seine jeweiligen Ergebnisse der medialen Debatte gegenüber, um einzuschätzen, inwieweit sich die Thesen und Kontextualisierungen zum jeweiligen „Krisen-Begriff“ stützen lassen. Zuletzt

nimmt der Beitrag kritisch dazu Stellung, inwieweit sich erhöhte politische Regulierungsmaßnahmen von Online-Diskursen konstruktiv für eine liberal demokratische Debatte auswirken können.

„Was algorithmische Personalisierungsprozesse prägt“, analysiert abschließend Martina Skrubbeltrang Mahnke mit ihrem Plädoyer für eine partizipative Nutzung von algorithmisch personalisierten Medien. In ihrer grundlegenden Erläuterung aktueller Forschungsperspektiven zeigt die Autorin den generellen Unterschied zwischen den Disziplinen: Während Mathematik und Informatik Algorithmen als Werkzeuge in der Anwendung computergesteuerter Prozesse tendenziell wertfrei gegenüberstehen würden, sei die sozialwissenschaftliche Perspektive normativ geprägt. Neben anderen Forschungsrichtungen stellt der Beitrag den Ansatz vor, Algorithmen als netzwerkähnliche Strukturen zu betrachten. Im Mittelpunkt ist hierbei die konkrete Interaktionsbeziehung zwischen Algorithmus und Nutzer_in, was insbesondere für eine Analyse einer tatsächlich-praktischen Funktionsweise fruchtbar gemacht werden könne. Empirisch in den Blick nehmen möchte der Beitrag eben diesen Ansatz und prüft in einer strukturierten Inhaltsanalyse drei Dimensionen der Algorithmus-Nutzer-Kommunikation: eine strategische, eine narrative, sowie eine interaktive. Mahnke spricht sich dafür aus, Möglichkeiten ins Auge zu fassen, wie Nutzer_innen als Handlungsträger_innen befähigt werden können, aktiv und mitbestimmend an Personalisierungsprozessen zu partizipieren.