

AUFSATZ

Alexander Filipović

Die Enge der weiten Medienwelt

Bedrohen Algorithmen die Freiheit
öffentlicher Kommunikation?

Die normative Debatte über den Zustand der öffentlichen Kommunikation wird gerade erstaunlich engagiert geführt. Diese erfreuliche Bereitschaft zum Streit über eine gute und gerechte öffentliche Kommunikation wird angetrieben durch die Beobachtung, dass die Digitalisierung der Kommunikation mittlerweile Folgen hat, die eine normative Reflexion herausfordern, gar dringlich machen. Auslöser für die geschilderte, ins Normative drängende intellektuelle Unruhe ist mit anderen Worten die zunehmende Bedeutung des Technischen für das Öffentlich-Kommunikative. Selbst die in ihrer Gesamtgestalt stark sozialempirisch ausgerichteten Kommunikations- und Medienwissenschaften beteiligen sich an dieser Auseinandersetzung. Bei der letzten Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (Mainz, 8. bis 10.5.2013) waren entsprechende Statements zu hören; die Eröffnungs-Keynote zur Erforschung sozialer Bewegungen im Kontext von Online-Kommunikation von Lance W. Bennett¹, dem amerikanischen Kommunikations- und Politikwissenschaftler, hat dort, so mein Eindruck, einen normativen Horizont aufgespannt, unter dem die einzelnen Sachthemen hier und da diskutiert wurden.²

In diesen Diskussionen, vor allem in der Medien- und Technikkritik des Feuilletons, spielt der Begriff des *Algorithmus* eine wichtige Rolle: Die Forderung nach einer Algorithmen-Ethik (vgl. z. B. Pörksen 2012, Noller 2012) steht meinem Eindruck nach exemplarisch für die verschiedenen medienethischen Herausforderungen durch die Digitalisierung der Kommunikation. Der vorliegende Beitrag³ nimmt diese

1 Vgl. zu dieser Forschung etwa Bennett 2013.

2 Die Potentiale für eine normative Perspektive einer grundsätzlich sozialempirischen Kommunikations- und Medienwissenschaft konnten auch hier noch lange nicht gehoben werden. Dennoch, das kann nicht breit ausgeführt werden, sehe ich in den letzten Jahren eine wachsende Bereitschaft zur ethischen Analyse.

3 Dem Text liegt die Antrittsvorlesung von Alexander Filipović als Privatdozent an der Katholisch-Theologischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster am 17. Mai 2013 zugrunde. Der Vortragstext wurde für diese Publikation überarbeitet.

Debatte um eine Ethik der Algorithmen in medienethischer Absicht auf und versucht davon ausgehend eine normative Reflexion für den Bereich der öffentlichen Kommunikation (früher: *Massenkommunikation*). Die These, die den Überlegungen zu Grunde liegt, ist, dass die Folgen der Digitalisierung der öffentlichen Kommunikation Auswirkungen haben auf die *Freiheit* öffentlicher Kommunikation.

Um diese These zu prüfen, beginne ich mit Beobachtungen, die erstens die Macht der Algorithmen aufspüren und zweitens Individualisierung, Vernetzung und Personalisierung als soziale Phänomene hinter der Internetnutzung zeigen wollen. Aus diesen Beobachtungen lege ich dann drittens die These dar, dass die Personalisierung des Mediengebrauchs und Allgegenwart der Algorithmen die Freiheit öffentlicher Kommunikation bedrohen. In einem politisch-ethischen Zugriff beschreibe ich dann viertens die Bedeutung der Freiheit öffentlicher Kommunikation und frage, ob diese in der digitalen Medienwelt bedroht ist. Ich ende fünftens mit handlungsorientierten Überlegungen zur Zukunft der öffentlichen Kommunikation in Zeiten des Internets.

1. Die Macht der Algorithmen

Am Anfang steht ein klassisches Medienprodukt, ein Nachrichtentext, der tagtäglich in ähnlicher Weise in den Zeitungen dieser Welt erscheint:

„South Bend, Indiana - Im Frank-Eck-Stadion nahm diesen Sonntag Tony Bucciferro die Michigan State Spartans Huckepack und führte sie zu einem 3:0-Sieg über die Notre Dame Fighting Irish. Werfer Bucciferro sorgte dafür, dass die Fighting Irish über alle neun Innings ohne Punkt blieben und entschied damit das Spiel für Michigan State. Er eliminierte fünf gegnerische Spieler mit seinen Würfen und ließ nur drei zurück ins Feld geschlagene Bälle des Gegners zu. [...] Matt Grosso, der Senior der Fighting Irish, vergab im neunten und letzten Inning eine große Chance für sein Team.“ (zit nach Bunz 2012, S. 14).

Ohne weiteres könnte dieser Text 150 Jahre alt sein. Gutes altes journalistisches Handwerkszeug kommt hier zur Anwendung. Das bemerkenswerte an diesem Text ist, dass er von keinem Reporter, keinem Journalisten, ja überhaupt von keinem Menschen geschrieben wurde. Autor dieses Textes ist ein Softwareprogramm namens *Stats Monkey*, also ein Algorithmus, ein Software-Code bzw. ein Computerprogramm, das eine Maschine steuert. *Stats Monkey* ist ein Algorithmus, der für das Schreiben von Nachrichtentexten programmiert wurde.

Auch einige Ausgaben der Online-Enzyklopädie Wikipedia, die trotz aller Probleme doch als Erfolgsmödell und Paradebeispiel internetbasierter *menschlicher* Kooperation gilt, sind zu einem guten Teil von Algorithmen geschrieben: In der schwedischen Wikipedia beispielsweise sind die Hälfte der eine Million Artikel von Textrobotern, kurz „Bots“ erstellt, die nichts weiter als schreibende Algorithmen sind (vgl. Hauck 2013).

„Dass Algorithmen einmal zu schreiben lernen würden“, so Mercedes Bunz, „hat [...] niemand erwartet“ (Bunz 2012, S. 11). Der schreibende Algorithmus *Stats Monkey* oder die Textroboter bei Wikipedia markieren dabei weder den Anfang noch das Ende einer Entwicklung, in der Algorithmen in den Kommunikationsmedien eine immer größere Rolle spielen. Rechner, Softwareprogramme, Suchmaschinen, Datenbanken und mit ihnen Algorithmen infiltrieren seit längerem schleichend unseren medialen Alltag: den von Journalisten und den von Rezipienten und Rezipientinnen und natürlich auch von denen, die als *Produser* (Bruns 2008), also zugleich als Produzenten wie als User in der modernen Medienwelt mit dem Web 2.0 in Erscheinung treten. Die Filterblase, in der Internetseiten aufgrund von Algorithmen dazu neigen, dem Benutzer nur Informationen anzuzeigen, die den bisherigen Ansichten des Benutzers ähnlich sind (vgl. Pariser 2012), ist vielfach zu einem Symbol einer Medienwelt geworden, in der Algorithmen im Hintergrund entscheidend mitbestimmen.

„Code ist Gesetz“ – Mit dieser Formel machte Lawrence Lessig bereits 1999 darauf aufmerksam, dass menschliche Kommunikation und menschliche Handlungen neben dem Markt und den normativen Vorgaben (Gesetze, moralische und soziale Normen) auch von Algorithmen, von Software-, Codes' gesteuert werden. Darauf hinaus bestimmen sie sogar, wer was findet, wer was zu lesen bekommt, wer Zugang erhält und wer ausgeschlossen wird. Seit die Kommunikations- und Medienwissenschaftlerin Miriam Meckel zu diesem Thema im Frühjahr 2010 einen Vortrag bei der Internetkonferenz „re:publica“ gehalten hat, entdeckte auch das deutsche Feuilleton und die Medienkritik den Algorithmus (Passig 2012). Miriam Meckel reflektiert in diesem Vortrag die Erfahrung, etwa beim Online-Einkauf und beim Musikhören spezifische Vorschläge automatisch präsentiert zu bekommen, und formuliert: „Aus unserer Vergangenheit und unserem früheren Verhalten wird unser mögliches zukünftiges Verhalten errechnet. Das bedeutet, wir bewegen uns in einen Tunnel unserer selbst hinein, der immer enger, immer selbstreferentieller wird, weil keine neuen Impulse mehr hinzukommen“ (zit. nach Passig 2012). Werbung, Kaufempfehlungen, der nächste Musiktitel, Sucherergeb-

nisse – all das wird uns angeboten auf der Grundlage von *vorherigen* Sucheingaben, Einkäufen, Klicks usw. Der in der Aussage von Meckel verwendete Ausdruck „Tunnel“ ist ein sprechendes Bild: Wenn uns nur das an Inhalten, an Bild, Text oder Musik angeboten wird, was sich mit unserer individuellen Vergangenheit harmonisch verhält, geraten wir in der Tat „in einen Tunnel unserer selbst hinein, der immer enger, immer selbstreferentieller wird“. Die Enge des Tunnels liegt hier in der Selbstreferentialität begründet; wir kommen in einer von Algorithmen beherrschten Medienwelt nicht über uns hinaus. Unsere Online-Vergangenheit determiniert die Zukunft unseres Online-Verhaltens. Hier also sind wir schon der *Enge* unserer doch so weiten Medienwelt auf der Spur.

Neben den Nachrichten und Lexikonartikel schreibenden Programmen und dem engen selbstreferentiellen Tunnel sind Algorithmen zudem in Sachen Informationssuche aktiv. Mittlerweile ist fast allen bekannt, dass Google und Bing nahezu niemals bei gleicher Suchanfrage das gleiche Ergebnis präsentieren. Suchergebnisse sind abhängig vom Ort der Suchanfrage, von vorherigen Suchanfragen, dem Profil des Suchenden, von allen anderen Suchanfragen, der globalen oder regionalen Suchsituation und Nachrichtenlage etc. Jenseits dieser Filterblase bestimmen Algorithmen unsere Informationssuche schon bei jeder Suche in einer Datenbank: Datenstrukturen geben vor, welche Daten überhaupt hinterlegt werden können, durch Algorithmen berechnete Indices stellen überhaupt erst zur Verfügung, was gefunden werden kann.

Was ich bis jetzt an Beobachtungen geschildert habe, verdeutlicht eine wichtige Tendenz im weiten Feld der Internet- und Medienkommunikation. Wenn wir hier in dieser ersten Beobachtung die Macht der Algorithmen anschauen, können wir also deren Übernahme von journalistischen Aufgaben, deren Leistung in der Informationsaufbereitung aufgrund unserer vorherigen Käufe oder Sucheingaben und schließlich die Bedeutung der Algorithmen bei der Informationssuche festhalten.

2. Individualisierung, Vernetzung, Personalisierung

Im Zentrum der zweiten Beobachtung steht eine spezifische Sichtweise des Menschen: Der moderne Mensch bewegt sich in der Gesellschaft *gleichzeitig* als einzelner bzw. vereinzelter wie auch als vernetzter Mensch. Die Vernetzung überwindet in dieser Vorstellung also nicht die Individualisierung oder den Individualismus, sondern geht Hand in Hand mit ihm. Wie ist das vorstellbar und woran kann das gezeigt werden?

In ihrem Buch *Networked – The new social operating system* gehen die amerikanischen Sozialwissenschaftler Harrison Rainie und Barry Wellman (Rainie und Wellman 2012) den grundlegenden Veränderungen der Kommunikationsweisen in der Welt der digitalen Kommunikationsmöglichkeiten nach. Sie zeigen anhand empirischer Daten, dass sich hinter unserem Gebrauch vom Internet, den mobilen, internetfähigen Geräten und hinter unserer Kommunikation in den sogenannten Social Media ein gleiches Muster zeigt. Sie nennen dieses Muster „vernetzter Individualismus“ und zeigen, wie es zu einem neuen Paradigma menschlicher Interaktionen, zu einem neuen Denkmodell und einer neuen Leitidee des menschlichen Selbstverständnisses schlechthin avanciert.⁴ Dabei verschränken sie die individuelle mit der sozialen Perspektive und zeigen damit auf, dass der Mensch der digitalen Internetwelt *das vernetzte Individuum* ist und dass die Gesellschaft mit dem „Betriebssystem“ vernetzter Individualismus „läuft“.

Nach Rainie und Wellman sind es drei Innovationen oder Revolutionen, die zu der immer weiteren Durchsetzung des Paradigmas des vernetzten Individuums geführt haben: Die Revolution der Sozialen Netzwerke, die Internet-Revolution und die Mobilfunk-Revolution.

Die *Revolution der Sozialen Netzwerke* steht nicht umsonst am Anfang, weil wir in soziologischer Perspektive hier eine Entwicklung beobachten, die lange vor der Digitalisierung der Kommunikation begonnen hat. Soziale Netzwerke werden in dieser Sichtweise als Ordnungs- und Strukturprinzip von Gesellschaft verstanden und sind insofern eng verbunden mit den Voraussetzungen der Entwicklung hin zur modernen Gesellschaft. Aufklärung, Industrialisierung, Bildungsniveau und Wohlstand sind die Grundlage dafür, dass der Mensch sich immer weniger in erster Linie dadurch ausgezeichnet sieht, dass er einer Gruppe zugehört. Mehr und mehr sieht er sich und andere wesentlich als ein in variable Beziehungsstrukturen eingebettetes Individuum. Die Einbindung in lokale Gruppen, von der Nachbarschaft, über Vereine, das Dorf bzw. den Stadtteil und die Nation spielen für das Arbeitsleben, die Politik oder für die Absicherung etwa in Krankheitsfällen immer weniger eine Rolle. Größere Verkehrsmobilität, Telekommunikation, kleinere Familien, Flexibilisierung der Arbeitswelt sind beispielhafte Veränderungen der letzten drei Jahrhunderte, die in der entwickelten Welt zu einer gesteigerten sozialen Flexibilität geführt haben. Sie sind Grund und Resultat eines immer weiter durchgreifenden vernetzten Individualismus.

⁴ Siehe Filipović 2013, S. 164. In diesem Abschnitt greife ich auch an anderen Stellen auf diesen Text zurück.

Die *Internet-Revolution* baut auf diesen sozialen Innovationen auf. Die skizzierten gesellschaftlichen Entwicklungen stammen aus der Prä-Internet-Ära und stellen damit den sozialen Rahmen dar für die heutigen Herausforderungen. Webbasierte Soziale Netzwerke wie Facebook sind nicht etwa plötzlich einfach erschienen, sondern stellen einen Entwicklungsschritt hin zu einem immer stärkeren *vernetzten Individualismus* dar. Die Verbreitung des Internets seit dem ersten Internet-Browser 1993 führte zu einer Verstärkung sowohl der Vernetzung als auch der Individualisierung. Der vernetzte Personalcomputer und die Angebote des Internets waren in dieser Hinsicht ein wesentlicher Beschleuniger des Paradigmas des vernetzten Individualismus, den sie im Prinzip aber immer schon vorausgesetzt haben. Die webbasierten sozialen Netzwerkdienste wirken, und das ist wohl das besondere und zeittypische an ihnen, wie die Reform der Idee des vernetzten Individualismus: Erst ein höchst individuelles Profil versetzt mich in die Lage, Vernetzungen einzugehen, zu pflegen, zu intensivieren und wieder aufzulösen. Individualisierung stützt Vernetzung und umgekehrt.

Die *Revolution mobiler Endgeräte* schließlich potenziert die bisher dargestellte Entwicklung. Die mobilen Telefone haben unsere Alltagswelt schon enorm verändert. Smartphones sind mehr als nur eine Ergänzung zum Personalcomputer: Das mobile Internet auf diesen Geräten verhilft dem Paradigma des vernetzten Individualismus zu einer weiteren Entwicklungsstufe und Durchsetzung. Die Familienmitglieder etwa haben zumeist alle ein eigenes Handy und damit eine eigene Kommunikationszentrale; man ruft kaum mehr „zu Hause“ an, sondern kontaktiert die Personen des Familienhaushalts unmittelbar. Das „Texten“ löst dabei das „Sprechen“ als bevorzugte mobile Kontaktaufnahme ab. Darüber hinaus ist ein wichtiger Antrieb des mobilen Internetgebrauchs die Möglichkeit, mit dem Handy Fotos und kleine Videos zu machen und diese von unterwegs zur Verfügung zu stellen.

Diese gleichzeitige Individualisierung und Vernetzung hat natürlich Auswirkungen darauf, wie wir auf die Medien zugreifen. Für vernetzte Beziehungen als dem paradigmatischen Beziehungsmodus in der Welt der vernetzten Individuen stellt Facebook dabei das zentrale Medium dar. Aber die Rolle von Facebook geht noch deutlich darüber hinaus: Der Dienst ist das persönliche Zugangsportal des vernetzten Individuums, durch den es selber in die Medienwelt geht und durch das man ihm kommunikativ begegnen kann. Facebook ist Anlaufstelle und Basis für die Beziehungstätigkeit des Einzelnen und der Startpunkt für die Suche nach Informationen.

Mit der neuen Facebook-Suche, der „Suche im Social Graph“, wird Facebook und, das ist entscheidend, darüber hinaus das ganze Internet durchsucht aus der Perspektive des vernetzten Individuums: Nicht mehr eine objektive Wissensmenge, die es „da draußen“ gibt und die es zu entdecken gilt und die es ermöglicht, (annähernd) gleiche Ergebnisse bei gleichen Suchanfragen zu erhalten, sondern die eigene Stellung innerhalb des umgebenden Netzwerkes stellt die Basis dar, von dem aus die Welt erschlossen werden soll. Die Welt erschließt sich aus dem Inneren des eigenen Netzwerkes heraus und nicht über das Außen einer mehr oder weniger geordneten Wissenswelt.⁵ Der damit mögliche Grad an tiefer, radikaler Personalisierung der Internetsuche ist ein entscheidender Baustein für die Internet-Suche im Zeitalter des vernetzten Individualismus.

Wir stehen damit erst am Anfang einer Entwicklung, in der komplexe Computerprogramme Informationen radikal auf der Basis persönlicher Profile aufbereiten. Individualisierung, Vernetzung und Personalisierung des Medienzugangs spielen sich gegenseitig in die Hände.

3. Bedrohung der Freiheit öffentlicher Kommunikation

Ausgehend von diesen Beobachtungen – der Macht der Algorithmen und dem Zusammenhang von Individualisierung, Vernetzung und Personalisierung – lässt sich die These formulieren, dass die Allgegenwart der Algorithmen und die Personalisierung des Mediengebrauchs die Freiheit öffentlicher Kommunikation bedrohen. Diese These gilt es im Folgenden zu untersuchen, wobei dafür einige Ausführungen zum Begriff der öffentlichen Kommunikation und zur Freiheit notwendig sind.

An dieser Stelle kann aber schon einmal der grundlegende Zusammenhang zur bedrohten Freiheit angerissen werden: Algorithmen machen die öffentliche Kommunikation eng. Die Individualisierung des Zugangs suggeriert die Maximierung individueller Möglichkeiten der Kommunikation. Jede und jeder hat die Möglichkeit, ihren oder seinen Weg in die Medienwelt völlig eigenständig zu beschreiten. Dies verspricht eine grenzenlose Freiheit des Mediengebrauchs. Es gibt keine Gatekeeper, keine Torwächter mehr, die Nachrichten sammeln, bewerten und zur Weitergabe auswählen; nichts wird zur Rezeption vorgeschrieben, keiner sortiert vor, alles wird publiziert, alle suchen und finden die Informationen, die genau für ihn oder sie passen, alle sind augenscheinlich frei in der weiten Medienwelt.

5 Siehe Filipović 2013, S. 164.

Die Algorithmen, die am Werk sind, können uns aber schon eines Besseren belehren: Der individuelle Zugang ist hoch strukturiert und reguliert, wie wir an dem „Tunnel der Vergangenheit“ und der Suche im Social Graph bei Facebook gesehen haben. Die Unabhängigkeit der Medien ist ein hohes Gut und Garant ihrer Freiheit – was aber, wenn die Medien von Algorithmen abhängig sind, die im Hintergrund ihre Arbeit tun und hinter jeder computervermittelten Kommunikation stehen? Handelt es sich um eine Befreiung von Programm und Zeitung, eine Befreiung von Redakteuren und Journalisten, die aber letztlich unfrei macht, weil diese Befreiung durch eine hochgradige Personalisierung ermöglicht wird, die uns am Ende voneinander isoliert? In so einer Situation ist nur noch eine *Freiheit von anderen* möglich und kaum mehr eine *Freiheit mit anderen*. Dieses spezielle Freiheitsverständnis, was ich als Kriterium zur Beurteilung unserer Situation anlege, verlangt nach einer Erläuterung. Der Rahmen für diese Erläuterung ist die Bedeutung, die der öffentlichen Kommunikation für die moderne demokratische Gesellschaft zukommen soll.

4. Freiheit und öffentliche Kommunikation

Wenn man sich am Beispiel der Presse- und Rundfunkfusionskontrolle und der Debatte um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk anschaut, welchen Aufwand die Gesellschaft betreibt, um sich einer unabhängigen und plural verfassten Medienlandschaft zu versichern, dann wirkt das angesichts der Macht der Algorithmen beinahe rührend bemüht: Gegenüber den Selektions- und Filterleistungen der weltweit agierenden und uns überall begegnenden Algorithmen erscheint die Meinungsmacht etwa eines Presseverlags oder eines Fernsehsenders vergleichsweise klein. Sicherlich hinkt der Vergleich beim genauen Hinschauen, aber der Hinweis auf die Fusionskontrolle im Rundfunk und Pressebereich ist hilfreich, um zu unterstreichen, wobei es in der Debatte um die Algorithmen in der Medienwelt eigentlich geht: Es geht um Vielfalt, Unabhängigkeit und Freiheit.

Die Bedeutung von Freiheit und öffentlicher Kommunikation für demokratische Gesellschaften modernen Zuschnitts liegt mindestens auf drei Ebenen: auf der Ebene der Information, auf der Ebene der Meinungsbildung (Mediation und Forum) und der (Macht-)Kritik (vgl. Donk et al. 2012, S. 504f.). Diese Kernfunktionen der öffentlichen Kommunikation für das Funktionieren einer Demokratie haben sich mittlerweile fest etabliert. Dabei ist die *Freiheit* der Medien die Voraussetzung dafür, dass diese Funktionen durch öffentliche Kommunikation auch erfüllt werden können.

Die Freiheit der Presse ist in Deutschland nach den Erfahrungen der sogenannten Gleichschaltung von Presse und Rundfunk in der Zeit des Nationalsozialismus ein hohes Gut. Das Zensurverbot im Grundgesetz bleibt die oberste Norm für jede öffentliche Kommunikation. Erst aber das Spiegel-Urteil des Bundesverfassungsgerichtes vom 5. August 1966 hat zu einer differenzierten inhaltlichen Füllung der Pressefreiheit geführt und Staat und Regierung in Sachen Einflussnahme auf die Presse auf die Plätze verwiesen. Das Bundesverfassungsgericht formuliert:

„Eine freie, nicht von der öffentlichen Gewalt gelenkte, keiner Zensur unterworfen Presse ist ein Wesenselement des freiheitlichen Staates; insbesondere ist eine freie, regelmäßig erscheinende Presse für die moderne Demokratie unentbehrlich. [...] In ihr artikuliert sich die öffentliche Meinung. [...] In der repräsentativen Demokratie steht die Presse zugleich als ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung“ (Bundesverfassungsgericht, vom 15.12.1983).

Gewissermaßen übersprungen ist mit diesen beiden Hinweisen auf die Zeit des Nationalsozialismus und das Spiegel-Urteil das ihnen je zu Grunde liegende Grundrecht der Meinungsfreiheit. „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten“ (Art. 5 GG). Zusammen mit dem Recht auf Eigentum und der Glaubensfreiheit handelt es sich bei der Rede- und Meinungsfreiheit um eines der ursprünglichsten Freiheitsrechte (vgl. für einen Überblick Benedek 2013).

Wenn man die Forderung nach einem freien und unabhängigen Mediensystem und die Bedeutung des Rechtes auf freie Meinungsäußerung zusammen betrachtet, sehen wir sehr klar, wie die individuellen Freiheitsrechte mit einer ihnen entsprechenden Ordnung der Gesellschaft zusammen hängen: Das Recht auf freie Meinungsäußerung stellt „nur“ eine Chance dar, für deren Verwirklichung es aber konkrete Kommunikationsmöglichkeiten geben muss.⁶ Diese konkreten Kommunikationsmöglichkeiten, also Internet, Fernsehen, Radio, Presse – alles im Großen und im Kleinen gedacht – haben wiederum eine wichtige Bedeutung für das Funktionieren von demokratischer Politik, die ihrerseits wieder den rechtlichen Rahmen für die Individuen setzt. Die rechtlich verbürgte Freiheit, seine Meinung frei äußern zu dürfen, hängt wechselseitig mit der Freiheit und Unabhängigkeit der Medien zusammen.

6 Bei dieser Unterscheidung zwischen der Möglichkeit und der Wirklichkeit von Freiheit erfolgt eine Anknüpfung an Honneth 2011.

An dieser Stelle hat sich der Zusammenhang von individueller Freiheit und öffentlicher Kommunikation schon in entscheidender Hinsicht gezeigt. Die Argumentation lässt sich aber noch weiter führen: Meinungsfreiheit ist ein *negatives* Freiheitsrecht, das heißt, dass vor allem staatliche Beschränkungen dieses Rechts *abgewehrt* werden sollen. Für die Demokratie ist aber dieses Recht auf freie Meinungsäußerung vor allem dann wichtig, wenn nicht nur alle Einzelnen unabhängig voneinander ihre Meinung äußern, sondern wenn es eine Kommunikation gibt, also wenn Meinungen zu einem Thema öffentlich und allseits erreichbar geäußert werden, die Meinung dann wiederum andere Beiträge auslöst und sich dadurch schließlich eine Medienöffentlichkeit, eine öffentliche Kommunikation über Presse, Rundfunk und Internet formiert. In der Medienöffentlichkeit werden die drängenden Themen verhandelt, politische Optionen diskutiert, hier wird ein gewisser Grad an Verständigung erreicht (vgl. Imhof 2008).

Dieser Zusammenhang von personaler Freiheit und Demokratie, wie er hier kurz geschildert wurde, ist für den Philosophen John Dewey (1859-1952) von entscheidender Bedeutung. Seiner Überzeugung nach gehen individuelle und gesellschaftliche Entwicklung in einer Demokratie zusammen. Der freiheitsrelevante Zusammenhang von menschlicher Selbstverwirklichung und der Gestaltung sozialer Institutionen wird von Dewey folgendermaßen formuliert: „Liberty is that secure release and fulfillment of personal potentialities which take place only in rich and manifold association with others: the power to be an individualized self making a distinctive contribution and enjoying in its own way the fruits of association“ (Dewey 1927/1984, S. 329)⁷. Hier wird deutlich, dass Dewey nicht auf die Regierungsform Demokratie rekurriert, sondern das menschliche Zusammenwirken schlechthin ins Auge fasst. Es geht ihm um die notwendige Möglichkeit der „Erfahrung der Teilnahme an einem gemeinschaftlichen Leben“ (Hampe 2009, S. 300). Wie wir das In-Gemeinschaft-Leben tun, „in welcher Sprache in welchen Institutionen wir auf welche Weise miteinander umgehen“ und die nächste Generation erziehen, „hängt davon ab, wie wir uns in der Öffentlichkeit über unser Leben verständern“. Die Öffentlichkeit ist bei Dewey der „Raum des Austausches über die moralischen, sozialen, ästhetischen, politischen und wis-

7 Die dt. Übersetzung: „Freiheit ist die gesicherte Entbindung und Erfüllung persönlicher Potenzen, welche sich nur in einer reichen und mannigfaltigen Assoziation mit anderen ereignen: das Vermögen, ein individualisiertes Selbst zu sein, das einen spezifischen Beitrag leistet und sich auf seine Weise an den Früchten der Assoziation erfreut“ (Dewey 1927/2001, S. 130).

senschaftlichen Bedingungen und Folgen unserer Existenz“ (Hampe 2009, S. 301).

Das für den Problemhorizont dieses Beitrages Interessante an Deweys Demokratiemodell ist also, dass „die normative Idee der Demokratie nicht nur als ein politisches, sondern zunächst und vor allem als ein soziales Ideal betrachtet wird“ (Honneth 1999, S. 65). Dies lässt sich konkretisieren auf die öffentliche Kommunikation: Auch die öffentliche Kommunikation ist ein soziales Ideal. Es verweist auf die Chance, einen Ort zu haben, an dem wir uns über unser Leben verständigen können. In ihm, dem Ideal öffentlicher Kommunikation, zeigt sich ein Ethos reflexiver Kooperation zur Verständigung und Problemlösung. Die öffentliche Kommunikation ist getrennt vom Gemeinschaftsleben bloß eine hoffnungslose Abstraktion.⁸

Nicht als Einzelne, gefangen in unseren Tunnels, können wir an dieser Kooperation teilnehmen, sondern zusammen in der Weite des publizistischen Raumes, die eine gemeinsame Verständigung überhaupt erst möglich macht. In diesem Sinne spricht das Recht auf freie Meinungsäußerung, verstanden als Recht auf politische Beteiligung, nicht den einzelnen als einzelnen an, sondern den Bürger als Teil einer demokratischen Gemeinschaft. Wenn daher mit Dewey gesprochen, individuelle Freiheitspotenziale sich nur in Sozialität realisieren, wäre statt des individuellen medialen Tunnels die Weite und Pluralität der sozialen, gemeinschaftlichen Kommunikation die inhaltliche Option.

Dewey nimmt als Ausgangspunkt für seine Theorie der Öffentlichkeit die Beobachtung, dass es Folgen gibt, die nur die mit der Transaktion befassten Personen beeinflussen, und es aber auch Folgen gibt, die „über die zwei direkt Betroffenen hinausgehen, [indem] sie das Wohl vieler anderer beeinflussen“ (Dewey 1927/2001, S. 27). In diesem Fall „bekommt die Handlung einen öffentlichen Charakter“ (Dewey 1927/2001, S. 27), egal, ob sie zwischen Ministern, Parteipolitikern, Unternehmern, Twitter-Usern, Bloggern, Facebook-Freunden etc. geführt wird. Diesem Ansatz folgend schlägt Swantje Lingenberg in ihrer Studie zu „Europäischen Publikumsöffentlichkeiten“ folgendes Konzept vor: „Öffentlichkeit stellt sich demnach als eine Kommunikationsgemeinschaft von Betroffenen dar, in deren Rahmen die Teilnehmer ihre spezifischen Betroffenheiten artikulieren und politisch adressieren. Die Unterscheidung zwischen privat und politisch wird

8 Diese Formulierung in Anlehnung an John Dewey: „Brüderlichkeit, Freiheit und Gleichheit sind getrennt vom Gemeinschaftsleben hoffnungslose Abstraktionen“ (Dewey 1927/2001, S. 129).

dabei über die Art und Reichweite von Handlungsfolgen getroffen“ (Lingenberg 2009, S.128). Dieses Konzept einer Publikumsöffentlichkeit, mit einer nicht kategorialen, sondern graduellen Unterscheidung der privaten und der öffentlichen Sphäre und dem Fokus auf die thematisch Betroffenen als Teilnehmer, scheint mir ein Konzept der Öffentlichkeit zu sein, das auch die Neusortierung des Verhältnisses von „privat“ und „öffentliche“ weiterführen und in politisch-praktischer Absicht beschreiben kann.

John Dewey wagt Anfang des 20. Jahrhunderts die These von einem Verschwinden der Öffentlichkeit. Die These scheint auch am Anfang des 21. Jahrhunderts aktuell, weil das Verschwinden der Öffentlichkeit, wie Michael Hampe hervorhebt, mit einer „Tyrannie der Intimität“ (Sennett 1983) einhergeht, „in der die Zur-Schau-Stellungen der Banalitäten und Schrecknisse eines trivialpsychologisch aufbereiteten Privatlebens von Medienstars oder sogenannten ‘normalen Menschen‘ an die Stelle des politischen und kulturellen Austausches treten“ (Hampe 2009, S. 301).⁹ Und, hier noch wichtiger, sie scheint auch aktuell, weil der Gemeinschaftsbezug öffentlicher Kommunikation durch den individuellen kommunikativen Tunnel und die Personalisierung des Medienzugriffes verloren gehen könnte. Wenn die Öffentlichkeit wirklich durch die geschilderten Beobachtungen bedroht ist, wenn sie also zu verschwinden droht, dann ist unser aller Freiheit bedroht.

Sicher ist „Öffentlichkeit“ immer prekär und daraus erklärt sich ja auch die Bedeutung einer pluralen und unabhängigen Medienwelt, vor allem eines professionellen und unabhängigen Journalismus, der die Aufgabe hat, Öffentlichkeit herzustellen. Aber Deweys Verständnis von Demokratie als einer spezifischen Lebenspraxis, als gemeinschaftlich angelegter Versuch, die Welt im Kleinen und Großen humaner zu gestalten, erlaubt einen tieferen Blick: Dewey stellt die Frage, welche Bedingungen vorliegen müssen, damit eine *Große Gesellschaft* zu einer *Großen Gemeinschaft* wird. In modernen Zeiten der Individualisierung mag das anachronistisch klingen, aber es trifft heute auf die Zeichen zu, die uns auf eine durch Algorithmen vorsortierte und individualisierte, personalisierte Medienwelt hinweisen. Öffentliche, durch Medien ermöglichte Kommunikation nimmt aller-

9 Ich wäre nicht so radikal wie Michael Hampe hier klingt, da ich die populären Medienformate als einen wichtigen Teil des kulturellen Austausches und der Wertekommunikation ansehen würde. Andererseits erweist es sich doch nicht selten als schwierig, etwa in bestimmten Fernsehformaten Elemente des politischen und kulturellen Austausches zu erkennen.

orten zu, wir lesen mehr, schauen mehr fern und verbringen mehr Zeit in Online-Netzwerken. Aber sind diese Kommunikations-Räume der digitalisierten Medienwelt, die „onlinebasierten Öffentlichkeiten“ (vgl. Schmidt 2013) in denen wir uns tagein-tagaus bewegen, Orte, an denen wir uns gemeinschaftlich über die moralischen, sozialen und politischen Bedingungen und Folgen unserer Existenz verständigen können?

5. Handlungsperspektiven: Zukunft öffentlicher Kommunikation

Ist also die Zukunft der öffentlichen Kommunikation im Internetzeitalter eine *düstere Zukunft*? Droht uns durch Personalisierung des Medienzugangs und durch die fleissig durchs Netz krabbelnden Algorithmen ein Verschwinden der Öffentlichkeit? Die enorme Menge von (teil-)ffentlicher Kommunikation in den Social Media zu politischen Fragen, etwa jüngst bei der Occupy-Bewegung in der Türkei und in Brasilien, ist bemerkenswert. Unter diesem Eindruck kann man durchaus hoffnungsvoll sein, dass sich mit Hilfe des Internets eine Medienöffentlichkeit bildet, die den Kriterien eines weiten, pluralen und offenen Kommunikationsraums zur gemeinschaftlichen Verständigung genigt. Sicher aber entsteht er nicht gleichsam wie von selbst. Wie also kann dieser weite, pluale und offene Kommunikationsraum, in dem die „Teilnehmer ihre spezifischen Betroffenheiten artikulieren und politisch adressieren“ (Lingenberg 2009, S. 128), gesichert werden? Vier Dinge können in Form eines Ausblicks aufgeführt werden:

1. Zunächst ist auf die Forschungsperspektiven in diesem Feld hinzuweisen: Das Stichwort „Big Data“ verweist auf die ungeheuer großen Datenmengen, die bei der Internetkommunikation entstehen. Die Unternehmen, wie die Big Four Google, Apple, Amazon und Facebook, verdienen mit diesen riesigen Datenmengen ihr Geld. Die Daten aber zu einem gesellschaftlichen Nutzen zu erforschen und zu interpretieren, da ist die Forschung noch weit entfernt. Hier, in der Auswertung großer Datenmengen der öffentlichen Kommunikation, besteht für die Wissenschaft großer Handlungsbedarf (vgl. Bennett 2013).
2. Keinesfalls sollte man davon ausgehen, dass im Internetzeitalter der professionelle Journalismus überwunden werden kann oder gar sollte. Vor allem die Informations- und Kritikfunktion der öffentlichen Kommunikation ist abhangig vom professionellen Journalismus. Viele der erwähnten Occupy-Tweets bezogen sich auf Nachrichten der klassischen, großen Qualitätsmedien. Allerdings

ist Journalismus teuer. Die Branche steckt immer noch in einem enormen Umbruch und ist durch ihre Werbefinanzierung abhängig von Wirtschaftswachstum.¹⁰ Aus guten Gründen gibt es keine öffentlich-rechtliche Presse, aber bei allen Schwierigkeiten, die auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk heute hat, ist er doch wichtig für eine funktionierende Medienöffentlichkeit in Deutschland. Politisch muss jedenfalls gut beobachtet werden, ob Journalismus noch finanziert werden kann. Falls nicht, ist über Stiftungsmodelle nachzudenken, die Staatsferne sicherstellen, private und wirtschaftliche Unternehmungen nicht behindern oder benachteiligen, dabei aber den Journalismus unterstützen können.

3. Angesichts der Personalisierung des Medienzugangs gilt es, Regelungen einzuführen, die etwa Suchmaschinen dazu verpflichten, dass diese Personalisierung auf Nutzerwunsch leicht ausgeschaltet oder gar nicht erst eingeschaltet werden kann (also ein Opt-In für die Personalisierung eines Suchergebnisses). Es müsste im Browser auch immer die Möglichkeit geben, ohne Vergangenheit zu agieren, den Algorithmen also zu verheimlichen, wer man ist, welche Interessen man hat und was man in der Vergangenheit gekauft oder angeklickt hat. Anonymität ist zentral für die Meinungsfreiheit. Die damit verbundenen Risiken, etwa weniger Sicherheit oder vermehrte Pöbeleien, muss eine Gesellschaft zu Gunsten einer freien öffentlichen Kommunikation aushalten können (vgl. Gieseler im Druck 2013). Letztlich geht diese Forderung in Richtung einer gesellschaftlichen Kontrolle der Algorithmen. „Es braucht“, so Stefan Noller bei der Konferenz „re:publica“ 2013, „eine gesetzliche Verpflichtung für Unternehmen, Algorithmen oder wenigstens deren Prinzipien offenzulegen und kontrollierbar zu machen.“¹¹ Wie das allerdings institutionalisiert werden kann und wie sehr das mit staatlichen Eingriffen in die Wirtschafts- und Medienfreiheit verbunden ist, kann im Moment noch nicht recht überblickt werden.
4. Damit die Möglichkeiten des anonymen Mediengebrauchs im Internet wahrgenommen werden, braucht es freilich auch Menschen, die einsehen können, warum das sinnvoll ist. Der in dieser Hinsicht sensibilisierte Nutzer ist ein Idealbild und die dafür notwendige Reflexionskompetenz entsteht nicht von alleine. Der Ruf nach mehr und besserer, auf die digitale Welt ausgerichtete Medienbildung ist

10 Die Paywall als alternatives Geschäftsmodell zur Werbefinanzierung (jetzt etwa beim Springer-Verlag) scheint ebenfalls nicht alle Probleme lösen zu können.

11 Die Algorithmen-Ethik war explizit Thema bei der „re:publica“ 2013, vgl. <https://re-publica.de/sessions/algorithmen-ethik>, zuletzt aufgerufen am 3.7.2013.

wohlfeil, bleibt aber zentral. Das Hamburger Hans Bredow Institut arbeitet an einem Projekt mit dem Namen „Code Literacy“ (<http://codeascontrol.wordpress.com>), in etwa übersetbar mit Algorithmenkompetenz. Wenn „Code Gesetz ist“, Software also unsere Kommunikation strukturiert, kann eine Befreiung vom Code nur durch ein Wissen darum geschehen, mit was man es hier zu tun hat. Nele Heise nennt es im Kontext des Projektes des Bredow-Instituts „digitale Staatsbürgerkunde“ und „digitale Mündigkeit“ (vgl. Beuth 2013), was treffende Formulierungen sind, weil sie die Bedeutung einer Algorithmen-Ethik für die individuelle und politische Sphäre verdeutlichen. Insofern sind die Bemühungen um eine Code Literacy, eine Algorithmenkompetenz, tatsächlich entscheidend.¹²

Statt der Enge des individuellen, durch Algorithmen geführten Mediengebrauchs also die Weite einer offenen und gemeinschaftlichen Kommunikationswelt: Das ist das medienethische Kriterium, für das hier argumentiert wurde und mit der die Veränderungen in der Gesellschaft beobachtet und medienethisch kritisiert werden sollten.

Literatur

- Benedek, Wolfgang (2013): Menschenrechte in der Informationsgesellschaft. In: Schüller-Zwierlein, André/Zillen, Nicole (Hg.): *Informationsgerechtigkeit. Theorie und Praxis der gesellschaftlichen Informationsversorgung*. Berlin, S. 69-88.
- Bennett, Lance W. (2013): *Changing Societies, Changing Media Systems: Challenges for Communication Theory, Research and Education*. Center for Communication & Civic Engagement (Working Paper, 2013-1). Online unter http://ccce.com.washington.edu/projects/assets/working_papers/Bennett-Changing%20SocietiesChangingMedia-CCCE-WP2013-1%20.pdf (zuletzt aufgerufen am 14.5.2013).
- Beuth, Patrick (2013): Raus aus der digitalen Unmündigkeit. In: „Zeit-Online“ vom 6.5. Online unter www.zeit.de/digital/internet/2013-05/replicia-code-literacy-algorithmen-ethik/komplettansicht (zuletzt aufgerufen am 3.7.2013).
- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond. From production to produsage*. New York, NY.

12 Dabei kann angeknüpft werden an Bemühungen, das Literacy-Konzept medienethisch fruchtbar zu machen. Mein Verständnis von Literacy als „Konzept für allgemeine kommunikative Teilnahmemöglichkeiten (im Sinne einer aktiven, auch kritischen Beteiligung) in Relation zu je spezifischen gesellschaftlichen Verhältnissen“ (Filipović 2009, S. 167, vgl. auch Filipović 2007, S. 252–256) weist in diese Richtung.

- Bundesverfassungsgericht, vom 15.12.1983, Aktenzeichen 1 BvR 209, 269, 362, 420, 440, 484/83, „Volkszählungsurteil“.
- Bunz, Mercedes (2012): Die stille Revolution. Wie Algorithmen Wissen, Arbeit, Öffentlichkeit und Politik verändern, ohne dabei viel Lärm zu machen. Berlin.
- Dewey, John (1984): The Public and its Problems. In: Dewey, John: The Later Works. Vol. 2. Hg. v. Jo Ann Boydston. Carbondale, Edwardsville, S. 235-372 (zuerst 1927).
- Dewey, John (2001): Die Öffentlichkeit und ihre Probleme. Berlin/Wien (zuerst 1927).
- Donk, André/Marcinkowski, Frank/Trappel, Josef (2012): Konzentration, Selbstverständnis und innere Demokratie. Nachrichtenmedien und ihr Beitrag zur Demokratie im internationalen Vergleich. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 60 Jg., H. 4, S. 501-519.
- Filipović, Alexander (2007): Öffentliche Kommunikation in der Wissensgesellschaft. Sozialethische Analysen. Bielefeld.
- Filipović, Alexander (2009): Literacy und die Bedeutung gesellschaftlicher Beteiligung. Medien- und bildungsethische Überlegungen. In: Wimmer, Michael/Pongratz, Ludwig/Reichenbach, Roland (Hg.): Medien, Technik und Bildung. Paderborn u. a., S. 159-173.
- Filipović, Alexander (2013): Individualismus – vernetzt. In: Katechetische Blätter, 138 Jg., H. 3, S. 164-169.
- Gieseler, Christoph (2013 - im Druck): Klarnamenpflichten vs. Anonymität im Internet: Das Grundrecht auf Nichtidentifizierung. In: Emmer, Martin/Filipović, Alexander/Schmidt, Jan-Hinrik/Stapf, Ingrid (Hg.): Echtheit, Wahrheit, Ehrlichkeit. Authentizität in der Online-Kommunikation. Weinheim
- Hampe, Michael (2009): Editorial. In: Allgemeine Zeitschrift für Philosophie, 34 Jg., H. 3, S. 299-303.
- Hauck, Mirjam (2013): Bots schreiben das Netz voll. In: Sueddeutsche.de vom 18.6. (Digitalblog). Online unter <http://sz.de/1.1699380> (zuletzt aufgerufen am 25.6.2013).
- Honneth, Axel (1999): Demokratie als reflexive Kooperation. John Dewey und die Demokratietheorie der Gegenwart. In: Brunkhorst, Hauke/Niesen, Peter (Hg.): Das Recht der Republik. Frankfurt a. M., S. 37–65.
- Honneth, Axel (2011): Das Recht der Freiheit. Grundriß einer demokratischen Sittlichkeit. Berlin.
- Imhof, Kurt (2008): Theorie der Öffentlichkeit als Theorie der Moderne. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden, S. 65-89.
- Lingenberg, Swantje (2009): Europäische Publikumsöffentlichkeiten. Ein pragmatischer Ansatz. Wiesbaden.
- Noller, Stephan (2012): Relevanz ist alles. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23.10.2012, S. 28.

- Pariser, Eli (2012): Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden. München.
- Passig, Kathrin (2012): Warum wurde mir ausgerechnet das empfohlen? In: Sued-deutsche.de vom 10.1.2012. Online unter <http://sz.de/1.1253390> (zuletzt aufgerufen am 8.7.2013)
- Pörksen, Bernhard (2012): Die Wutmaschine. In: Süddeutsche Zeitung vom 22.12.2012, S. 2.
- Rainie, Harrison/Wellman, Barry (2012): Networked. The new social operating system. Cambridge.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2013): Onlinebasierte Öffentlichkeiten: Praktiken, Arenen und Strukturen. In: Fraas, Claudia/Meier, Stefan/Pentzold, Christian (Hg.): Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung. Köln, S. 35-56.
- Sennett, Richard (1983): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannie der Intimität. Frankfurt a. M.