

Die unerhörte Dominanz der Plattformen

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wir befassen uns in diesem Heft in der Serie zu den „Internetgiganten“ erneut und vertiefend mit der Frage, wie die Rolle der medialen Internetplattformen im Hinblick auf die individuelle, gruppenmäßige und gesamtgesellschaftliche Kommunikation einzuschätzen ist, und auch im Hinblick auf die soziale und demokratische Ordnung. In seiner Abhandlung blickt Prof. Dr. Otfried Jarren von der Universität Zürich ungeschminkt auf diese Thematik und stellt heraus, dass die Plattformen, vor allem über den Auspielungsweg der Social Media, einen grundlegenden Wandel herbeigeführt haben. Einerseits hätten sie das gesellschaftliche Vermittlungssystem in den Grundfesten erschüttert, indem sie als neue Institutionen zu Konkurrenten der klassischen Medien und des herkömmlichen Journalismus auftreten und die Macht besitzen, neue Normen und Regeln der Kommunikation eigenständig zu setzen. Andererseits sorgten sie dafür, dass sich das Kommunikationsverhalten von Individuen und Gruppen verändert haben, dass sich Organisationen in ihrer Kommunikation neu ausrichten müssen, und dass sich vor allem auch die politischen Institutionen sich der Vermittlungslogik der Plattformen anpassen müssen. Der Einfluss der Plattformen auf die Öffentlichkeit und die öffentliche Meinung – so das Fazit – ist enorm.

Der Beitrag von Prof. Dr. Hektor Haarkötter markiert die Position der Plattformen mit den Attributen „schiere Marktmacht“ und „exorbitante Kapitalisierung“, wonach die Big-Tech-Firmen geradezu als „anarchische Gebilde“ erscheinen. Sie übten einen großen Einfluss auf das Regierungshandeln aus, unterminierten die Meinungsfreiheit, führten den kritischen Journalismus geradezu an den Rand eines Abgrunds und verwickelten die Demokratie in einen Überlebenskampf. Entschieden tritt er dafür ein, für eine effektive europaweite und internationale Medienregulierung zu sorgen und – durchaus denkbare – pragmatische Lösungsvorschläge mutig anzugehen.

Beachten Sie bitte in diesem Heft weitere interessante Beiträge, so den Aufsatz zur Frage, wie Empfehlungen ein Signal für den Erfolg von Kino- und Streaming-Filmen einzuschätzen sind, sowie die verschiedenen Beiträge in der Rubrik Service. Ein besonderes Interesse dürfte das Interview mit Sebastian Turner, dem Gründer und Herausgeber der Table.Briefings, hervorrufen. Er erläutert das Konzept, mit einer neuen journalistischen Gattung, den „Briefings“, auf Basis eines Bezahlmodells einer großen Berufsgruppe einen klaren Informationsvorsprung zu verschaffen, und wie er hervorhebt: sehr erfolgreich und durchaus zum Nutzen der ganzen Branche.

Wir wünschen eine interessante Lektüre!

Die Herausgeber



Prof. Dr. Martin Gläser

Hochschule der Medien, Stuttgart
glaeser@hdm-stuttgart.de



Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Philipps-Universität Marburg
gouna@jura.uni-marburg.de



Prof. Dr. Thomas Hess

Ludwig-Maximilians-Universität München
thess@lmu.de



Prof. Dr. Frank Lobigs

Technische Universität Dortmund
frank.lobigs@udo.edu



Prof. Dr. Christoph Neuberger

Freie Universität Berlin
christoph.neuberger@fu-berlin.de



Prof. Dr. Insa Sjurts

Berufliche Hochschule Hamburg
insa.sjurts@bhh.hamburg.de