

**Marc Jan Eumann, Frauke Gerlach, Tabea Rößner, Martin Stadelmann (Hg.): Medien, Netz und Öffentlichkeit. Impulse für die digitale Gesellschaft**

Essen: Klartext-Verlag 2013, 473 S., ISBN 978-3-8375-0931-1, € 22,95

Impulse, um „eine medien- und netzpolitische Debatte jenseits der Tagespolitik sowie des Erwartbaren anzuregen und diese Politikfelder als Teil von Gesellschaftspolitik zu erforschen und zu diskutieren“ (S.11), wollen die HerausgeberInnen, selbst in der Medienpolitik von SPD und Grünen tätig, mit diesem voluminösen Sammelband geben. Dazu haben sie gut 60 AutorInnen aus Politik und Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Medien zu relativ kurzen, oft thesenartig formulierten Statements zu dem sehr weitläufigen, nahezu alle Aspekte umfassenden Thema eingeladen. Um es ein wenig zu strukturieren, unterscheiden sie fünf Schwerpunkte, die wohl auch nur als perspektivische Akzentuierungen gemeint sind: Internet als Kommunikationsraum, Kulturraum und Freiraum, sodann – nicht mehr ganz folgerichtig – Medienpolitik in Zeiten des Internets sowie europäische und globale Regulierungsansätze (einschließlich sporadischer Blicke nach Österreich, in die Schweiz und nach Großbritannien) sind sie überschrieben. Jeweils sind zu diesen Schwerpunkten thematische Kapitel angeordnet, die mutmaßlich sämtliche aktuelle Diskussionspunkte einbeziehen sollen. Sie reichen etwa – beispielhaft angeführt – von „Crowdfunding“ (S.67ff.) oder „Neue Wege im Föderalismus“ (S.313ff.) einerseits

bis zu „Musikbranche: ein Zwischenbericht“ (S.89ff.) und „Filmbranche. Ein Ausblick“ (S.103ff.) andererseits. Darunter sind je zwei Beiträge platziert, die aus unterschiedlichen Blickwinkeln – so die Vorgabe – argumentieren sollen. Das gelingt erwartungsgemäß nicht immer, zumal sich viele Beiträge entweder in wenig originellen Reproduktionen von längst Bekanntem und schon breit Diskutiertem erschöpfen, sich in allgemeinen Appellen und normativen Forderungen ergehen, die besonders dann wenig glaubwürdig erscheinen, wenn sie aktive, Macht besitzende Politiker vortragen, oder sich doch als recht durchsichtige, tendenziöse Positionen herausstellen (so wenn ein Facebook-Vertreter die „informationelle Selbstbestimmung in sozialen Netzwerken“ [S.48ff.] lobt). Außerdem finden sich viele deskriptive, faktenreiche Referate über das eine oder andere Mediensegment und Politikfeld, meist von kompetenten WissenschaftlerInnen verfasst. Bei ihrer Breite und Komplexität müssten sie jeweils im Einzelnen gemustert und gewürdigt werden, entsprechend dürften sich Interessierte nur jeweils mit den speziellen Beiträgen befassen. Für die selektive Lektüre wäre natürlich ein ausführliches Sachregister hilfreich gewesen. Um die divergierenden, aber auch sich überschneidenden Themen

zu pointieren, sind drei Zwischenrufe eingebaut: Im ersten rät Alexander Kluge relativ optimistisch über die Wandlungen des Schreibens und Erzählens infolge der Digitalisierung, sofern gewisse Prinzipien des Urheberrechts gewahrt bleiben. Im zweiten plädiert Otfried Jarren für gesetzliche Co-Regulierungen der Aktivitäten von Social Media, die von AnbieterInnen, NutzerInnen und öffentlich-staatlichen Instanzen getragen werden sollen, da die alte, institutionelle Medienpolitik durch die Netzkommunikation überholt sei. Besonders die Netzwerke ermöglichen nicht nur solche Selbstregulierungsorganisationen, sondern erfordern sie auch. Schließlich formuliert Gerhard Zeiler, ehemals Bertelsmann-Vorstandsmitglied und seit 2012 Präsident von Turner Broadcasting, aus der Sicht des überzeugten Fernsehmanns sechs gängige Marketingmaximen für das privatkommerzielle, auch im digitalen Markt nach wie vor vitale Fernsehen. So diffus mithin diese Zwischenrufe ausfallen, so wenig können sie die vorausgehenden Beiträge bündeln oder zuspitzen; vielmehr bleiben sie ebenfalls argumentative Solitäre im disparaten Textumfeld und nähren sich von der Originalität und Stringenz ihrer Urheber.

Prominenz dürfte für die Einladung zum Beitrag nicht unwichtig gewesen sein: So finden sich Olaf Scholz, Kurt Beck, Martin Schulz und Cem Özdemir aus der ersten Reihe der Politik – und man kann sich sicherlich fragen, welcher Ghostwriter oder Referent tätig war. In der zweiten folgen Norbert Schneider, Carsten Brosda, Peter

Schaar, Hans Hege, Thomas Krüger, Marc Jan Eumann und noch einige andere, die in diversen Institutionen und Gremien Medienpolitik betreiben oder betrieben haben. Von einigen von ihnen hätte man statt allgemeiner, streckenweise plattitüdenhafter Ausführungen über das eine oder andere Mediensegment lieber konkret erfahren, welche Optionen, aber auch welche Grenzen ihr medien- und netzpolitisches Handeln erfahren hat(te). Dem ehemaligen Datenschutzbeauftragten des Bundes, Peter Schaar („Datenschutz: Wichtig wie die Luft zum Atmen“, S. 183ff.), erging es ja erst kürzlich so, da er stets seine Beschränkungen und Frustrationen im Amt und damit die Risiken und Verletzungen des Datenschutzes öffentlich und kaum zum Wohlgefallen der Regierenden artikulierte. Am Ende aktualisiert die Theologin Johanna Haberer aus anthropologisch-christlicher Sicht die zehn Gebote als „Regeln fürs globale Dorf“ (S.431ff.) McLuhanscher Prägung, weil „niemals eine Technologie scheinbar so sehr die in den Religionen proklamierten Eigenschaften Gottes angenommen“ (S.436) hat wie das Internet. Sie richten sich als Rechte und Pflichten vorrangig an jeden Einzelnen, aber auch „Telekommunikationskonzerne, Wirtschaftsunternehmen und -ministerien“ (S.439) müssten sie als Selbstverpflichtungen (Code of Conducts) wahrnehmen. Ob damit nicht der Mythisierung des Internets Vorschub geleistet wird, weil letztlich jeder und damit keiner für Risiken und Fehlentwicklungen verantwortlich ist?

Hans-Dieter Kübler (Werther)