

**Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld, Thomas Knieper (Hg.):
Digitale Öffentlichkeit(en)**

Konstanz: UVK 2015 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd.42), 290 S., ISBN 9783867645607, EUR 34,-

Die vorliegende Dokumentation ausgewählter Beiträge der gleichnamigen Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft besteht aus drei Teilen: „Digitale Interaktionen und Diskurse: Folgen für die Öffentlichkeitsentstehung“, „Digitaler Wandel des Journalismus: Herausforderungen und Perspektiven“ und „Neue Formen und Formate der Online-Kommunikation im privaten und öffentlichen Raum“. Die Herausgeber stellen in ihrer Einführung fest, dass in der computervermittelten Kommunikation eine weitere Fragmentierung der Öffentlichkeit entstanden ist. Die Zahl der Diskurs Teilnehmer_innen und Gatekeeper beschränkt sich nicht mehr auf professionelle journalistische Berichterstatte_r_innen. Anschlussdiskurse werden auch in Form einer Empörungs- und Protestkommunikation über soziale Netzwerke und Blogs öffentlich geführt und erreichen rasch eine große Resonanz.

Christoph Neuberger weist in seinem Aufsatz darauf hin, dass der Rückkanal, der in traditionellen Massenmedien weitestgehend fehlte, nun deutlich in Erscheinung tritt. Er differenziert bei der öffentlichen Kommunikation zwischen den Kategorien ‚Konflikt‘ und ‚Kooperation‘ und stellt diese Interaktionsmodi einander unter

den Bedingungen der traditionellen und neuen Massenmedien gegenüber. Laut Neuberger bestehe im Internet eine konstruktive Option, Konflikte auszutragen und Kritik zu äußern (vgl. S.29). Virtuelle Diskursformen bieten aber auch die Möglichkeit für Kooperationen.

Christian Pentzold und Claudia Fraas sehen Big Data zugleich als Chance und Risiko. Einerseits ließen sich durch Big Data präzise Prognosen und Einsichten herstellen, andererseits fänden durch die neuen technischen Möglichkeiten auch eine Überwachung und Kontrolle statt. Im Rahmen einer qualitativen Diskursanalyse mit einer Methodenkombination aus Grounded Theorie, Framesemantik und Sozialsemiotik wird herausgearbeitet, „wie digitale Datenmengen und die sie begleitenden Prozesse im Fall des Diskurses zur Handygate-Affäre themenbezogen gerahmt werden“ (S.66). Somit konnten repräsentative Bedeutungsstrukturen in induktiven und deduktiven Verfahrensschritten rekonstruiert werden.

Tobias Eberwein, der „Journalistisches Erzählen im Wandel“ (S.107) erörtert, plädiert überzeugend für ein multimediales Storytelling als Instrument für die Vermittlung journalistischer Inhalte, das auch strategisch „für Onlineredaktionen im Kampf um

Reputation und das Vertrauen der User“ (S.117) eingesetzt werden kann.

„Anwendungsoptionen und redaktionelle Aneignung von Apps im Journalismus“ (S.121) sind das Thema von Cornelia Wolf, die auf die enormen Zuwachsraten beim Verkauf von Smartphones verweist. Dank technischer Innovationen werden journalistische Informationen zunehmend über diese Endgeräte abgerufen, wobei bei journalistischen Apps ein „Trägheitsprinzip“ (S.131) konstatiert wird, da Inhalte für Apps zu selten aktualisiert würden und eine Etablierung von Erlösmodellen kaum festzustellen sei. Die Autorin plädiert für innovative Ideen bei der inhaltlichen und gestalterischen Aufbereitung von Apps, die zumindest bei einigen Zeitschriftenredaktionen im Ansatz aktuell umgesetzt werden.

Corinna Oschatz, Markus Maurer und Jörg Haßler widmen sich der Digitalisierung von Informationskanälen und den daraus resultierenden Konsequenzen für die Öffentlichkeit am Beispiel der Netzdebatte zum Klimawandel. Dabei wird im Rahmen einer Panelbefragung untersucht, „welche Rolle mediale und politische Online- und Offline-Informationskanäle für den Wissenserwerb über den Klimawandel spielen“ (S.153). Zudem wird die Berichterstattung über dieses Thema in Tageszeitungen, Fernsehnachrichten und Nachrichtenwebseiten in die Analyse einbezogen. Insgesamt haben sich jedoch kaum Belege dafür gefunden, „dass die Digitalisierung von Informationskanälen den Wissenserwerb über den Klimawandel besonders fördert“ (S.161).

Daniel Klenke und Stefan Meier erörtern analoge und digitale „Ästhetisierungspraktiken in der aktuellen fotojournalistischen Kriegsberichterstattung“ (S.183). Dabei stehen wissenssoziologisch und mittels linguistischer Diskursanalyse bearbeitete Fragen nach der Authentizität und Ethik der Bilder im Mittelpunkt des Interesses. Die Verfasser konstatieren, dass innerhalb der Kriegsphotografie neben der Darstellung von Alltagssituationen auch „actiongeladene Szenarien und Ästhetiken hergestellt [werden], die die Gefahr des Krieges und den Mythos des Helden positiv konnotieren“ (S.197). Sie fordern daher ein ethisches Regelwerk, das die notwendige Orientierung vermittelt, um Verstöße gegen entsprechende Standards zu vermeiden.

Alle Autor_innen sind sich einig, dass sich die Konstitution von Öffentlichkeiten durch die digitalen Medien massiv verändert und beschleunigt hat. Die Zahl der Diskursteilnehmer_innen im Netz ist rasant gestiegen. Dennoch ist der Einfluss der traditionellen Medienberichterstattung auf die öffentliche Meinungs- und Willensbildung nach wie vor hoch. Insgesamt verfolgen die Aufsätze ganz unterschiedliche begriffliche und theoretische Zugänge, um dem Phänomen gerecht zu werden. Die Vielfalt der Erhebungsmethoden und Forschungsdesigns des lesenswerten Sammelbandes sind durchaus beeindruckend. Den Herausgebern ist es gelungen, die heterogenen theoretischen Ansätze und Zugänge zum Thema gut strukturiert und verständlich zu bündeln. Darüber hinaus sind praktische Anwendungsfelder vom

Klimawandel über die Kriegsberichterstattung bis hin zum Bildjournalismus konstruktiv aufgenommen und unter digitalen Bedingungen neu eingeordnet worden. Es wird insgesamt deutlich, dass die ethischen und rechtlichen Themenfelder zu Datenschutz

und Datensicherheit, die Beachtung des Persönlichkeitsschutzes und die Frage nach erfolgreichen Geschäftsmodellen in der Online-Kommunikation zentrale Forschungsfelder bleiben werden.

Christian Schicha (Erlangen)