

Wurden Phänomene der Gegenöffentlichkeit früher mit den Begriffen Partizipation und Emanzipation in Verbindung gebracht, stehen Alternativmedien heute häufig prototypisch für identitäre und demokratiefeindliche Kommunikationsprozesse. Der Essay nimmt die aktuelle Gemengelage zum Anlass, die umfassende digitale Transformation sowohl von Meinungsbildung als auch des Menschseins zu skizzieren. Einen besonderen Stellenwert nimmt die Plethora an digitalen Plattformen und deren Logiken und Mechanismen ein. Der Beitrag schließt mit einem Plädoyer für eine stärkere Berücksichtigung dieser Kontexte in der Aktiven Medienarbeit.

GEGENÖFFENTLICHKEIT IN KOMMERZIELLEN PLATTFORMEN UND DIGITALEN INFRASTRUKTUREN WIDERSPRÜCHE UND PERSPEKTIVEN

Jeffrey Wimmer

(GEGEN-)ÖFFENTLICH- KEITEN ALS SCHLÜSSELBEGRIFF

Öffentlichkeit gilt zwar als einer der Schlüsselbegriffe der Sozial- und Geisteswissenschaften. Sie stellt aber einen komplexen Untersuchungsgegenstand dar, da sie einen mehrdimensionalen Charakter besitzt. An ihre jeweilig spezifischen sozialhistorischen und medienkulturellen Kontexte gebunden, unterliegt sie einem ständigen Wandel.

Digitalisierungs- und Datafizierungsprozesse transformieren gegenwärtig nicht nur die Vielzahl gesellschaftlicher Öffentlichkeiten und deren alltägliche Beobachtbarkeit, sondern auch die wissenschaftlichen Beobachter*innenperspektiven und damit die theoretischen Ansprüche an Öffentlichkeit. Durch die veränderten theoretischen Perspektiven definieren wir neue Parameter für den (post-)digitalen Strukturwandel, durch die veränderte Beobachter*innenperspektive sehen wir neue Defizite und Stärken digitalisierter Öffentlichkeiten. Es steht empirisch mehr denn je aus, die Vielzahl an thematisch differenzierten und

situativ höchst unterschiedlichen Öffentlichkeiten vergleichend zu untersuchen.

Gegenwärtig spielen bei dieser Gemengelage die verschiedenen Formen von Gegenöffentlichkeit und sogenannten Alternativmedien als deren Träger mehr denn je eine gewichtige Rolle, gesellschaftspolitisch, wissenschaftlich, aber auch pädagogisch. Wurden Phänomene der Gegenöffentlichkeit früher oftmals ausschließlich mit den Begriffen Partizipation und Emanzipation sowie dem Demokratiepotenzial sozialer Bewegungen in Verbindung gebracht, stehen Alternativmedien heute häufig prototypisch für identitäre und demokratiefeindliche Kommunikationsprozesse.

Eine aktuelle Studie von Lisa Schwaiger (2022) liefert dazu einen wertvollen Beitrag, da sie erstmals für den deutschsprachigen Raum eine Bestandsaufnahme und Charakterisierung liefert. Die Autorin fokussiert pragmatisch und nachvollziehbar sogenannte alternative Nachrichtenmedien, damit sind (quasi-)journalistische Medien und Akteur*innen gemeint, die auf Online-Plattformen publizistisch tätig sind. Hervorzuheben ist der Befund, dass sich die Nachrichtenmedien in vier Typen differenzieren lassen („Aufdecker der Mainstreamlügen“, „Verschwörung und Spiritualität“, „Aufstand der Zivilgesellschaft“ und „seriöse Alternative“), die in unterschiedlicher Weise auf ihre ökonomischen, sozialen und in-

haltsbezogenen Kontexte Bezug nehmen. Mit dieser Charakterisierung kann die demokratietheoretische Ambivalenz der einzelnen Projekte nicht nur besser eingeordnet, sondern auch adäquat vermittelt werden.

MEDIEN- UND MEINUNGSBILDUNG IM DIGITALEN ZEITALTER

Die Nutzung von Medien hat alle Bereiche des Alltags durchdrungen und bestimmt unsere Wahrnehmung von Wirklichkeit und damit auch die Grundlagen unseres Verständnisses von Demokratie. Digitaler Medienwandel und technische Potenziale für Interaktivität haben mehr als ‚funktionale Äquivalente‘ zum traditionellen Journalismus entstehen lassen.

SOCIAL MEDIA ERMÖGLICHEN ZWAR NEUE FORMEN VON PARTIZIPATION IM SINNE VON MITBESTIMMUNG, VERSCHLIESSEN SICH ABER SELBER – AUCH AUFGRUND KOMMERZIELLER INTERESSEN – SELBSTVERWALTUNG UND SELBSTBESTIMMUNG DURCH IHRE NUTZER*INNEN

Das Publikum besitzt im digitalen Zeitalter mehr mediale Optionen als je zuvor dafür, subjektive Meinungen zu politischen Angelegen-



//MSA – Medienstelle Augsburg des JFF

heiten öffentlich zum Ausdruck zu bringen. Auf unzähligen Plattformen treffen Menschen (aber auch Bots) mit ähnlichen oder antagonistischen politischen Interessen aufeinander, um in den Dialog oder in Konflikt zueinander zu treten. Die bisherige Forschung konstatiert zwar einhellig eine größere Vielfalt an medialen Partizipationsmöglichkeiten, ist sich aber in der Bewertung dieser Kommunikationsprozesse und ihrer gesellschaftlichen Folgen uneins. So ermöglichen Social Media zwar neue Formen von Partizipation im Sinne von Mitbe-

stimmung, verschließen sich aber selber – unter anderem aufgrund ihrer kommerziellen Interessen – Selbstverwaltung und Selbstbestimmung durch ihre Nutzer*innen. Es ist zwar prinzipiell möglich, dass jede*r Rezipient*in ihre*seine Meinung veröffentlicht. Doch die technische Struktur des Internets, die Logik der Suchmaschinen, die dominierende Marktmacht von Plattformen wie *Facebook* und *Google* sowie individuelle Aufmerksamkeit führen dazu, dass alles, was auf diesen Plattformen beispielsweise nicht angezeigt, bewertet oder geteilt wird, nicht in dem Maße

öffentliche Relevanz erlangt. Die algorithmenbasierten Möglichkeiten der Personalisierung und Individualisierung führen gar unter bestimmten Bedingungen zu hochselektiven individuellen und/oder gruppenbezogenen Informationssphären, den sogenannten Filter Bubbles, deren sich Mediennutzer*innen nicht unbedingt immer gewahr sind.

Die Fähigkeit zu einem kompetenten und kritischen Umgang mit Medien ist damit auch relevanter als je zuvor. Die Vermittlung kritischer Medienkompetenz bildet eine zentrale Herausforderung für die Erwachsenenbildung, aber auch für die Bildungsarbeit in unabhängigen Medien wie Freie Radios und Bürgermedien. Das Konzept der kritischen Medienanalyse zielt zum einen darauf ab, die Entstehung, Repräsentation und Wirkkraft der neuen, digitalen gesellschaftlichen Leitmedien wie *Facebook* oder *Google* in einer kritischen Weise detailliert zu erfassen und zu verstehen. In Zukunft wird es verstärkt darum gehen, diese Erkenntnisse für die politische und zivilgesellschaftliche Lösung gegenwärtiger soziokultureller Probleme und Konflikte zu verwenden.

DER MENSCH IN ZEITEN DER TRANSFORMATION

Jede Generation glaubt an die Einzigartigkeit ihrer Epoche und der darin zum Ausdruck kommenden Charakteristika. Auch die Gegenwart stellt keine Ausnahme von der Regel dar, da viele Autor*innen immense und sich beschleunigende gesellschaftliche wie technologische Wandlungsprozesse diagnostizieren, die sie vor allem mit ‚dem Internet‘ in Verbindung bringen.

Durch Medien- und Kulturwandel ergeben sich zwar seit jeher für Individuen ständig neue Formen und Möglichkeiten, an der Gestaltung der Gesellschaft teilzuhaben, die medialen Kontexte des Alltags haben sich in den letzten Jahren allerdings dramatisch gewandelt.

Der Mensch konstituiert sich in den mediatisierten Welten des 21. Jahrhunderts im Verhältnis zu allgegenwärtigen und in vieler Hinsicht dominanten digitalen Medien und Plattformen als handelndes Subjekt: So ist es in seinem medienbezogenen Handeln an der Herstellung sozialer Wirklichkeiten aktiv beteiligt, es partizipiert an unterschiedlichen kulturellen sowie sozialen Prozessen, es projiziert sich selbst ins Netz, es entwickelt sich darüber und in Bezug darauf in sozialen Beziehungen kontinuierlich weiter und hat gleichwohl in Arbeit wie in Freizeit permanent an Vergemeinschaftungs- und Vergesellschaftungsformen teil. Auch die Rahmenbedingungen von Kommunikation wandeln sich, was deswegen von zentraler Bedeutung ist, weil das Subjekt ja letztlich in kommunikativen Praktiken entsteht und sich entwickelt. So schreiben sich gesellschaftliche und kulturelle Strukturen wie Hierarchie und Macht über kommunikative Prozesse in Individuen ein, um von diesen wiederum reproduziert oder verändert zu werden. Aus einer kritischen Perspektive sieht es sich nun permanent mit Anforderungen zur Selbststeuerung, -organisation und -sozialisation konfrontiert. Denn über den Medienwandel hinaus haben sich auch die gesellschaftlichen Kontexte der Kommunikation maßgeblich geändert, nicht zuletzt durch die massiv einflussreichen Prozesse

von Globalisierung, Individualisierung und Kommerzialisierung.

Diese Veränderungsprozesse – wie die zunehmende Relevanz von Plattformen in der Alltags- und Bildungspraxis – gehen nicht nur mit neuen Möglichkeiten und Gelegenheitsstrukturen gesellschaftlicher Teilhabe einher, sondern auch mit vielen, zum Teil neuartigen Formen von Ungleichheiten, Klüften und gegenläufigen Entwicklungen. Dieser Prozess hat sich in den letzten Jahren nicht nur beschleunigt, es haben sich darüber hinaus Quasi-Monopole gebildet. So zeigen aktuelle Studien, dass in manchen Ländern ein Großteil des Publikums das Internet gleichsetzt mit der Nutzung einiger weniger Plattformen

wie *Facebook*, *Google* und *WhatsApp*. Die sich beschleunigende Transformation der Gesellschaft durch den Wandel in den Bereichen Medien, Technologie, Politik und Gesellschaft macht daher nicht nur aus erkenntnistheoretischer, sondern auch aus gesellschaftspolitischer Perspektive eine rasche, adäquate und gemeinsame Neubestimmung des Partizipationsbegriffs, deren Aufgabe und Regulierung notwendig.

NEUE ROLLE DER PLATTFORMEN

Neuere Arbeiten im Bereich der Plattformstudien (Gillespie, 2018; van Dijk et al., 2018)

und Infrastrukturstudien (Plantin et al., 2018) verdeutlichen, dass die Mediatisierung im 21. Jahrhundert vor allem mit Technologie verbunden ist. Daher wird mediatisierte Kommunikation mehr denn je durch die Verteilung von Handlungsmacht an Technologie kontextualisiert. Kommunikationsprozesse, der

DIE GESELLSCHAFTLICHEN KONTEXTE DER KOMMUNIKATION HABEN SICH MASSGEBLICH GEÄNDERT, NICHT ZULETZT DURCH DIE MASSIV EINFLUSSREICHEN PROZESSE VON GLOBALISIERUNG, INDIVIDUALISIERUNG UND KOMMERZIALISIERUNG

Zugang zu und die Verarbeitung von Wissen sowie die Sichtbarkeit von Arbeit werden entscheidend von den technologischen Eigenschaften wie einer Plattform oder App geprägt. Die Gestaltung von Big-Tech-Technologien wiederum funktioniert streng nach dem Prinzip der Profitmaximierung, wie Analysen aus dem Bereich der politischen Ökonomie zeigen. Dieser Gewinn wird beispielsweise bei *Google* oder *Meta* durch die Steigerung der Effizienz der Werbekommunikation gesteigert. Das heißt, das Verhalten wird möglichst lückenlos beobachtet, um mit hoher Wahrscheinlichkeit vorhersagen und effektiv manipulieren zu können (Srnicek, 2017; Zuboff, 2019). Digitale Technologien wie datenerfassende



//JFF

und -filternde Plattformen und Infrastrukturen strukturieren also Kommunikationsprozesse, Informationsflüsse und Wissenszugänge in einer bestimmten Art und Weise, und haben damit einen erheblichen Einfluss darauf, was Menschen tun, was sie wahrnehmen und welche Entscheidungen sie treffen. Das geschieht in der Form einer grundlegenden ‚redaktionellen‘ und automatisierten Bearbeitung des individuellen Wissensbestands, der die Möglichkeiten der Wunschformulierung und Entscheidungsfindung definiert. Die Macht, Da-

ten zu sammeln, zu verarbeiten und auf dieser Basis Kommunikationsinhalte (z. B. Informationen, Wissen, Empfehlungen) exakt auf das Verhalten der Nutzer*innen zuzuschneiden, ist also in der Gegenwart ungleich verteilt.

Aktuelle Plattform-Studien wie beispielsweise zu *Google Maps* (Gentzel et al., 2022) verdeutlichen, dass Nutzer*innen ein sehr starkes und unbestrittenes Vertrauen in Plattform-Anwendung und ihre Nützlichkeit besitzen. Dies lässt sich analytisch vor allem auf eine dominante Marktposition, eine enorme Benutzer*innenfreundlichkeit und eine hohe Routine in der Alltagsnutzung zurückführen. Es muss betont werden, dass es zwar Gelegenheitsnutzer*innen oft schwerfällt, über das partizipatorische Potenzial von Plattformen nachzudenken. Erstaunlich ist jedoch, dass sich alle Befragten allein nur über den Anschein von Handlungsfähigkeit und das Potenzial zur Mitwirkung an der Gestaltung freuen. Die tatsächliche Umsetzung von Handlungsfähigkeit wird (un)bewusst und gerne auf die Mechanismen und Automatismen von Plattformen übertragen. Wir können also schlussfolgern, dass die Plattformen und dazugehörige Apps wichtige Aspekte der Handlungsfähigkeit auf unbestimmte Zeit für die vernetzten Bereiche der Lebenswelt übernehmen, wenn der Nexus von Technologie, Nutzer*in und Lebenswelt stabil, unkompliziert und konfliktfrei bleibt. Diese ‚Übernahme‘ sollte nicht nur als eine Form der Delegation von Handlungsfähigkeit verstanden werden, die auf menschlicher Zufriedenheit und technologischer Nutzbarkeit beruht. Sie ist auch eine Form der Erweiterung der Handlungsfähigkeit, weil sie tief in der Verflechtung der

Infrastruktur der Plattformen und den Alltagspraktiken ihrer Nutzer*innen verwurzelt ist (ausführlich Hepp, 2022, S. 476 ff.).

ANSPRÜCHE AN AKTIVE MEDIENARBEIT

Als Erfolgsmaßstäbe einer Aktiven Medienarbeit können die aktuelle Ausgestaltung der Bildungspraxis und die direkte Ansprache der Bildungsteilnehmenden angesehen werden. Pragmatisch ist die Frage danach entscheidend, was in der pädagogischen Praxis funktioniert. In der heutigen von Plattformen und Algorithmen geprägten Zeit kann nach wie vor auf Ansätze der Gegenöffentlichkeit und der kritischen Pädagogik zurückgegriffen werden, die darauf verweisen, dass Informationen nur dann aufgenommen werden und in einem emanzipativen Sinne bewusstseinsbildend wirken, wenn auch entsprechende Handlungs- und Partizipationsmöglichkeiten entstehen (ausführlich Wimmer, 2007, S. 153 ff.). Voraussetzung dafür ist mehr denn je die Verknüpfung von Bildungspraxis mit den alltagskulturellen Kontexten der Lernenden (Giroux, 1992). Dazu müssen Pädagog*innen lernen, die Alltagswelt Lernender nicht nur zu verstehen, sondern auch in ihrer Medienarbeit zu adressieren, unter anderem durch den Einbezug von Plattformen und deren Anwendungen. So wie sich die Alltagskultur immer mehr zu einer von Plattform geprägten Kultur entwickelt, muss sich in Folge auch das ehemals klassische medienfokussierte Konzept Aktiver Medienarbeit immer mehr zu einer von Infrastrukturen und Plattformen geprägten Medienarbeit weiterentwi-



Filmteam bei einem Kulturcaster-Workshop im Museum Abteiberg
//Diana Kaiser

ckeln. Gerade die Plattformen fungieren als Institutionen einer ‚unsichtbaren Pädagogik‘, da ihre Infrastrukturen und Algorithmen in zweifacher Hinsicht pädagogisch wirkmächtig sind: (1) Plattformen zeigen in ihren Angeboten, wer wir sind und sein könnten, und vermitteln dadurch Wissen, Normen und Identitätsangebote. (2) Darüber hinaus mobilisieren und beeinflussen Algorithmen und deren Repräsentationen beispielsweise von Klasse, Geschlecht oder Ethnizität sowohl soziale Bedeutungen als auch Wirklichkeitskonstruktionen.

FAZIT

Das emanzipatorische Potenzial von Gegenöffentlichkeiten und Aktiver Medienarbeit liegt nicht nur auf individueller, sondern auch auf gesellschaftlicher Ebene. Denn eine Pluralität der Sichtweisen veranschaulicht nicht nur die Konstruiertheit der jeweils individuellen Erfahrungen und Positionen, sondern fordert auch die Gesellschaft zur Auseinandersetzung mit anderen Perspektiven auf. Gerade dieses Verständnis für die Erfahrungen und Positionen anderer ist – im Sinne Karl Poppers bezüglich einer offenen Gesellschaft – Bedingung für eine Ausweitung diskursiver Öffentlichkeit und politisch-gesellschaftlicher Teilhabe.

Bleibt die Hoffnung, dass bisherige Befunde zum Anlass genommen werden, die Forschung sowohl zu Gegenöffentlichkeiten als auch zu Aktiver Medienarbeit weiter zu vertiefen. So harren zentrale Dimensionen der Konstitution und Artikulation von (Gegen-)Öffentlichkeiten in der (post-)digitalen Gegenwart noch der tiefergehenden Analyse, wie die Veränderung der Konstituierung von Gegenöffentlichkeit(en) und deren eingangs skizzierten Bedeutungs- und Beobachtungstransformation im Verlauf der Zeit, die Subjektivierung (gegen-)öffentlicher Positionen und der Plattform-Logiken durch die Akteur*innen sowie deren plattformübergreifende Medienpraktiken und transnationale Vernetzung in einer globalisierten, aber polarisierten Welt.

Literatur

Gentzel, P., Wimmer, J. & Schlagowski, R. (2021). Doing Google Maps. Everyday Use and the Image of Space in a Surveillance Capitalism Centrepiece. *Digital Culture and Society*, 7(2), 159/184. <http://doi.org/10.14361/dcs-2021-070208>

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. Yale University Press.

Giroux, H. A. (1992). *Border Crossings. Cultural Workers and the Politics of Education*. Routledge.

Hepp, A. (2022). Agency, Social Relations, and Order: Media Sociology's Shift into the Digital. *Communications*, 47(3), 470/493. <http://doi.org/10.1515/commun-2020-0079>

Plantin, J.-C., Lagoze, C., Edwards, P. N. & Sandvig, C. (2018). Infrastructure Studies Meet Platform Studies in the Age of Google and Facebook. *New Media & Society*, 20(1), 293/310. <http://doi.org/10.1177/1461444816661553>

Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Polity Press.

Schwaiger, L. (2022). *Gegen die Öffentlichkeit. Alternative Nachrichtenmedien im deutschsprachigen Raum*. transcript.

Van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). *The Platform Society*. Oxford University Press.

Wimmer, J. (2007). *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsfelds*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. Public Affairs.

Dr. Jeffrey Wimmer ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Augsburg. Seine Schwerpunkte sind Medienwandel, Mediatisierung und Medienkultur-forschung, Öffentlichkeitsforschung und Partizipation sowie Virtuelle Welten.