

Die akademische Vorbemerkung hat auch im digitalen wissenschaftlichen Umfeld ihren festen Platz gehalten. Früher diente sie zusammen mit der Nachbemerkung dazu, dort alles hineinzupacken, was für eine richtiggehende Bemerkung im eigentlichen Vortragstext nicht die hinreichende gedankliche Tiefe erreicht hat. Im nicht-wissenschaftlichen Bereich ist die Vorbemerkung durch das „Management Summary“ verdrängt worden, das die wesentlichen Aussagen eines nicht zum Lesen bestimmten Textes auf Sätze oder Stichworte mit hohem Wiedererkennungswert reduziert. Beides – das Summary und die Vorbemerkung – entwickeln sich konvergent aufeinander zu. Am Ende dieser Habituation wird es bei der akademischen Vorbemerkung auf den Copy-and-Paste-Satz hinauslaufen: „Der folgende Text behandelt das heutige Thema aus Sicht der jeweiligen Wissenschaft“. Beim Summary, dessen Leser wie Verfasser unter immenssem Zeitdruck stehen, muss der Satz noch kürzer sein, etwa „Im Folgenden geht es um das heutige Thema“. Die Nachbemerkung ist bei beiden Varianten – bei der akademischen Vorbemerkung und dem lesezeitparenden Summary – bereits überwiegend vereinheitlicht im Template „ich danke für Ihre Aufmerksamkeit“. In den Beiträgen mit Summary, selbst wenn sie nur aus Powerpoint-Charts bestehen, sollte dieser Satz eigentlich auf der ersten Seite bzw. dem ersten Chart positioniert werden, denn da wird er noch zur Kenntnis genommen. Denn: Das Grundvertrauen in die Lesedauerfähigkeit ist nachhaltig erodiert, was Texte generell betrifft. Die Charts werden deshalb ja auch nicht zum Nachlesen verspiegelstricht und begrafikt, sondern ersetzen die schwindende Zuhörfähigkeit durch interaktives Mitlesen oder Hinschauen. Gut, dass das Programmkomitee der Humboldt-Universität als federführende Veranstalterin klare Vorgaben für ein Vortragsthema gegeben hat. Das folgende Referat sollte sich erstens um das Thema „Öffentlichkeit und Vertrauen“ drehen, zweitens sollte es maximal 29 Minuten dauern und drittens sollte es möglichst neue Gedanken enthalten. Erstens gehört sich das so, zweitens ist zeitliche Passgenauigkeit unstreitig das Kernstück der Bologna-Reform (man spricht da schon vom „Geist à la Minute“) und drittens sind einige Bald-Prüflinge anwesend, die ja für ihre Abschlussarbeit irgendeinen neuen Gedanken aufspüren müssen, denn nur solche werden peer-to-peer als wissenschaftlicher Fortschritt (und nicht als Plagiat) bewertet.

Neue Gedanken sind in der Suchmaschinenepoche endlich leicht zu entwickeln. Denn mithilfe von Google oder einer besser beleumundeten Suchmaschine lassen sich zunächst die alten Gedanken sehr schnell finden. Zum heutigen Thema „Öffentlichkeit“ gibt es viele alte Gedanken, die meisten davon stehen öffentlich zur Verfügung. Einige Publikationen, die im Amazon-Text (früher Klappentext genannt) durchaus Neues versprechen, sind mit einem Klick kaufbar. Die – subjektiv – zehn Vielversprechendsten kann jeder BAFöG-Student für insgesamt knapp 380 Euro in wenigen Minuten herunterladen, auf einem Mac peer-to-peer sogar in Sekunden und kostenlos. Angestrebt wird implizit seit vielen Jahren die Regel: Die Rezeption einer „Message“ sollte nicht mehr Zeit beanspruchen als das Herunterladen derselben. Deswegen ist ein Bild immer schneller als tausend Worte, aber nicht zwingend besser.

Bei einem neuen Gedanken antwortet Google mit „nicht gefunden, meinten Sie vielleicht diese Popups mit alten Gedanken?“. Hier darf man nicht in den Hypertext weiterklicken, sondern muss beharrlich die Abfrage des Neuen fordern. Etwas Glück gehört dazu, und man hat sogar einen „googleneuen“ Ausdruck samt Gedankenanhang *nicht* gefunden, den man schnell noch vor Aipiwisix (IPV6) als URL anmelden kann. Der Eintrag bei „Denicwho-is?“- ist digital nachhaltig und ökologisch korrekt an die Stelle des Schnitzens in Baumrinden sowie der öden Wandkritzeleien getreten, er ist jedenfalls nachhaltiger als jeder Blog-Eintrag.

Nach jedem *Googeln* hat man die Wahl zwischen *Grübeln* und *Gaukeln*. Einerseits hat man Tausende und Abertausende von alten Gedanken gefunden (präziser: als Zahl der Fundstellen angezeigt bekommen), andererseits nur eine Handvoll neuer Gedanken *überhaupt nicht* gefunden. Gegen die Übernahme der Alt-Gedanken spricht der Zeitdruck, weshalb in jedem unvermeidlichen Fall die Kurzformen („vgl. Habermas, vgl. Luhmann, vgl. Baecker, vgl. Coy“) genügen müssen. Neben den wissenschaftlich anerkannten Alt-Gedanken finden sich auch zahlreiche (womöglich schon mit „I like it“-oder „Follow“-Buttons versehene) Alt-Gedanken, über die man aber nicht lange nachdenken darf. Wenige Dinge wurden strukturell unverändert von der analogen in die digitale Welt übernommen, dazu gehören das „Anglerlatein“ und das „Jägerlatein“, was heute (natürlich „schneller, höher, weiter“) in der mittlerweile erreichten Begriffskonvergenz (googleneu) „Netzlatein“ genannt werden darf.

Unverändert gilt in der Kommunikation unerschütterlich: „perception counts“, und dies reicht von der gefühlten Temperatur bis zur Feststellung in Forbes (22. Mai 2009 im Zusammenhang mit den Trump-Opfern): “It is more about how they feel about things, their perception, and less about the reality”. Es ist immer noch schwierig, sich die Autonomie des “Empfängers” (auch ohne „Rauschen am Shannon/Weaver-Kanal“) bewusst zu machen, aber Psychologen wie Soziologen sind sich sogar empirisch ganz sicher: “La percepción es una experiencia personal y única. No es exactamente igual para dos personas” (Martínez-Salanova 1998) Ein alter Gedanke also, dem ich 2001 den damals *googleneuen* und heute immer noch *googleuniken* Ausdruck „Anderkontext“ widmete (Klump 2002: 394).

Öffentlichkeit und Privatheit liegen im Auge des Betrachters

Öffentlichkeit ist dort, wo die Privatheit aufhört und man sich gesellschaftlichen Regeln und Gesetzen unterwirft. Der oft gehörte Satz „privat kann ich doch tun und lassen, was ich will“ ist ebenso verständlich wie falsch. Selbst in der unverletzlichen Privatheit der Wohnung gelten die Umgebungsgesetze. Die Verbindung Privatheit-Öffentlichkeit ist schon längst durch transparente Fensterscheiben (in Japan sogar durch transparent dünne Wände), durch die Telefonsteckdose TAED ff und vollends durch Fritzbox und Splitter hergestellt. Dennoch müssen Ausnahmen wie etwa ein gezielter „Lauschangriff“ im Rechtsstaat von einem Richter genehmigt werden, während die Daten-Emissionen ungeschützter W-LANs den Nutzer sogar haftend vor Gericht bringen können.

Öffentlichkeit ist keine Privatangelegenheit, über die man selbst befinden kann.. Privatheit hört dort auf, wo ein anderer – direkt oder indirekt – geschädigt, belästigt oder auch nur beeinflusst wird. Weil diese Anderen darüber absolut autonom entscheiden, ein Fakt, den man mit „Perzeptionshoheit“ beschreiben könnte, ist Privatheit also für den Einzelnen eine in ein gesellschaftliches Konstrukt eingebettete individuelle Freiheit. Mit der Ausnahme des leise vorgetragenen Selbstgesprächs sind heute mithin nur die Gedanken privat. Die Feststellung „*Liberæ sunt nostræ cogitationes*“ wird Cicero zugeschrieben, sie ist zwar nicht quellenverlässlich nachprüfbar, aber warum sollte Cicero ausgerechnet dies nicht gesagt haben? Alle Punkte auch der digitalen Welt sind satztechnisch bekanntlich deswegen in „Cicero“ zu messen.

Selbstverständlich kann jeder diese Privatheit mit einem Kommunikationspartner bewusst und konfliktfrei teilen, dies ist sogar ein Konstituens von Familie, Freundschaft und Partnerschaft. Man kennt einander und vertraut darauf, dass die direkte Kommunikation und Interaktion keine Störgröße für den Freiheitsraum der Privatheit darstellt. Dieses kommunikative Vertrauen gegenüber Familie, Freunden und Partnern hat sich über die Historie hinweg als Vertrauensbasis für den Aufbau und den Zusammenhalt von ganzen Gesellschaften bewiesen. Ein „*Schalenmodell*“ des Vertrauens in der Privatheit über das Individuum, Familie, Mitbewohner, Freunde, Nachbarn, Vereinsmitglieder, Mitbürger, Landsleute, Miteuropäer bis hin zu allen Mitmenschen ist in der Alltagswelt erkennbar, das „Ranking“ folgt ungefähr dem (leider beweglichen und nicht exakten) Begriff der „Nähe“.

Zunächst zwei Folgerungen daraus: Wenn ein Dritter ohne mein Wissen eine private Konversation – auch ungewollt – mithört, die ich vertraulich mit einem Freund führe, dann wird dieser unbekannt Dritte möglicherweise geschädigt, belästigt oder beeinflusst. So etwas passiert oft beim „Übersprechen“ in der Telefonie, aber durchaus auch bei der Mail, sowie bei SMS kommt das vor. Das ist mit Varianten einer Netiquette im Griff, die da lautet „sollten Sie nicht der Empfänger sein, so lesen Sie das gar nicht und löschen es schnellstmöglich“. Weil Privatheit vollständig meiner informationellen Selbstbestimmung unterliegt, muss unter dem Vorzeichen eines Nutzerschutzes sichergestellt sein, dass sie nicht ohne mein Wissen transparent wird. Was bei Unabsichtlichkeit gilt, mag erst Recht bei voller Absicht gelten. Eine absichtliche Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes ist in Deutschland gemäß § 201 StGB ein Vergehen, allerdings nur strafbar, wenn die öffentliche Mitteilung geeignet ist, berechnete Interessen eines anderen zu beeinträchtigen. Über die rechtlichen Konsequenzen der letzten Zeilen bestünde Forschungsbedarf.

Vertrauen konstituiert Gesellschaft

Die Vertraulichkeit ist nur *eine* Dimension des Vertrauens. Es gibt mehrere andere Dimensionen, die ganz unterschiedliche Eigenschaften aufweisen. Auf der individuellen Ebene gilt wohl: Vertrauen ist generell etwas, was

meist langsam wächst und oft schlagartig und sogar für immer verschwinden kann. Beim Misstrauen ist es oft umgekehrt: Es kostet alltagsweltlich nachvollziehbar viel Mühe, das einem Menschen spontan und schlagartig entgegengebrachte Misstrauen abzubauen, das entstehende Vertrauen ist und bleibt aber brüchig. Der *erste Eindruck* ist meist mächtiger als das *zweite Nachdenken*.

In der gesellschaftlichen Kommunikation gilt pragmatisch: Vertrauen spart Zeit, wie sonst nur Glaube oder Ideologie. A propos Ideologie: Lenins bekannte Misstrauensformel stimmt nicht. Vertrauen ist gut, Kontrolle ist nicht besser, sondern aufwändiger. Hierzu gehört als Beispiel das identitative Vertrauen, das ich in der Festschrift für Wolfgang Coy (Klumpp 2012: 130f) so definiert habe: „Identitatives Vertrauen will mir heißen, dass Kommunikanten in einem elektronischen (auch: digitalen, virtuellen etc.) Dialog, der auch zeitversetzt sein kann, sich wenigstens hinsichtlich ihrer wechselseitigen (persönlichen oder institutionellen) Identität mit hinreichender Gewissheit selbst dann sicher sein können, wenn sie einander auf der Aussage- bzw. Handlungsebene im Sinne der Authentifizierung überhaupt nicht vertrauen. Ohne solches strukturelles identitatives Vertrauen zwischen Kommunikanten kann ‚Vertrauen als Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität‘ nicht entstehen, Vertrauen setzt eine Umwelt voraus, die strukturiert ist“ (Luhmann 1968, kompilatorisch zitiert).

In anderen Worten: Wenn ich sicher bin, *wer* da etwas sagt, weiß ich noch lange nicht, ob das von ihm stammt und ob es stimmt. Der Satz „ich liefere das morgen ab“ kann bei Bekannten sogar *berechenbar* das Gegenteil der Aussage hart codieren. Man spart wirklich und messbar Zeit. Bei einem Unbekannten übrigens ist das Vertrauen, dass er etwas *nicht* tun wird, gesellschaftlich und kulturell tief gegründet: Wenn sich mir jemand am Geldautomaten nähert, ist es schon ein gewaltiger Unterschied, ob wir in Stuttgart oder in Sao Paulo sind. So weit wie Martin Hartmann würde ich allerdings nicht gehen wollen, wenn er das Vertrauen mit rückläufigem Denken gleichsetzt: „Wer vertraut, denkt vielleicht weniger nach, aber der Verzicht auf Reflexion bündelt in sich nicht all die Gründe, die eine ausführlichere Analyse einer Situation oder Person potentiell generieren kann (Hartmann 2011:19)“. Eher schon leuchtet mir der gesellschaftliche Kommunikations-Mehrwert ein, wenn er schreibt: „Praktiken aller Art, sofern sie intakt oder gut sind, liefern uns Handlungsgründe, die wir privatim nicht generieren könnten“ (Hartmann 2011: 28). Um Zeit zu sparen, vertraue ich zunächst darauf, dass alle Praktiken irgendwie entweder intakt oder gut sind.

Allerdings gilt dies offensichtlich nicht für Netzpraktiken. Eine leicht überprüfbare Wahrheit wie „Bei solch schönem Wetter sollten wir zusammen einen Spaziergang machen“ bleibt zwar wahr, auch wenn sie von einem Typen mit Springerstiefeln und weißen Schnürsenkeln geäußert wird, sie hat jedoch andere Verhaltensfolgen. Ohne identitatives Vertrauen sind demnach die meisten heutigen digitalen und virtuellen Dialoge lange noch bestenfalls unter gesellschaftlicher Stochastik einzuordnen. Zur gesellschaftlichen Steuerbarkeit trägt das Internet noch weniger bei als zur fiskalischen Steuererhebung. Zusammenfassend zur Gesellschaft gilt wohl: Wir müssen leider drin bleiben“. Selbst in der Privatheit muss der Einzelne doch die Bürde seiner Grundrechte selbst tragen.

Noch einmal zum Vertrauensaufbau: Vertrauen kann nicht produziert, sondern nur perzipiert werden. Vertrauen kann man nur haben, nicht machen. Es gibt selbstverständlich Ausnahmen: Vertrauen ist in der Konnotation der Lebenswelt eher „Zuversicht“ als „Berechenbarkeit“, insofern kann die Vertrauensdimension „Zuversicht“ sehr wohl erzeugt werden. Meine für verschiedene Lebensaspekte – von der Gesundheit über Finanzlage und Arbeitsplätze bis zur Bildung – seit vielen Jahren vorgebrachte Sentenz „schlimmer kann es ja nicht mehr kommen“, wird mir im engeren Freundeskreis als eine Spitzenleistung des Optimismus zuerkannt. Auf Nachfragen wird eine solche Interpretation als direkte Enkulturation der Werbungsmuster („billiger kann es nicht werden“), der Politikmuster („populistischer kann es nicht werden“) und nicht zuletzt aus dem Sportbereich („nach dem Spiel ist vor dem Spiel“) empfunden.

Vertrauen in die veröffentlichte Meinung

In der netzpolitischen Diskussion wird unter Öffentlichkeit meist das „räsonierende Publikum“ (Habermas) mit hoher Demokratie-Konnotation verstanden. Eine nicht-räsonierende Öffentlichkeit kann bekanntlich ihre Real-Existenz nicht theoriekongruent darlegen. Es gibt keine Theorie des passiven Medienkonsumenten, also des

„Couch Potato“ beim Fernsehen oder des Nur-Überschriften-Lesers an Zeitungskiosken. Es gibt auch keinerlei Theorie des Trillerpfeifens („Whistle-Blowing“?) bei Arbeitnehmer-Demonstrationen. Die inzwischen weitgehend entfallene Funktion des Leserbriefredakteurs hat es niemals auch nur zu einer funktionalen Analyse gebracht, denn die objektiv erforschte *Wichtigkeit* wäre womöglich in einen Gegensatz zur subjektiv erlebten *Wirklichkeit* geraten. Ein solcher Verlierertyp (so nannte man vor 30 Jahren den „Loser“) hat nichts anderes verdient, als unbemerkt zu verschwinden.

Die Medien haben gerade in Deutschland, wie es das Bundesverfassungsgericht in seinem ersten Fernsehurteil 1961 beschied, sowohl für das rasonierende Publikum als auch für nicht-rasonierendes Boulevard-Publikum eine wichtige Rolle für die *Vor-Formung der politischen Willensbildung* inne. Die Spiegel-Affäre, die im Kern nicht eine Veröffentlichung geheimer Dokumente war, sondern eine für die damalige Bundesregierung inakzeptable Überschrift „bedingt abwehrbereit“ druckte, stimulierte die Theoriebildung in Richtung einer „vierten Gewalt“. Überzogen war die Ausweitung auf die staatliche Gewaltenteilung, der ich im Abitursaufsatz 1969 noch selbst anhing. Nun, das war auch die Zeit, in der das Wort „Reform“ – anders als heute – noch keinerlei Bedrohung darstellte und in der das Wort „Journalist“ hoch mit Sozialprestige konnotierte und – anders als heute – weit über dem Leichenwäscher und dem Banker rangierte.

Der Wunsch nach der Funktion einer „Vierten Gewalt“ durch die Medien ist nach wie vor netzpräsent, für Ungeduldige ist spätestens seit Web 2.0 und Wikileaks die Zeit sogar reif für eine „Fünfte Gewalt“ direkt durch die Öffentlichkeit. In den Vorstellungen einer fünften Gewalt spielt „Transparenz“ im Sinne von „die Sonne bringt es an den Tag“ eine zentrale Rolle. Bei der „vierten Gewalt“ war es die Vorstellung eines investigativen Journalismus, der unkontrollierte Missbräuche von Herrschenden konterkarieren konnte. Seit bekannt wurde, dass die großen „Investigationen“ – typisch dafür der Watergate-Skandal – letztlich auf der Weitergabe vertraulicher Informationen durch Insider beruhten, ist das vorbei. Dem Verpfeifer flicht die Nachwelt keine Kränze (vgl. Schiller), dem pffiffigen Weitergeber jedoch blüht der Weizen (vgl. Goethe).

Von einer „vierten Gewalt“ ist heute in der Praxis kaum noch etwas zu spüren, abgesehen von einigen herausragenden Publizisten (oder „Medienleuten“), die durch gut recherchierte und klug überlegte Beiträge sogar das Vertrauen in den Fortschritt der Menschheit festigen. Die „investigativen“ TV- oder Video-Journalisten sind heute (aus prekären Zeitgründen, vormals Arbeitshetze) überwiegend diejenigen, die auf eine klare Antwort dieselbe Frage noch einmal wiederholen: „Haben Sie oder ein Dritter in diesem Zusammenhang eine Spende erhalten? – „Nein“ – „Können wir (!) also ausschließen, dass Sie oder eine dritte Stelle in diesem Zusammenhang eine Spende erhalten haben?“ – „Ja“. Auch wenn einzuräumen ist, dass kein Befragter sich in der Realität auf ein einfaches „Ja/Nein“ beschränkt, so kann man („lassen Sie mich zunächst in diesem Zusammenhang in der ereignisreichen Zeit von heute, in der wir alle unsere Pflicht tun müssen“ et cetera) doch feststellen, dass trotz klarer Antwort spätestens am nächsten Tag in den TV-Nachrichten das vom journalistischen Frager verwendete „wir“ (dieses „wir“ ist ein pluralis populistici) zu der Meldung führt, dass der Befragte „zunehmend unter Druck steht“. Das ist nachhaltige Zeitersparnis für demokratische Wissensbildung: *Ganz ohne Gedrucktes bringt man jemanden zunehmend unter Druck.*

Keine Sorge, auch das ist nicht ganz neu: Früher hieß es „nach Aussage von informierten Beobachtern“, worunter im Klartext die Journalisten-Kollegen gemeint waren. Und es geht hierbei in der Tat um Redaktionen oder einzelne Journalisten. Niemand würde eine solch simple „Unter-Druck-Behauptung“ in einem Blog oder Thread aufstellen, nicht einmal mit „kwt“. Gerade jetzt beim Überschwappen des Zeitungssterbens aus den USA und dem Ausdünnen des Korrespondentennetzes auch der Broadcast-Medien kann festgestellt werden, dass nicht die Medien auf ihrem Online-Weg, sondern dass die Redaktionen einem erdrutschartigen Funktionswandel unterliegen, der von den Rezipienten gar nicht bewusst erkannt wird.

Ein schweizerischer Kommunikationswissenschaftler drückte 2005 seine Zuversicht hinsichtlich dessen aus, was „die Menschen“ von den Medien wollen: „Aber die Menschen suchen nicht nur News und Unterhaltung in Hülle und Fülle, sie suchen auch Orientierung. Und Orientierung setzt voraus, dass die Menschen Personen vertrauen, die sie einschätzen können und die sie kennen. Ich plädiere daher dafür, bei allen technischen Wunderlösungen der Zukunft den Journalismus nicht außer Acht zu lassen. Es braucht auch morgen Fachleute, die im Nachrich-

tenangebot die Spreu vom Weizen trennen, die auswählen, die die Beiträge ergänzen, mit Hintergrund versehen, interpretieren, kommentieren. Die in der Lage sind, die Nachrichten einzuordnen“ (Blum 2005:5). In diesem Zitat werden fast alle Hoffnungen deutlich, die auf das Überleben von Redaktionen in der Netzwelt gerichtet sind.

Die praktischen und ökonomischen Gründe für das Zeitungssterben sind vielfältig beschrieben, nicht jedoch die funktionalen Paradigmen, die den Leser oder Zuschauer betreffen. Hans Bausch, der damalige Intendant des Süddeutschen Rundfunks, wies in seiner Einführung in die Journalistik schon 1971 „auf ein weitgehend unerkanntes Phänomen der Tagesschau“ hin: „Wenn die erste Meldung lautet, dass die 26. UNO-Tagung in New York begonnen hat, dann weiß man in derselben Sekunde, dass nirgends ein Flugzeug abgestürzt, dass kein Prominenter gestorben oder gar ein Krieg ausgebrochen ist“. Die Auswahlleistung einer Redaktion geht natürlich funktional und intellektuell weit über die Top-Meldung hinaus, wobei Nachrichtenagenturen 99% Spreu von einem Prozent Weizen trennten und die Medienredakteure dasselbe Spreu-Weizen-Verhältnis für Leser und Zuschauer zu sortieren und aufzubereiten hatten. Und dann und wann noch einen Kommentar zur „Orientierung“.

Insbesondere die Medien mit Programmauftrag wie die Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, aber auch die Presse mit einem klaren Leitbild wie einem gleichmäßigen Spartenangebot „Politik, Wirtschaft, Lokales, Feuilleton, Sport“ richteten sich nicht nach einer Quote, sondern versuchten, den Leser oder Zuschauer in einer durchaus bildungsbewussten Absicht zu informieren, der die Käufer, die damals auch noch größtenteils Leser waren, durchaus Vertrauen „durch Abstimmung an der Wahlurne des Marktes“ (Hayek) entgegenbrachten. Ein Chefredakteur einer überregionalen Zeitung sagte uns Studies damals, dass unter Berücksichtigung der realen Lesenachfrage auch sein Blatt zu 80% aus Todesanzeigen und zu 20% aus dem lokalen Terminkalender samt Wetterbericht bestehen müsste. Auch da hat sich die Rezipientennachfrage im Online-Medium geändert, für meine Heimatstadt gibt es Dutzende von Veranstaltungskalendern und Wetterberichte, letztere sogar passend „on demand“ zum persönlichen Wetterwunsch.

Im Online-Medium lassen sich jedoch – und dies wird überwiegend als Verbesserung für den ehemaligen Presse-Konsumenten angesehen – die individuell weniger benötigten Sparten ausblenden, beim einen ist das der Sport, beim anderen das Feuilleton und bei manchem vielleicht auch die Politik. Dies passt übrigens zur größeren TV-Kanalauswahl seit 1984, die es zum Beispiel dem an Nachrichten und Politik interessierten Zuschauer jederzeit erlaubt, etwa von den lästigen Unterhaltungssendungen wegzuzappen. Bei genauer Betrachtung erfolgt also durch die Online-Medien eine Umstellung auf Selbstbedienung wie vor Jahrzehnten in den Tankstellen oder den Supermärkten. Eine zufällige Parallele mit den Tankstellen ist, dass mit dem ursprünglichen Produkt nichts mehr verdient wird: Schokoriegel hier und Interaktive Werbung dort. Doch der Nutzer wird nicht allein gelassen: Beim Fernsehen gibt es seit 1984 die Quotenerhebung, die ihm am nächsten Tag das Gemeinschaftserlebnis beschert, das er mit Millionen nur bis zum Ende des Kanalmonopols mit seinen Straßenfegern am „Lagerfeuer“ hatte.

Im Sinne des Netznutzers muss sich die weggefallene Selektionsleistung von Redaktionen ebenso in einer Preissenkung widerspiegeln wie die weggefallene Redaktionsleistung der Öffentlich-rechtlichen Anstalten zur Sicherstellung eines Programmauftrags. Im für den Nutzer ohnehin kostenlosen Online-Medium kann künftig unbar und unmerklich mit den detaillierten Benutzerdaten bezahlt werden, gegen die Haushaltsabgabe der GEZ für Wohnungen in Höhe von 17,98 Euro kann bei Betriebsstätten mit null bis acht Mitarbeitern – worunter auch die unter den neuen Selbstständigen beliebten Einpersonenfirmer fallen – auf 5,99 Euro reduziert werden.

Die gedruckte Zeitung entfällt, netter gesagt, sie fällt einer Tendenz zum Opfer. Die Zeitungsredaktionen werden (nur die Reihenfolge ist noch nicht absehbar) tendenziell zu Online-Redaktionen werden, dies aber nur dann nachhaltig, wenn das Bezahlmodell der New York Times (oder ein Besseres) implementiert wird. Die „Welt“ hat damit begonnen und die Würdigung der Online-Zeitschriften steht seit Jahren schon im satirischen „Canard Enchaîné“. Die gedruckten Zeitschriften halten sich länger, was einerseits nicht-redaktionelle Gründe hat wie HD-Farbdruck, aber auch redaktionelle wie die Paparazierung exklusiven Bild- und Textmaterials.

Bei allem Vertrauen der Öffentlichkeit auf den Journalismus als wichtiges Element im beständigen Kampf um die Demokratie, ob er nun gedruckt bzw. ausgedruckt vorliegt, oder nur als digitaler Stream, der bis in die dun-

kelsten Ecken des Netzes dringt, kommt natürlich schon allein quantitativ die Frage nach dem Social Network als Ersatz auf. Die Medienrezeption unterscheidet sich interkulturell schon beim TV-Konsum erheblich. So ist in den USA der Satz „das kam sogar im Fernsehen“ das ultimative Argument für die Richtigkeit einer Behauptung. Deswegen geht es in USA darum, nur politische Ansichten des Mainstream im Broadcast zu bringen, deswegen müssen viele Oppositionelle bzw. Intellektuelle (in USA gleichbedeutend) auf digitale Netzecken ausweichen. Ganz im Gegenteil in Russland: Dort bewirkt der Satz „das kam im Fernsehen“ immer noch tiefes Misstrauen bei der Öffentlichkeit, was nach 60 Jahren Sowjetpropaganda durchaus nachvollziehbar ist. Oppositionelle können im lokalen TV-Sender sogar den Präsidenten kritisieren, wofür sie als textende Blogger, Simser oder Tweets (das sind unsowjetische, also vertrauenswürdige Medien für die Russen) unmittelbaren polizeilichen Maßnahmen ausgesetzt wären. Im TV bleibt Oppositionsgruppen nichts anderes übrig, als solche auffälligen Medienzeichen zu setzen, die aus Sowjetzeiten nicht bekannt sind, allerdings nicht in Kirchen.

In bedrohlicher Nähe der 29. Minute, die in der Wichtigkeit – wie erinnerlich – noch vor neuen Gedanken rangiert, soll noch die mögliche Übertragbarkeit der demokratisch hoch eingeschätzten Rede- und Meinungsfreiheit der „Speakers’ Corner“ im Londoner Hyde-Park ins gelobte Digitalien betrachtet werden. Dies ist die Freiheit, sich mithilfe einer Obstkiste, aber ansonsten ohne technische Hilfsmittel, von den Umstehenden hervorzuheben und über jedes beliebige Thema zu sprechen. Alle Themen sind erlaubt, außer dem britischen Königshaus, das weder im Guten noch im Kritischen überhaupt erwähnt werden darf. Das Publikum zückt in diesen modernen Zeiten durchaus auch die smarte Kamera, vielleicht überträgt es die eine oder andere sogar smart zu irgendwelchen irgendwohin, so lange der Akku hält. Wahrscheinlich stehen auch ein uniformierter Bobby oder ein nicht-uniformierter Königshaustreuer im Publikum, die allerdings dem Vernehmen nach nur auf das Nichterwähnen des Königshauses achten. Die Redner sollen angeblich so frei sein, dass man ihnen selbst grobe Verstöße gegen das Urheberrecht durchgehen lässt.

Wollte man nun eine „speakers’ netcorner“ in Gang setzen, so wäre zunächst das Problem zu lösen, dass im Internetdiskurs (natürlich mit der großen Ausnahme YouTube) kein Königshaus irgendeine Rolle spielt. Man könnte sich aber zur Sicherung eines effizienten Diskurses in *unserem* Kulturkreis darauf einigen, dass – weder im Guten noch im Kritischen – grundsätzlich-niemals-nie über Microsoft, Apple, Telekom und GEZ gesprochen werden sollte. Allerdings endet hier die Übertragbarkeit des Speakers-Corner-Modells in die digitale Gesellschaft. Zum einen wäre diese „Ecke“ aus technischen Gründen sofort ein weltweites „Speakers’ Polygon“. Zwei Milliarden potentielle Ecken geben auch in der besten Pixel-Auflösung in der Darstellung einen perfekten Kreis. Wer Ecken und Winkel noch irgendwie zu dulden vermag, der kann und will dies bei einem Kreis nicht mehr tun. Dies haben nicht nur die Vertreter von BRICS-Staaten soeben auf der ITU-Konferenz in Dubai mehr als deutlich gemacht, sondern alle lupenreinen Staaten, die auch den technologischen Fortschritt vom unfassbaren TV-Konsum hin zur ortbaren interaktiven Beteiligung sehr begrüßen.

Die Meinungsfreiheit ist nicht in Gefahr. Es ist sogar möglich, mit vorgelebter Freiheit von jeglicher Meinung Wählerstimmenerfolge zu erzielen. Eine weltweite Diskussion über Politik ist möglich, nicht nur die Vollversammlung der UNO beweist dies trotz fundamentaler politischer Unterschiede seit 60 Jahren. Die Euro-Krise beweist auch, dass eine außerparlamentarische Bürgerdiskussion möglich ist, selbst wenn der Deutsche von faulen Griechen, siestamachenden Spaniern und kälteresistenten Ukrainerinnen fabulieren darf, um dafür seine Bundesregierung als Reinkarnation der Nazis denunzieren zu lassen. Nicht nur eine rationale Meinung, sondern vor allem auch die gefühlte Assoziation beherrscht dieses Blogger-Polygon. Assoziationsfreiheit war in der Demokratiediskussion als „Assoziierungsfreiheit“ einmal etwas anderes als die Freiheit, frei zu assoziieren.

Nicht die überall gleichen *Machtmuster* und die überall gleichen *Marktmuster* stehen der weltweiten digitalen Öffentlichkeit im Weg, sondern vielmehr die unterschiedlichen Kulturen, Habituationen und Perzeptionen. Auch das temporäre Monopol des weltweiten Internet wird daher fallen und das Netz wird in kulturell adaptierte virtuelle Netze umcodiert bzw. gefixt. *Vielnetzerei* ist a priori beileibe nichts Schlimmes.