SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Von kleinen Gesprächen zu großen Öffentlichkeiten? Zur Dynamik und Theorie von Öffentlichkeiten in sozialen Medien

Katzenbach, Christian

Preprint / Preprint
Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Katzenbach, C. (2016). Von kleinen Gesprächen zu großen Öffentlichkeiten? Zur Dynamik und Theorie von Öffentlichkeiten in sozialen Medien. In E. Klaus, & R. Drüeke (Hrsg.), *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse: theoretische Perspektiven und empirische Befunde*. Bielefeld: transcript Verl. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-454834

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Comercial-NoDerivatives). For more Information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Christian Katzenbach

Von kleinen Gesprächen zu großen Öffentlichkeiten? Zur Dynamik und Theorie von Öffentlichkeiten in sozialen Medien.

1. Öffentlichkeitstheorie und soziale Medien

So unterschiedlich neue Technologien und die sich mit ihnen institutionalisierenden Medienformen auch sein mögen, so haben sie doch eines gemeinsam: In ihrer Frühphase dominiert in der Regel eine Dichotomie von Euphorie und Skepsis (Münch/Schmidt 2005), die den noch ungewohnten und manchmal auch irritierenden, neu aufkommenden Kommunikationsformen verheißungsvolle Verbesserungen oder eben – und das noch häufiger – absurde Nutzlosigkeit, völlige Irrelevanz oder verherrende Auswirkungen zuschreiben.[1] Dieses Muster zeigte sich auch in der Anfangsphase der Debatte um Merkmale, Relevanz und Auswirkungen von Kommunikationen und Öffentlichkeiten, die sich auf der Basis von Blogs und anderen Formaten des „Social Web" (Zerfass et al., 2008) herausbildeten (Yang 2008). Auf der einen Seite sprachen Beobachter von einer „Medienrevolution", die zu „völlig neuen demokratische Strukturen" führe (Möller, 2005: VII); Andrew Sullivan (2002) vermutete gar, dass Blogs die tiefgreifendste publizistische Revolution seit der Erfindung des Buchdrucks darstellen könnten. Und selbst eher vorsichtige KommunikationswissenschaftlerInnen gingen von einem „neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit" aus (vgl. etwa Neuberger, 2006; Bucher & Büffel, 2006). Auf der anderen Seite sprachen professionelle Kommunikatoren Blogs jegliche Relevanz ab oder machten sich über die Nutzer lustig. So war dann etwa die Rede davon, dass „99 % der Weblogs einfach nur Müll" seien oder die „Klowände des Internet" darstellten.[2] Michael Keren (2008) negierte ein emanzipatorisches Potenzial der Nutzung von Blogs, und Marco Bräuer et al. (2008: 204) kamen in einer breit angelegten empirischen Studie zur politischen Kommunikation im Netz zu dem Schluss, „dass sich auch in der Phase des Web 2.0 das Engagement der Bürger bei der aktiven Erstellung eigener politischer Angebote nicht grundsätzlich verändert hat".

In den vergangenen Jahren haben sich nicht nur die bevorzugten Formate verschoben, sondern auch die Einschätzung ihrer Relevanz. Inzwischen sind zwar nicht Blogs im Alltag der meisten Bürger angekommen, wohl aber andere Formen der medialen Artikulation von Alltag: Plattformen wie YouTube, Facebook und Twitter werden inzwischen von der Mehrheit der Internet-Nutzer verwendet. In Politik, Wirtschaft und Wissenschaft wird ihre Relevanz kaum noch bezweifelt – gerade auch im Hinblick auf die Bildung von Öffentlichkeiten.

---

1 Zur einer herrlichen Zusammenschau von Beispielen vgl. Katrin Passigs „Standardsituationen der Technologiekritik" (Passig 2009).

2 „Spiegel"-Chefredakteur Mathias Müller von Blumencron im Interview im Online-Magazin „onlinejournalismus.de" im Oktober 2004 (URL: http://goa2003.onlinejournalismus.de/webwatch/ interviewblumencron.php, geprüft: 21.01.2009) und Werbe-Fachmann Jean-Remy von Matt in einer internen Mail (URL: http:/ /www.jensscholz.com/2006_01_01_archive.htm#113762765814900254, geprüft: 21.01.2009).

Für diese Dynamisierung (und vermeintliche Amateurisierung) von Öffentlichkeit bieten Mehr-Ebenen-Modelle von Öffentlichkeit, wie sie von Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt (1990) und Elisabeth Klaus (2001) entwickelt wurden, einen hilfreichen Rahmen und Startpunkt. Diese Öffentlichkeitsmodelle unterscheiden verschiedene Ebenen von Öffentlichkeit, vom Gespräch in der Familie oder im Büro bis hin zu massenmedialen, gesamtgesellschaftlichen Debatten und setzen sie dabei – und das ist hier der entscheidende Punkt – zueinander in Beziehung. Insbesondere Elisabeth Klaus kommt dabei das Verdienst zu Gute, die demokratietheoretische, kulturelle und emanzipatorische Bedeutung von vermeintlich kleinen und privaten Gesprächen herausgearbeitet zu haben.

Diese Verknüpfung ermöglicht zwei für die Betrachtung von Öffentlichkeiten, die in und durch Social Media gebildet werden, zentrale Gedanken: Entgegen einer Banalisierung lassen sich mit dieser Perspektive erstens Kommunikationen in Blogs oder über Plattformen wie Twitter und Facebook als Formen Auseinandersetzung mit vielfältigen Themen ernst nehmen und damit auch die zahlreichen Äußerungen über Privates und individuelle Erlebnisse und Meinungen als Formen einfacher Öffentlichkeit verstehen – zunächst unabhängig von einer vermeintlichen gesellschaftlichen Relevanz oder Irrelevanz der diskutierten Inhalte. Dadurch dass sich zweitens diese vermeintlich banalen Gespräche somit in einen medialen Raum verschieben, können individuelle Lebenserfahrungen und Sichtweisen potentiell als Gruppenerfahrungen wahrgenommen werden. Aus dieser Konstellation können sich dann Dynamiken entwickeln: Finden diese zunächst singulären Äußerungen in den vernetzen medialen Umgebungen hinreichend Resonanz, und bilden sich Formen der organisierten Artikulation heraus, dann können diese auch in größere Öffentlichkeiten hineinwirken.[3] Für die Kommunikationswissenschaft ergeben sich aus dieser Konstellation grundlegende Fragen: Inwiefern tragen Social Media zu einer strukturellen Veränderung von Öffentlichkeit bei? Ermöglichen sie etwa vormals marginalisierten Positionen systematisch mehr Gewicht in der Themensetzung und -diskussion? Oder führen sie ihrerseits zu einer (neuen) Vermachtung von öffentlichen Debatten? Gleichzeitig werfen diese empirischen Entwicklungen konzeptionelle Fragen nach der Tragfähigkeit bestehender öffentlichkeitstheoretischer Modelle auf. Ist etwa die Unterscheidung von drei Ebenen, auf denen sich Öffentlichkeit realisiert, weiterhin aufrecht zu erhalten? Und wenn ja, was zeichnet diese Ebenen aus?

Der vorliegende Beitrag adressiert einen kleinen Ausschnitt dieser großen Fragen, indem zunächst durch ein Resümee von Studien zur Entstehung von Öffentlichkeiten im Umfeld von Blogs in frühen Phase der Institutionalisierung von Social Media insbesondere versucht wird, Funktionen und Wandel von einfachen Öffentlichkeiten im Zuge ihrer Mediatisierung herauszuarbeiten. Darauf aufbauend wird dieser inzwischen eher historische und konzeptionelle Blick durch eine überblickshafte Diskussion neuerer Entwicklungen und Studien zu Öffentlichkeiten in Social Media aktualisiert. Anhand dieser Auseinandersetzung mit aktuellen Online-

[3] Klaus (2001: 26 f.) hat diesen Gedanken für Reality-Formate und Talkshows formuliert.

Öffentlichkeiten wird schließlich der theoretische Gewinn eines Verständnisses von Öffentlichkeit als vielschichtigem Prozess der Selbstverständigung auf verschiedenen Ebenen diskutiert.

2. Von kleinen und großen Geprsächen: Ebenen-Modelle von Öffentlichkeit

Für die Betrachtung von Öffentlichkeiten im Umfeld von Blogs und Plattformen haben sich die öffentlichkeitstheoretischen Arbeiten von Elisabeth Klaus (1995; 2001; 2006) als instruktiver Startpunkt erwiesen. Durch die Unterscheidung mehrerer Ebenen von Öffentlichkeit einerseits und die Aufwertung von „kleinen" Gesprächen als Öffentlichkeitsform andererseits wurde eine erste öffentlichkeitstheoretische Einordnung von Blogs und anderen Social Media-Formen bereits in ihrer Frühphase möglich.[4] Denn so disparat die Bewertungen von Relevanz und Auswirkung der neuen Formate als „Medienrevolution" oder „Müll" waren, so deckt diese spezifische öffentlichkeitstheoretische Brille eine Gemeinsamkeit auf: Der Diskurs war geprägt von Ansprüchen, die sich auf bekannte massenmediale, mithin gesamtgesellschaftliche Kommunikationen beziehen. Auf der Makro-Ebene der Gesamtheit der Blogs („Blogosphäre") wird die Selektion, Verarbeitung und Vermittlung von Inhalten und Meinungen erwartet, auf der Mikro-Ebene der einzelnen Blogs meist die Folie des mündigen, politisch engagierten Bürgers angelegt, der sich zu Themen mit gesellschaftlicher Relevanz äußert – in einer der (professionellen) öffentlichen Kommunikation angemessenen Form und Qualität. Dass die Anwendung gängiger Relevanz- und Qualitätskriterien auf Blog-Nutzungen problematisch ist, darauf hatten Jan Schmidt et al. (2005: 5) bereits früh hingewiesen: „Diese [Blog-Nutzungen] sind zwar ebenfalls öffentlich, aber es geht der überwiegenden Mehrheit nicht darum, *gesellschaftlich relevante* Informationen ins Internet zu stellen, sondern vielmehr Dinge von *persönlicher Relevanz* zu artikulieren." Die Artikulation von Privatem in öffentlichen medialen Räumen, wie Blogs und nun in Facebook, Twitter oder Tumblr, unterläuft eine eindeutige Zuordnung von Öffentlichkeit und Relevanz, wie wir sie von medialen Kommunikationsformen gewohnt waren: Je größer das potentielle Publikum, desto relevanter das Thema. Die publizierten Geschichten und Meinungen von Bloggern und Twitter-Nutzern sind zwar meist für alle Internet-Nutzer zugänglich, dabei aber selten interessant für größere Öffentlichkeiten; für die Autoren und ihre (meist sehr wenigen) Leser hingegen können sie hochrelevant sein.

Drei Ebenen von Öffentlichkeit

Ausgehend von dieser Beobachtung lassen sich diese einfachen Interaktionen auf der Mikro-Ebene der individuellen Blog-Nutzung mithilfe des Drei-Ebenen-Modells von Öffentlichkeit (Klaus 2001) systematisch als Formen von Öffentlichkeit verstehen, sowie ihre Potentiale des

[4] Vgl. dafür und die folgende Argumentation ausführlich Katzenbach (2008; 2010)

Hineinwirkens in größere Öffentlichkeiten diskutieren. Dieses Modell unterschiedet zwischen „einfachen“, „mittleren“ und „komplexen“ Öffentlichkeiten“ entlang von drei Dimensionen:

- *Zugang*: Die Voraussetzungen, die an die Sprecherrolle einer Öffentlichkeitsform gebunden sind.
- *Kommunikation/Rollenverhältnis:* Ausdifferenzierung von Rollen, kommunikatives Verhältnis zwischen Sender und Empfänger.
- *Funktion:* Die jeweiligen gesellschaftlichen Funktionen einer Öffentlichkeitsebene.

In der Auseinandersetzung mit Blogs und anderen Online-Kommunikationsformen wurde *Medialität* als vierte Dimension ergänzt (Katzenbach 2008: 109ff.), d.h. in welchem Maße und auf welche Weise die Kommunikationen einer Öffentlichkeitsform medial vermittelt sind. Diese ERgänzung trägt der potentiellen Verschiebung von Gesprächen in mediale Räume und damit der Auflösung des Zusammenhangs von Medialität und (gesellschaftlicher) Relevanz Rechnung.

Ebene von Öffentlichkeit	Zugang	Kommunikation / Rollen	Funktion	Medialität
komplex	Profession	indirekt und einseitig	Selektion, Verarbeitung, Verbreitung von Themen	medial
mittel	Kompetenz / Status	direkt, Rollendifferen-zierung	Themen/Meinungen bündeln und bereitstellen	direkt
einfach	keine Begrenzung	gleichberechtigt, wechselnd	Alltagsrelevanz, Bedeutung und Wirkung von Themen	direkt, flüchtig

Abbildung 1: Merkmale der Öffentlichkeitsformen (in Anlehnung an Klaus 2001: 22)

Die unterste Ebene bilden in dieser Konzeption einfache Interaktionssysteme, die Klaus als *einfache Öffentlichkeiten* bezeichnet:[5] das flüchtige Aufeinandertreffen von Menschen in Kneipen, Verkehrsmitteln oder Büros als elementarste Form von Öffentlichkeit. Diese einfachen Interaktionssysteme sind sehr offen, d. h. es sind keine Voraussetzungen an die Sprecherrolle geknüpft, strukturell gibt es keine Unterscheidung von Sprecher- und Publikumsrolle (Gerhards/Neidhardt 1990). Funktional geht es hier um die „jeweilige alltagsweltliche Relevanz und damit letztlich [um] die gesellschaftliche Wirkung von Wirklichkeitskonstruktionen, gesellschaftlichen Normen und kulturellen Zielen“ (Klaus, 2001: 24). Die Gespräche, die hier stattfinden, sind in der Regel flüchtige Interaktionen unter Anwesenden, die keiner technischen Vermittlung bedürfen – und damit gleichsam an Zeit und Ort der Handlung gebunden sind.

Auf der zweiten Ebene, der *mittleren Öffentlichkeit*, haben sich Handlungsrollen herausgebildet, welche die Kommunikation in dieser Form von Öffentlichkeit strukturieren: Die Rollen der Sprecher, Moderatoren und des Publikums sind zwar prinzipiell wechselbar, geben den Kom-

munikationsprozessen aber eine vorgegebene Form. Die Voraussetzungen für das Synthetisieren von Meinungen und die Herstellung einer öffentlichen Meinung sind deutlich besser als in einfachen Interaktionssystemen. Veranstaltungsöffentlichkeiten bündeln Themen und Meinungen und stellen sie für komplexere Öffentlichkeiten bereit. Es bleibt aber die Beschränkung der Kommunikation hinsichtlich Zeit und Raum; auch Veranstaltungsöffentlichkeiten sind traditionell flüchtig und ortsgebunden, da sie in der Regel nicht medial verfasst sind.

Die für moderne Gesellschaften prägende Form von Öffentlichkeit ist aber die *massenmediale Kommunikation*. Die Funktionsrollen differenzieren sich hier weiter aus. Die Sprecherrolle ist professionalisiert, der Zugang zu Öffentlichkeit dadurch stark eingeschränkt. Die Funktion massenmedialer, komplexer Öffentlichkeiten liegt in der Selektion, Verarbeitung und Verbreitung von Themen und Meinungen einerseits an die Bürger, andererseits an das politische System (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990: 6). Massenmedien als intermediäre Vermittlungssysteme sind damit die zentralen Institutionen der Zuschreibung gesellschaftlicher Relevanz.

Der besondere Gewinn dieser Ebenen-Differenzierung liegt darin, dass es möglich ist, den Zusammenhang zwischen Kommunikationen auf verschiedenen Ebenen zu beschreiben. Massenmediale Kommunikation und interpersonale bzw. Gruppen-Kommunikation werden nicht als getrennte Sphären behandelt, sondern als in verschiedene Ebenen differenzierbare, aber eben zusammenhängende Kommunikationsstrukturen. Diese Perspektive ist besonders fruchtbar für die Analyse von Online-Öffentlichkeiten, weil sich hier die verschiedenen Öffentlichkeitsformen „nebeneinander“ auf einer medialen Plattform bilden.

Verschränkung der Ebenen

Der kommunikative Zusammenhang zwischen den Ebenen ist für die demokratietheoretische Funktion von Öffentlichkeit unabdingbar: Zur Erfüllung der „Repräsentativitätsfunktion“ ist es zentral, ob und inwiefern „Kommunikationen auf den unteren Öffentlichkeitsebenen aktiv ausgeprägt und in die Ebenen von Massenkommunikation hinein vermittelt sind“ (Gerhards & Neidhardt, 1990: 34). Eine strukturelle Voraussetzung für die Verknüpfung der Kommunikation auf den verschiedenen Ebenen ist die Anschlussfähigkeit der kommunikativen Strukturen. Vor diesem Hintergrund sind „Encounter-Öffentlichkeiten“ nur sehr flüchtige Formen von Öffentlichkeit, da sie sich immer nur für kurze Zeit bilden und dann wieder auflösen. Diese einzelnen kommunikativen „Episoden“ sind untereinander nicht vernetzt, „so dass zwischen ihnen kein Kommunikationsfluss stattfindet, der synergetische Effekte der Meinungsbildung auslösen könnte“; das Hineinwirken in mittlere und komplexe Öffentlichkeiten ist so stark begrenzt (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990: 21). Diese Meinungsbildungs- und Themensetzungsprozesse „von unten nach oben“ sind jedoch notwendig für das Funktionieren der Kommunikation in der Arena der Massenmedien. Veranstaltungsöffentlichkeiten und die Bildung von Organisationen zur

[5] Bei Klaus werden im Unterschied zu Gerhards und Neidhardt die Ebenen nicht durch ihre Erscheinungsform benannt (Encounter/Veranstaltung/Massenmedien), sondern durch den Grad ihrer Strukturiertheit (einfach/mittel/komplex). Dieser Benennung wird sich hier angeschlossen, da die Erscheinungsformen sich wandeln, die analytische Unterscheidung der Ebenen aber weiter hilfreich ist.

Vertretung von Interessen leisten im massenmedialen Kontext die Überbrückung der medialen Kluft zwischen Arena und Galerie.
Im Zusammenhang mit Blogs und anderen Social Media steht deshalb aus öffentlichkeitstheoretischer Theorie empirisch die Frage im Zentrum, inwiefern die Plattformen zur Verknüpfung der unterschiedlichen Öffentlichkeiten und Kommunikationsformen beitragen.[6] Gleichzeitig stellt sich konzeptionell die Frage, inwiefern Ebenen-Modelle von Öffentlichkeit angesichts dieser Entwicklungen weiterentwickelt oder gar gänzlich neu überdacht werden müssen.

3. Blogs und ihre Öffentlichkeiten

Die spezifische Medialität von Blogs

Blogs haben sich nach 2000 als eine bestimmte Form der Online-Publikation entwickelt, in der Inhalte in umgekehrt chronologischer Reihenfolge dargestellt werden (vgl. Nardi et al., 2004; Herring et al., 2004). Dabei haben sie einige Funktionen etabliert, die heute auch die Kommunikation in Sozialen Netzwerken und Plattformen strukturieren und öffentlichkeitstheoretisch relevant: Auf technischer Ebene lassen sich Blogs als Infrastruktur beschreiben, die (1.) das Öffentlichmachen von Inhalten einfach und kostengünstig ermöglicht haben. Blogs verfügen (2.) in der Regel über eine Kommentarfunktion, d. h. Leser können direkt unter einem Beitrag Fehler und Unstimmigkeiten notieren und ihre Meinung oder Lesart veröffentlichen. Während der kommunikative Kreislauf aus Produktion, Zirkulation und Rezeption bei traditionellen Medien zwischen Redaktionssystem, Zeitungspapier und interpersonaler Anschlusskommunikation mehrere Medienbrüche durchläuft, fallen in Blogs diese Stufen zusammen. Der Leserbrief ist in gewisser Weise der Normalfall – und zwar nicht zeitlich und räumlich getrennt vom Artikel an wenig prominenter Stelle, sondern direkt darunter. Die Lesarten der Nutzer treten damit als ergänzende, alternative oder bestätigende Sichtweise direkt neben den Text des Autors.[7] Neben dieser Unterstützung von Diskussion auf dem einzelnen Medientext durch Kommentare bieten Blogs (3) durch *Links* und *Trackbacks* die Möglichkeit, Texte und damit Debatten über verschiedene Blogs hinweg miteinander zu verknüpfen. Die Verknüpfung von Texten liegt im Kern des World Wide Web; Links ermöglichen es dem Nutzer, von einer Stelle im Dokument direkt auf ein anderes Dokument zuzugreifen und erzeugen so ein Netz von Texten, das durch unzählige Querverweise geknüpft ist und vom Nutzer auf eigenen Wegen erschlossen wird. Gleichzeitig werden gegenseitige Bezugnahmen durch Links explizit. Hyperlinks operieren im WWW allerdings nur einseitig. Blogs verwenden eine Technologie namens „Trackback“, die dies ändert: Verlinkungen werden auch in der Gegenrichtung verfolgbar. Verweist ein Beitrag auf einen anderen, so sendet er eine kurze Benachrichtigung („Ping“). Blogs ermöglichen so in wesentlich höherem Maße als herkömmliche Webseiten Anschlusskommunikation. Wechselseitige Bezugnah-

[6] Vgl. zur einer ausführlicheren Diskussion, auch aus einer Cultural-Studies-Perspektive Katzenbach (2010).
[7] Die Tendenz zur Verschmelzung der Produktion und Nutzung kultureller Produkte verhandelt Bruns (2008) unter dem Begriff „produsage“.

me, die für die Herstellung von Öffentlichkeit zentral ist, wird durch Trackbacks unterstützt, indem sie Verknüpfungen beidseitig begehbar machen. Dadurch, dass auf diese Weise Debatten fortgeführt und verschiedene Lesarten transparent gemacht werden, kann Blog-Kommunikation (zumindest potentiell) dem flüchtigen Charakter von face-to-face-Kommunikationen in „Encounter-Öffentlichkeiten" entgehen. Für Kommunikation über gewöhnliche Homepages gilt dies nicht zwingend: Sie sind zwar in zeitlicher Hinsicht persistent, in struktureller Hinsicht stellen sie im oben beschriebenen Sinn aber häufig Episoden dar, die keine Anschlusskommunikation unterstützen.[8] Ein weiteres Merkmal von Blog-Systemen liegt (4) in ihrer Unterstützung von kommunikativer Kontinuität. Zum einen sind Blogs – durch die umgekehrt chronologische Darstellung der Beiträge – zeitlich strukturiert; die einzelnen Artikel sind aber direkt über eine feste URL adressierbar („Permalink") und bleiben so als Bezugspunkte für Anschlusskommunikationen verfügbar. Zum anderen haben Blogs RSS-Feeds (Really Simple Syndication) populär gemacht: eine Technologie, welche die Inhalte unabhängig von der Darstellung zur Verfügung stellt und es Nutzern ermöglicht, ein Blog zu „abonnieren" und sich so automatisch über neue Einträge informieren zu lassen. Dadurch müssen Leser nicht alle Blogs nach neuen Beiträgen durchsuchen, sondern überblicken in einem „Newsreader" ihre abonnierten Blogs und die neuen Artikel. RSS ermöglicht auf diese Weise eine Übersicht über eine relativ hohe Anzahl verschiedener Nachrichtenquellen, indem nicht jede einzelne besucht und auf neue Beiträge hin geprüft werden muss. Zudem unterstützt es eine Kontinuität in der wechselseitigen Bezugnahme. Isolierte Nutzungsepisoden auf verschiedenen verstreuten Webseiten werden damit in Alltagsroutinen der Rezeption bekannter Angebote überführt.

Blogs lassen sich also als eine technische Infrastruktur fassen, die öffentliche Kommunikation und wechselseitige Bezugnahmen in mehreren Dimensionen unterstützt: Auf der Ebene der Produktion bieten Blogs dem „vormaligen Publikum" (Gillmor, 2004: 136 ff.) eine niedrigschwellige Form der medialen Äußerung. Das Veröffentlichen von Texten, Bildern und Filmen wird einfach und kostengünstig; Produktion und Rezeption rücken durch die Möglichkeit des Kommentierens enger aneinander; Links und Trackbacks machen wechselseitige Bezugnahmen sichtbar und nachvollziehbar. Zudem unterstützen Blogs durch die zeitliche Strukturierung des Inhalts und die Bereitstellung von RSS-Feeds kontinuierliche Kommunikationen.

Blogs und ihre Nutzung

In inhaltlicher Hinsicht hat sich in der Frühphase der Institutionalisierung von Blogs gezeigt, dass beim Schreiben primär persönliche Relevanzkriterien eine Rolle spielen (Blood, 2003; Herring et al., 2004; Nardi et al., 2004).[9] Schmidt et al. (2006) haben dann in einer groß angelegten quantitativen Studie deutschsprachige Blogger zu ihren Nutzungsmotiven und -praktiken be-

[8] Für eine ausführliche Diskussion der öffentlichkeitstheoretischen Implikationen von Trackbacks vgl. Katzenbach (2008: 76ff).

[9] Angesichts der enormen Bandbreite an Angeboten, die sich inzwischen Blogs einerseits als technischer Infrastruktur bedienen (von einflussreichen Online-Magazinen wie der „Huffington Post" zu privaten Online-Journalen, zudem ist das ursprünglich als Blog-Software entwickelte „Wordpress" inzwischen eines der Standard-Systeme zum Betreiben einer Website), andererseits als Genre (meinungsstark, Autor im Vordergrund) verwenden, wird es immer schwieriger, Blogs in diesem Sinne als Kommunikationsform zu beschreiben. Die folgenden Ausführungen beziehen sich deshalb auf die Frühform der Etablierung.

fragt. Die Ergebnisse zeigten, dass für die meisten Blogger intrinsische Gründe („zum Spaß", „weil ich gerne schreibe") im Vordergrund stehen. Als zentrale Motive treten das Dokumentieren von Ideen und Erlebnissen sowie das Verarbeiten von Gefühlen hinzu. Im Vergleich zu diesen selbstbezogenen Beweggründen sind kommunikative Motive, wie der Austausch mit anderen und die Veröffentlichung des eigenen Wissens, seltener, werden aber zumindest von der Hälfte bzw. einem Drittel der Blogger angeführt.[10]

Diese persönlichen und meist selbstbezogenen Motive der Blogger drückten sich auch in den Themen aus. Die meisten Blog-Beiträge sind Berichte aus dem Privatleben und eigene Fotos. Ebenfalls sehr häufig sind Links zu Fundstellen im Netz mit eigenem Kommentar. Fast die Hälfte der befragten Blogger veröffentlicht Artikel zu ihren Hobbies oder Filmen, Büchern und Musik. Themen, die aus journalistischer Sichtweise Relevanz aufweisen, etwa „Ereignisse oder Themen aus meiner Stadt" und „Artikel zu aktuellen politischen Themen", werden seltener, aber auch von gut einem Drittel genannt. Zudem werden Blogs häufig für die Veröffentlichung spezifisch fachlicher Themen verwendet.

In der Zusammenschau wird deutlich, dass das Führen von Blogs in dieser Frühphase vor allem intrinsisch und subjektiv motiviert ist. Blogs wurden also vor allem genutzt, um einfach und ohne externe Vorgaben Texte zu veröffentlichen. Diese Texte sind zwar (in der Regel) öffentlich zugänglich, den meisten geht es aber weder darum, eine große, den Massenmedien entsprechende Öffentlichkeit zu erreichen, noch Informationen von gesellschaftlicher Relevanz zu veröffentlichen. Vielmehr möchten sie Dinge von persönlicher Relevanz artikulieren und sich mit einer (kleinen) Gemeinschaft von Lesern und anderen Bloggern austauschen.[11]

Von kleinen zu großen Gesprächen?

Für die Öffentlichkeiten, die sich rund um Blogs herausbilden, hat Jan Schmidt (2007, 2011: 105ff) den Begriff der „persönlichen Öffentlichkeiten" vorgeschlagen, in denen sich Nutzer mit denjenigen austauschen, die ihre Lebenswelt und ihre Interessen teilen. In der Durchsicht der verschiedenen Dimensionen in Klaus' Modell zeigt sich, dass die so entstehenden Öffentlichkeiten in den meisten Aspekten vergleichbar sind mit einfachen Interaktionen, wie Gespräche in Kneipen und Cafés oder Diskussionen am Arbeitsplatz (vgl. Abb. 3).[12] Wie in einfachen Gesprächen geht es in Blogs vor allem um die „jeweilige alltagsweltliche Relevanz und damit letztlich [um] die gesellschaftliche Wirkung von Wirklichkeitskonstruktionen, gesellschaftlichen Normen und kulturellen Zielen" (Klaus 2001: 24).

---

[10] Ähnliche Befunde liefert etwa der Bericht von Lenhart & Fox (2006) für US-amerikanische Blogger. Auch hier dominieren Motive, die sich auf das Schreiben selbst oder den persönlichen Alltag beziehen; darauf folgen die Dokumentation von Ideen, der Austausch mit anderen und das Pflegen von Kontakten.

[11] Eine starke Subjekt-Orientierung zeigt sich auch im Selbstverständnis von Bloggern. In den Befragungen von Reed (2005) und Boyd (2006) dominieren etwa Prozesse der Identitätsbildung und der Auseinandersetzung mit dem sozialen Umfeld.

[12] Für eine ausführliche Diskussion vgl. Katzenbach (2008: 109ff; 2010).

Ebene von Öffentlichkeit	Zugang	Kommunikation / Rollen	Funktion	Medialität
komplex	Profession	indirekt und einseitig	Selektion, Verarbeitung, Verbreitung von Themen	medial
mittel	Kompetenz / Status	direkt, Rollendifferen-zierung	Themen/Meinungen bündeln und bereitstellen	direkt
einfach	keine Begrenzung	gleichberechtigt, wechselnd	Alltagsrelevanz, Bedeutung und Wirkung von Themen	direkt, flüchtig

Abbildung 3: Merkmale von einfachen Blog-Öffentlichkeiten

Blog-Öffentlichkeiten sind aber medial vermittelt. In den traditionellen Konzeptionen ist die massenmediale Öffentlichkeit die einzige Ausprägungsform einer medialen Öffentlichkeit. Einfache Öffentlichkeiten – und teilweise auch Veranstaltungsöffentlichkeiten – können keine Kommunikation über Zeit und Raum gewährleisten. Blogs hingegen unterstützen gerade die Vernetzung von einzelnen Episoden. Den Kommunikationsraum bilden hier mediale, öffentlich zugängliche Texte. Die Flüchtigkeit der Interaktionen in einfachen Öffentlichkeiten wird so durch Blogs in eine manifeste, permanente Form gebannt. Diese Permanenz ermöglicht das Führen und Aufbereiten von Debatten über einen Zeitverlauf. Über Links und Trackbacks verbinden sich die einzelnen Episoden zu vernetzten Konversationen.

Die Verschiebung von einfachen Öffentlichkeiten in einen medialen Raum mit den beschrieben Merkmalen steigert damit enorm die Möglichkeiten zur Anschlusskommunikation. Blogs verknüpfen die Gespräche zu größeren Kommunikationszusammenhängen und ermöglichen so die Wahrnehmung von individuellen Erlebnissen und Sichtweisen als Gruppenerfahrungen und -meinungen und damit auch die Herausbildung und Artikulation von sozialen und gesellschaftlichen Themen und Problemen. Das Hineinwirken von privaten Erfahrungen und möglicherweise den gesellschaftlichen Machtverhältnissen entgegenlaufenden Diskursen und Meinungen in komplexe Öffentlichkeiten kann auf diese Weise durch Blogs unterstützt werden. Übertragen auf die Rezeption massenmedialer Produkte lässt sich dieser Aspekt folgendermaßen beschreiben: Auch wenn Medientexte von ihren Rezipienten „gegen den Strich" gelesen werden, gelangt diese Lesart im massenmedialen Kontext an keine mediale Öffentlichkeit. Er liegt nur als Deutung des Nutzers vor, über die er sich mit Freunden und Bekannten austauschen kann. Für andere, die diese Lesart des Textes oder des gesellschaftlichen Problems vielleicht teilen, bleiben diese Gespräche aber unsichtbar. Anschlusskommunikation ist nur in sehr geringem Maße möglich. Finden diese Aneignungsprozesse aber in Blogs (oder inzwischen stärker auf Plattformen wie Twitter oder Facebook) statt, schlagen sich die Lesarten des Publikums tatsächlich wieder selbst in manifesten, öffentlich zugänglichen Texten nieder. So können die individuellen Meinungen als gemeinsame Sichtweisen wahrgenommen werden und in verschiedene Öffentlichkeitsformen eintreten – potentiell sogar in die selbe Öffentlichkeit wie der Ursprung-

stext. Der Aushandlungsprozess über dieses gesellschaftliche Problem wird im äußersten Fall auf Augenhöhe, zumindest aber medial auf einer Ebene weitergeführt.

Eine zweite Konsequenz der Mediatisierung von einfachen Öffentlichkeiten ist, dass der professionell-journalistische Zugriff auf Wirklichkeit sein mediales Deutungsmonopol verliert. Was uns medial begegnet, hat immer seltener die Routinen und Strukturen der journalistischen Medienproduktion durchlaufen und ist immer öfter individueller Ausdruck von Meinungen und Sichtweisen des vormaligen Publikums. Die Gespräche in einfachen Öffentlichkeiten erfahren durch ihre Verschiebung in den medialen Raum eine Aufwertung, indem sie als alternative Angebote zur Wirklichkeitsdeutung direkt neben journalistische Konstruktionen treten. Internet-Nutzer erfahren mögliche Interpretationen eines gesellschaftlichen Themas nicht nur durch Journalisten und ihr direktes persönliches Umfeld, sondern auch durch andere Blogger und Internet-Nutzer.

Diese Aspekte weisen auf den zweiten Schritt der Betrachtung von Blog-Öffentlichkeiten hin. Neben den diskutierten einfachen Öffentlichkeiten entstehen durch die Vernetzungen Kommunikationsräume über eine Vielzahl oder gar die Gesamtheit von Blogs hinweg. Die sich daran anschließende Frage, ob und inwiefern sich also über Blogs auch komplexe Formen von Öffentlichkeiten bilden, die als Vermittlungssysteme der Selektion, Verarbeitung und Verbreitung von Kommunikation fungieren und damit Massenmedien funktional ergänzen oder gar ersetzen, ist kommunikationswissenschaftlich von hohem Interesse.

Im Falle der Blogs bietet sich da ein zwiespältiges Bild: In der Verwendungsgemeinschaft von Blogs wurden einerseits durchaus zentrale und dezentrale Mechanismen identifiziert, die zur Herstellung von kohärenten Kommunikationsräumen führen, welche über die beschriebenen einfachen Öffentlichkeiten hinausreichen: hohe Sichtbarkeit einzelner Blogs, Bildung von thematischen Clustern, Aggregation in Ergebnis-, Rang- und Themenlisten (Katzenbach 2010: 204). Diese Mechanismen führten dazu, dass einzelnen Blogs innerhalb der Blogosphäre in unterschiedlichem Maße Relevanz und Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird. In einzelnen Fällen hat dies auch dazu geführt, dass individuelle Artikulationen genügend Resonanz und so Eingang in massenmediale Öffentlichkeit gefunden haben, wie dies im Fall „Trent Lott“, „Spreeblick/Jamba“, „Vorratsdatenspeicherung/Stasi 2.0“ oder #aufschrei[13] geschehen ist. Ob und inwiefern dies aber tatsächlich kontinuierlich geschieht, ist unklar, denn systematische Studien zu „Spill-Over-Effekten“ oder Prozessen des Intermedia-Agenda-Setting liegen bislang nicht vor.“

Blogs leisten damit aber potentiell etwas, das persönliche Homepages und Foren kaum geschafft haben: Mechanismen der gegenseitigen Bezugnahme führen zu einer Strukturierung des Kommunikationsraums, welche die Vielstimmigkeit und das Durcheinander der Gespräche in Blogs koordinieren und so die Vermittlung von Themen und Meinungen aus einfachen Öffentlichkeiten in komplexe ermöglichen.

---

[13] Vgl. folgenden Abschnitt.

4. Von Blogs zu Plattformen und Sozialen Netzwerken

In den vergangenen Jahren haben sich die öffentlichkeitstheoretischen Potentiale von Blogs zwar punktuell realisiert: Für Deutschland werden etwa der Rücktritt des ehemaligen Bundespräsidenten Horst Köhler oder die (erste) Debatte um die Einführung der Vorratsdatenspeicherung („Stasi 2.0") als Beispiele genannt, in denen aus kleinen, kritischen Gesprächen, die über Blogs verteilt geführt wurden, große öffentliche Debatten wurden. Gleichzeitig ist die These heute aber wohl kaum mehr haltbar, dass Blogs eine große eigenständige Funktion in der Entstehung und Etablierung von Öffentlichkeit haben. Blogs scheinen sich als eigenständiges Medium oder Angebot kaum jemals wirklich durchgesetzt oder institutionalisiert zu haben. Heute sind sie vielfach als Autoren-Blogs in journalistische Angebote integriert, werden als „Micro-Blogs" über Plattformen wie Tumblr geführt oder sind ganz in den großen Sozialen Netzwerken und Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube und Instagram aufgegangen. Während sich die Nutzungszahlen dieser neueren Online-Formate rasant entwickelt haben, ist die Nutzung von Blogs seit 2007 sogar tendenziell abnehmend (vgl. Abb. 4).[14]

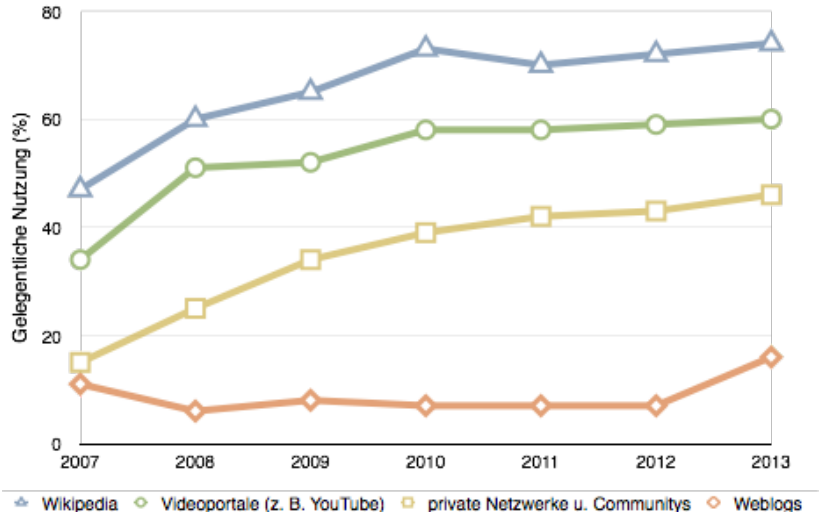

Abbildung 4: Nutzung von Social Media 2007 bis 2013 (eig. Darstellung, nach Eimeren/Frees 2013: 364)

Wenn Josh Hands allgemein für das Netz formuliert: „Indeed, many of the operations that used to typify the Internet are now funnelled through so-called 'platforms'" (Hands 2013: 1); so gilt das auch für die hier verfolgte öffentlichkeitstheoretische Anliegen. Eine Vielzahl der oben Blogs zugeschriebenen Funktionen, insbesondere bezüglich der Mediatisierung von Alltagsgesprächen und –Banalitäten, ist inzwischen in Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube, Instagram und Tumblr abgewandert.

[14] Die Zahlen zu 2013 stellen hier einen bemerkenswerten Ausreißer dar, dessen Erklärung noch geliefert werden muss; möglich wäre etwa eine veränderte Frageformulierung oder aber doch eine wachsende „Wiedererkennung" des Begriffs durch die Auszeichnung bestimmter Formate und Angebote von Online-Angebote als Autoren-Blogs o.ä.

Diese mediale Thematisierung von Alltäglichem und Politischem durch individuelle Bürger steht insbesondere auf den populärsten Plattformen Facebook, Twitter und YouTube Seite an Seite mit professionell produzierten journalistischen und nicht-journalistischen Angeboten. Für digitale Mediennutzer ist es der Normalfall, dass kurze Notizen von Freunden, Beiträge von Firmen oder Prominenten und journalistische Angebote sich auf einem Bildschirm versammeln. Kleine und komplexe Öffentlichkeiten vermischen und durchdringen sich damit in der alltäglichen Medienroutine heute ganz selbstverständlich.

> „Users can adapt their routines of information management and directly follow interesting sources (such as a celebrity or a politician) instead of having to rely on information about them being filtered and "packaged" by journalists. Thus, users can build their own radar of information sources by selecting and following only those accounts or conversations that (promise to) provide content that is relevant to them." (Schmidt 2013: 6)

Vom kleinen #aufschrei zur großen Öffentlichkeit

Aus öffentlichkeitstheoretischer Sicht wirft diese wechselseitige Vermischung und Durchdringung die Frage auf, wie sich die entstehenden Strukturen beschreiben lassen und in welcher Weise insbesondere vertikale Verknüpfungen zwischen kleinen und großen Gesprächen hergestellt werden. Für diese vertikalen Dynamiken, in denen aus einzelnen wenigen Beiträgen auf Twitter und Facebook von bekannten oder unbekannten Personen relativ schnell größere Debatten mit teil- oder sogar gesamtgesellschaftlicher Ausstrahlung geworden sind, finden sich inzwischen eine ganze Reihe von Bespielfällen. Ein für diese so genannten „Ad-hoc publics" (Bruns/Burgess 2011) und die dynamische wechselseitige Durchdringung von kleinen und komplexen Öffentlichkeiten besonders instruktiver Fall ist die #aufschrei-Debatte. Ausgelöst durch einen Stern-Artikel über die Erfahrungen einer jungen Journalistin im Politikbetrieb, entwickelte sich in der Nacht vom 24. auf den 25. Januar 2013 unter Twitter-NutzerInnen ein Austausch über sexuelle Belästigung im Alltag, der in den folgenden Tagen auf große Resonanz im Medienbetrieb gestoßen ist und eine breite gesellschaftliche Debatte um Sexismus zumindest deutlich befördert hat. Eine Studie von Axel Maireder und Stephan Schlögl (2013) zu dieser Themenkarriere ist für die hier verfolgte Frage nach der horizontalen und vertikalen Verknüpfung von Öffentlichkeit besonders instruktiv. In ihrer netzwerk- und inhaltsanalytischen Nachzeichnung der Dynamik zeigt sich sowohl thematisch wie akteursbezogen ein interessanter Verlauf: Nach dem Vorschlag einer Nutzerin, individuelle Erfahrungen unter dem „hashtag" (Schlagwort) *#aufschrei* teilen mehrere tausend Nutzerinnen, aber auch Nutzer ihre Erlebnisse.

Die Inhaltsanalyse von Maireder und Schlögl (2013) zeigt, dass sich die Tweets vor allem am nächsten Tag dann thematisch in Richtung einer breiteren Thematisierung von Gründen, Ausprägungen und Wirkungen von Sexismus in der Gesellschaft verschieben und weniger eng am Lebensumfeld der Nutzer/innen liegen. Diese Verschiebung hängt, so argumentieren Maireder und Schlögl auch mit einer Verschiebung der Akteursgruppen zusammen, die sich an der Debat-

te auf Twitter sukzessive beteiligen. Während es zunächst vor allem parteilose Twitter-Nutzerinnen (die die Autoren dem Cluster „Feminismus-Nahe“ zuordnen) sind, stoßen am folgenden Tag Parteienvertreter, Journalisten etc. dazu.
Dieses Beispiel illustriert die Potentiale der Artikulation von Alltagserfahrungen in vernetzten Umgebungen. Hätte die Anschlusskommunikation über den Stern-Artikel lediglich in Cafés, Büros oder am Küchentisch stattgefunden, wäre diese Dynamik vermutlich nicht entstanden. Die gewöhnlichen einfachen Öffentlichkeiten stehen in der Regel als isolierte Episoden nebeneinander, so dass die gemeinsame Wahrnehmung erschwert wird. Es findet „zwischen ihnen kein Kommunikationsfluss [statt], der synergetische Effekte der Meinungsbildung auslösen könnte.“ (Gerhards/Neidhardt 1990: 21) Diese schon durch Blogs unterstützte zunächst horizontale Verknüpfung wird auf Plattformen wie Twitter nochmals deutlich verstärkt.

Die Dynamiken von Öffentlichkeit und „Politics of Platforms“

Für die Frage der vertikalen Verknüpfung, d.h. den Austausches zwischen verschiedenen Öffentlichkeitsebenen ist im Zusammenhang mit Plattformen insbesondere auch deren technische Ausgestaltung von Interesse. Auch im obigen Fall sorgte die Markierung der einzelnen Beitrag mit dem Hashtag #aufschrei nicht für eine gute Schlagzeile am nächsten Tag, sondern auch innerhalb der Plattform Twitter für die Zusammenführung und den Zusammenhalt der Einzelbeiträge. NutzerInnen auf Twitter können solchen Hashtags folgen, d.h. ein Klick auf den Hashtag zeigt die mit diesem Schlagwort markierten Beiträge an, und diese „Suche“ kann auch abonniert werden. NutzerInnen erhalten dann nicht nur alle Tweets der Personen, denen sie folgen, sondern auch alle Tweets mit diesem Tag. Zudem weist Twitter auf der Startseite und in verschiedenen Apps auch auf sogenannte „Trending Topics“ hin, also aktuell besonders stark diskutierte Themen. Dies sorgte im Fall von #aufschrei für zusätzliche Aufmerksamkeit.

In vergangenen zwei Jahren wird vor diesem Hintergrund den „politics of platform“ vermehrt Aufmerksamkeit in der Forschung geschenkt (Gillespie 2010, 2013; Hands 2013; Langlois 2013). Facebook und Twitter verfügen wie andere Plattformen über spezifische Mechanismen, einzelnen Beiträgen und Themen Relevanz zu- oder auch abzuschreiben, sowie zwischen angemessenem und unangemessenem zu unterscheiden. Diese Differenzierung realisiert sich nicht nur über die Nutzer und ihre Netzwerke, sondern sind auch in die Konstruktion der Plattformen – und ihre alltäglichen Anpassungen! – eingeschrieben.

> „Algorithms play an increasingly important role in selecting what information is considered most relevant to us, a crucial feature of our participation in public life. [...] Algorithms manage our interactions on social networking sites, highlighting the news of one friend while excluding another's. Algorithms designed to calculate what is "hot" or "trending" or "most discussed" skim the cream from the seemingly boundless chatter that's on offer. Together, these algorithms not only help us find information, they provide a means to know what there is to

know and how to know it, to participate in social and political discourse, and to familiarize ourselves with the publics in which we participate." (Gillespie 2013: 1)

Die Art und Weise, wie diese Plattformen die unübersichtliche Gesprächigkeit strukturieren und damit Relevanz und Irrelevanz zuweisen, gehört zwangsläufig zu einer Auseinandersetzung mit aktuellen Öffentlichkeiten hinzu – ähnlich wie Journalismusforscher seit Jahrzehnten Routinen der journalistischen Zuschreibung von Relevanz studieren.

5. Horizontale und vertikale Verknüpfung von Öffentlichkeiten

Diese Diskussion von Öffentlichkeiten im Netz mit einem Schwerpunkt auf der Betrachtung von einfachen Öffentlichkeit und ihrer potentiellen Ausstrahlung zu größeren und komplexen Öffentlichkeiten hat hinsichtlich der empirischen Entwicklung zwei miteinander verschränkte Entwicklungen aufgezeigt:

(1) *Die Medialität von Alltagsgesprächen ist alltäglich geworden (horizontale Verknüpfung):* Die vorliegenden Studien zu Blogs und sozialen Medien haben gezeigt, dass diese Medienform aus öffentlichkeitstheoretischer Perspektive wohl keine „Revolution" darstellt, aber durchaus zu einer Verschiebung beiträgt: zu einer Mediatisierung von Alltagsgesprächen. Was sonst in Gesprächen mit Freunden und Kollegen in Cafés und Büros passiert, geschieht nun auch online: Alltägliches wird verhandelt, gesellschaftliche Fragen in das persönliche Umfeld der Nutzer eingeordnet. Der „Nachrichtenwert" orientiert sich hier nicht an Konstruktionen gesellschaftlicher Relevanz, sondern schlicht an persönlicher Bedeutsamkeit.

Der traditionell eindeutige Zusammenhang von potentieller Reichweite und gesellschaftlich zugeschriebener Relevanz ist in Blogs wie in all den anderen Social Media-Angeboten nicht mehr vorhanden. Beiträge sind zwar in der Regel für eine hohe Anzahl potentieller Nutzer rezipierbar, das tatsächlich adressierte Publikum ist eventuell aber nur ein enger Freundes- oder Familienkreis. Diese Diskrepanz erklärt die Banalisierungstendenz insbesondere in den Frühphasen der neuen Medienformen. Die Inhalte werden beurteilt an Kriterien, die sich in professionellen Medienöffentlichkeiten etabliert haben, und für diese Form der Alltagskommunikation ebenso unpassend sind wie für andere Formen unserer alltäglichen und ja: banalen Kommunikation.[15]

Diese Alltagskommunikationen haben aber eine, und das zu betonen ist eines der Verdienste des Drei-Ebenen-Modell von Öffentlichkeit in Elisabeth Klaus' Fassung, öffent-

[15] Dass Irritationen entstehen, wenn Kommunikationen, die augenscheinlich eher einfache Öffentlichkeiten adressieren in größere Öffentlichkeiten hineinwirken, ist keineswegs eine neue Erkenntnis. Susanne Kinnebrock zeigt dies sehr anschaulich in ihren Studien zu Frauenzeitschriften im beginnenden 20. Jahrhundert und deutet diese Irritationen als Indikatoren für strukturelle Verschiebungen in Öffentlichkeiten (Kinnebrock in diesem Band).

lichkeitstheoretische Funktion. „The citizen is alone, but not lonely or isolated. The citizen is connected, and operates in a mode and with political language determined by him or her. Operating from a civically privé environment, the citizen enters the public spectrum by negotiating aspects of his/her privacy as necessary, depending on the urgency and relevance of particular situations (Papacharissi 2010: 132)“ Die Verschiebung dieser kleinen Gespräche bietet, wie hier entwickelt, Potenziale zunächst zur horizontalen Verknüpfung. Einzelne Gespräche können zu größeren Kommunikationszusammenhängen verknüpft werden und ermöglichen so die Wahrnehmung von individuellen Erlebnissen und Sichtweisen als Gruppenerfahrungen und -meinungen. Durch die Sichtbarkeit, Persistenz und Adressierbarkeit können aus isolierten Episoden so Knoten in einem – bei ausreichender Resonanz – wachsenden Netzwerk können.

(2) Diese *Verknüpfung verteilter Gespräche über Plattformen und Netzwerke* ist nicht nur eine horizontale Verknüpfung, sondern kann auch eine vertikale Verknüpfung darstellen. In vielen Einzelfällen (wie hier der #aufschrei-Debatte) ist inzwischen deutlich geworden, dass sich in digital vernetzten Umgebungen aus individuellen Artikulationen schnell Themenkarrieren entwickeln, die eine in einem vermeintlich „kleinen“ Gespräch vertretene Position in einen größeren Zusammenhang hinein transportiert. Internet-Öffentlichkeiten haben damit zu einer deutlichen Dynamisierung und Verschränkung der drei Öffentlichkeits-Ebenen beigetragen.

Da diese Dynamiken wesentlich auf verschiedenen sozio-technischen Mechanismen der Zuschreibung von Relevanz beruhen, müssen auch aus öffentlichkeitstheoretischer Hinsicht die „politics“ dieser Plattformen berücksichtigt werden. Die Art und Weise wie hier ausgewählt, dargestellt und sortiert hat einen erheblichen Einfluss darauf, wie sich Öffentlichkeit im Netz rekonfiguriert.

6. Öffentlichkeit als Prozess

Diese empirischen Befunde stellen Öffentlichkeitstheorien vor konzeptionelle Herausforderungen. Insbesondere stellt sich die Frage, ob ein *Drei-Ebenen-Modell von Öffentlichkeit* diese Dynamik und Übersichtlichkeit *überhaupt noch hilfreich* strukturieren kann. Christian Nuernbergk (2013) etwa kommt in seiner umfassenden Analyse von Medien- und Anschlusskommunikation zum Schluss, diese Ebenen-Differenzierung zu verabschieden:

> „In der Öffentlichkeit des Internets [...| lassen sich die drei Ebenen [...] praktisch und analytisch kaum noch klar trennen. Weder die strukturelle Verankerung, die sich zum einen aus den technischen, rechtlichen und ökonomischen Barrieren im kommunikativen Zugang zu einem Massenpublikum ergab und zum anderen aus der notwendigen Rollendifferenzierung in großen Öffentlichkeiten, noch der Grad der Kommunikationsteilnehmer können unter den Bedingungen des Internets als Differenzierungsmerkmale herangezogen werden. Im In-

> ternet sind die Übergänge zwischen kleinen und großen Öffentlichkeiten vielmehr fließend; kleine und große Teilnehmerzahlen lassen sich im selben Medium stufenweise oder direkt erreichen." (Nuernbergk 2013: 41)

So richtig die Diagnose einer Verschränkung und Verschiebung ist: Der Verabschiedung des Drei-Ebenen-Modells muss daraus nicht notwendigerweise folgen. Denn präzisiert man, worauf sich Öffentlichkeit einerseits und die Unterscheidung in verschiedene Ebenen andererseits beziehen, ergibt sich ein differenzierteres Bild. Versteht man Öffentlichkeit als „Raum" und fasst die Unterteilung entsprechend als Differenzierung disjunkter Kommunikationsräume, ist es tatsächlich offensichtlich, dass Online-Kommunikationen ein solches Modell unterlaufen. Zu deutlich ist geworden, dass einzelne Kommunikate schnell aus einfachen Öffentlichkeiten in komplexe wandern können. Ein Drei-Ebenen-Modell wie in der Fassung von Gerhards und Neidhardt (1991), das den Öffentlichkeits-Begriff stark mittels räumlicher und medialer Begriffe strukturiert (Ebenen als Encounter, Veranstaltungen, Medien; vgl. auch Arena, Galerie, Hinterbühne), wird somit offenkundig problematisch.

Das Ebenen-Modell von Elisabeth Klaus aber gründet sich auf der Vorstellung von Öffentlichkeit als Prozess, als Selbstverständigungsprozess einer Gesellschaft, indem „gesellschaftliche Wirklichkeitskonstruktionen verhandelt, gefestigt, ent- oder verworfen [und] die Regeln und Normen des gesellschaftlichen Zusammenlebens (...) aufgestellt, bestätigt oder modifiziert [werden]." (Klaus 2001: 20). Dieser Prozess ist aber nicht an bestimmte Räume gebunden, sondern vollzieht sich in vielfältigen Formen, die sich wechselseitig durchdringen.[16]

Hierin deutet sich etwas an, was durch die vermeintlich ganz neue Verschränkung und Verschiebung im Online-Bereich offenkundig wird: Versteht man Öffentlichkeit konsequent als Prozess der Selbstverständigung einer Gesellschaft, dann sind einzelne, nur scheinbar banale Kommunikationen im Alltag immer auch gleichzeitig Teil einer komplexeren Dynamik der gesellschaftlichen Aushandlung von Wirklichkeit. In der Konsequenz führt die Frage (und das vermeintliche Problem!), ob eine Kommunikation nun der einfachen, mittleren oder komplexeren Öffentlichkeit zuzuordnen ist, in die Irre. Ein einzelner #aufschrei-Tweet operiert in dieser Sicht nämlich auf mehreren Ebenen gleichzeitig: Er ist zunächst individuelle Lebensäußerung (einfache Öffentlichkeit), die durch das vielfache Aufgreifen und wechselseitige Bezugnehmen wesentlich zu einer kollektiven Problemwahrnehmung beiträgt (mittlere Öffentlichkeit) und schließlich Element eines gesellschaftlichen Diskurses über Sexismus im Alltag wird (komplexe Öffentlichkeit). Dies gilt aber nicht nur für Online-Kommunikationen. Denkt man das Verständnis von Öffentlichkeit als Prozess konsequent weiter, ist jede Kommunikation immer gleichzeitig individuelle Äußerung, mehr oder weniger wahrnehmbarer Teil eines Prozesses kollektiver Artikulation sowie Element übergreifender gesellschaftlicher Aushandlungen. Grundsätzlich ist jeder unbedachte Satz in der Kaffeeküche Teil des komplexen gesellschaftlichen Aushandlungs-

[16] Klaus arbeitet etwa die Bedeutung „privaterer" Foren wie Stammtischen oder Krabbelgruppen für die Aushandlung sozialer Normen heraus sowie ihre inhärente Interaktion mit massenmedialen Öffentlichkeiten (Klaus 2001: 19f.).

prozesses, den wir hier Öffentlichkeit nennen (also bspw. des Diskurses über Sexismus im Alltag und Geschlechterverhältnisse). Es ist dann schlicht eine empirische Frage, welche Artikulationen von welchen Akteuren in komplexeren Öffentlichkeiten wie viel Resonanz erzeugen können.
Dieses Verständnis ist in Elisabeth Klaus' öffentlichkeitstheoretischen Texten grundsätzlich entwickelt worden, wird aber durch die enge Verknüpfung einzelner Öffentlichkeits-Ebenen mit spezifischen Kommunikationsformen und medialen Räumen mitunter überdeckt. Die unübersichtlichen Verhältnisse der Online-Kommunikation machen es nun notwendig, den theoretischen Kniff, Öffentlichkeit als Prozess zu verstehen, präziser herauszuarbeiten. Fasst man die Ebenen-Differenzierung dann aber in diesem Sinne als Prozesse unterschiedlicher Komplexität, wird sie durch Online-Kommunikation keineswegs obsolet. Im Gegensatz: Derart weiterentwickelt erweist es sich als instruktives Modell, um die enorme Dynamik von vernetzten Öffentlichkeiten in den Griff zu kriegen: Indem es verschiedene Kommunikationsformen eben nicht getrennt, sondern als in verschiedenen Ebenen differenzierbare Phänomene behandelt, kann es die „Skalierung" von Öffentlichkeiten von kleinen Gesprächen zu großen Diskursen, von individueller Bedeutung zu gesellschaftlicher Relevanz (und zurück) vielschichtig beschreiben.

7. Literatur

Adamic, L. A./Glance, N. (2005): The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog. Konferenzbeitrag. 2nd Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem. Japan. URL: http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1134277 (13.06.2014).

Adar, Eytan/Zhang, Li/Adamic, Lada A./Lukose, Rajan M. (2004): Implicit Structure and the Dynamics of Blogspace. Palo Alto. HP Information Dynamics Labs, Mai 2004.

Blood, Rebecca (2002): The weblog handbook. Cambridge: Perseus Pub.

Boyd, Danah 2006 (2006): A Blogger's Blog: Exploring the Defintion of a Medium. In: Reconstruction 6 (4). URL: http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml (13.06.2014).

Bräuer, Marco/Seifert, Markus/Wolling, Jens (2008): Web 2.0 – Potentiale für die politische Onlinekommunikation? Grundlagen und empirische Ergebnisse zur Nutzung neuer Partizipationsformen im Internet. In: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Anwendungsfelder: Wirtschaft, Politik, Publizistik. Köln: Halem, S. 188-209.

Bruns, Axel (2005): Gatewatching: Collaborative online news production. New York, NY: Lang.

Bruns, Axel (2008): Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage. New York, NY: Lang.

Bruns, Axel/Burgess, Jean (2011): The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. Vortrag auf der Konferenz "6th European Consortium for Political Research General Conference", University of Iceland, Reykjavik, 25 August 2011.

Bucher, Hans-Jürgen/Büffel, Steffen (2006): Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft. In: Picot, Arnold/Fischer, Tim (Hrsg.): Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Heidelberg: dpunkt.verlag, S. 131-156.

Cornfield, Michael/Carson, Jonathan/Kalis, Alison/Simon, Emily (2005): Buzz, Blogs, and Beyond: The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004. Report. Pew Internet & American Life Project. Mai 2005. URL: http://www.pewinternet.org/2005/05/16/buzz-blogs-and-beyond/ (13.06.2014).

Dörner, Andreas (1999): Medienkultur und politische Öffentlichkeit: Perspektiven und Probleme der Cultural Studies aus politikwissenschaftlicher Sicht. In: Hepp, Andreas/Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 319-336.

Eimeren, Birgit van/Frees, Beate (2013): Rasanter Anstieg des Internetkonsums – Onliner fast drei Stunden täglich im Netz. In: Media Perspektiven 7-8/2013, S. 358-372.

Fisch, Martin/Gscheidle, Christoph (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. In: Media Perspektiven, 7/2008, S. 356-364.

Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellung und Ansätze. Discus. Paper FS III 90-101. Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung. Berlin.
Gillmor, Dan (2004): We the Media: Grassroots journalism by the people, for the people. Sebastopol, CA: O'Reilly.
Habermas, Jürgen (2008): Ach, Europa. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
Hall, Stuart (1999): Kodieren/Dekodieren. In: Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hrsg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen, S. 113-138.
Hands, Joss, 2013: Introduction: Politics, Power and 'Platformativity'. Culture Machine 14 (Special Issue on "Platform Politics"), S. 1-9. URL: http://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/504/519 (13.06.2014).
Herring, Susan/Kouper, Inna/Paolillo, John C./Scheidt, Lois Ann/Tyworth, Michael/Welsch, Peter/Wright, Elijah/Yu, Ning (2005): Conversations in the Blogosphere: An Analysis From the Bottom Up. Konferenzbeitrag. Hawai'i International Conference on System Sciences. Los Alamitos: IEEE Press.
Jäckel, Michael/Peters, Jochen (1997): Cultural Studies aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. In: Rundfunk & Fernsehen, 45(1), S. 46-68.
Jarren, Otfried (2008): Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 56(3-4), S. 329-346.
Johnson, Richard (1986): What Is Cultural Studies Anyway? In: Social Text 16, S. 38-80.
Katzenbach, Christian (2008): Weblogs und ihre Öffentlichkeiten: Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0. München: R. Fischer.
Katzenbach, Christian (2010): Weblog-Öffentlichkeiten als vernetzte Gespräche. Zur theoretischen Verortung von Kommunikation im Web 2.0, in: Jens Wolling, Markus Seifert und Martin Emmer (Hrsg.), Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess, Nomos, Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden, S. 189-210.
Keren, Michael (2006): Blogosphere: The new political arena. Lanham, Md. [u. a.]: Lexington Books.
Klaus, Elisabeth (1995): Von der heimlichen Öffentlichkeit der Frauen. In: Institut fur Sozialforschung Frankfurt (Hrsg.): Geschlechterverhaltnisse und Politik. 1. Auflage, 2. Druck. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 72-97.
Klaus, Elisabeth (2001): Das Öffentliche im Privaten – Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationstheoretischer Ansatz. In: Hermann, Friederike/Lünenborg, Margreth (Hrsg.): Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien. Opladen: Leske+Budrich, S. 15-37.
Klaus, Elisabeth, 2006: Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext, in: WolfgangR Langenbucher und Michael Latzer (Hrsg.), Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel, VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 93-106.
Krotz, Friedrich (1992): Kommunikation als Teilhabe. Der „Cultural Studies Approach". In: Rundfunk & Fernsehen, 40(3), 412-431.
Kubicek, Herbert (1997): Das Internet auf dem Weg zum Massenmedium? Ein Versuch, Lehren aus der Geschichte alter und anderer neuer Medien zu ziehen. In: Werle, Raymund/Lang, Christa (Hrsg.): Modell Internet? Entwicklungsperspektiven neuer Kommunikationsnetze. Frankfurt/NY: Campus, 213-239.
Langlois, Ganaele, 2013: Participatory Culture and the New Governance of Communication: The Paradox of Participatory Media. Television & New Media 14 (2). S. 91-105. URL: http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/14/2/91
Lenhart, Amanda/Fox, Susannah (2006): Bloggers. A portrait of the internet's new storytellers. Pew Internet & American Life Project Report. Washington, D.C. Juli 2006.
Lünenborg, Margreth (2005): Journalismus als kultureller Prozess. Wiesbaden: VS Verlag.
Maireder, Axel, 2013: Konversationen, Gemeinschaften, Öffentlichkeiten: Zur Strukturanalyse von Internetdiskursen. Vortrag auf der Mitgliederversammlung des GfK Vereins. 5 Juli 2013. URL: http://homepage.univie.ac.at/axel.maireder/2013/09/konversationen-gemeinschaften-offentlichkeiten-zur-struktur-analyse-von-internetdiskursen/ (13.06.2014).
Maireder, Axel und Stephan Schlögl, 2013, #aufschrei: Strukturanalyse einer Ad-Hoc-Öffentlichkeit. Vortrag auf der Konferenz "Digital Methods. Innovative Ansätze zur Analyse öffentlicher Kommunikation im Internet",November 2013. URL: http://www.univie.ac.at/digitalmethods/programm/aufschrei/ (abgerufen: 27/11/2013).
Mead, George H (1934): Mind, self & society. Chicago: Univ. of Chicago Press.
Möller, Erik (2005): Die heimliche Medienrevolution: Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover: Heise. URL: http://medienrevolution.dpunkt.de/ (13.06.2014).
Münch, Richard/Schmidt, Jan (2005): Medien und sozialer Wandel. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Mediensoziologie. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 201-218.
Nardi, Bonnie A./Schiano, Diane J./Gumbrecht, Michelle/Swartz, Luke (2004): Why we Blog. In: Communications of the ACM 47 (12), S. 41-46.
Neuberger, Christoph (2004): Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Netz. In: Gutachten für den Deutschen Bundestag. Vorgelegt dem Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag,. URL: http://www.ifkw.uni-muenchen.de/personen/professoren/neuberger_christoph/technikfolgen/tab_gutachten.pdf (Stand: 12.10.2006).

Neuberger, Christoph (2006): Weblogs verstehen. Über den Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet. In: Picot, Arnold/Fischer, Tim (Hrsg.): Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Heidelberg: d.punkt verlag, S. 113-129.

Neuberger, Christoph (2008): Internet und Journalismusforschung: Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): Journalismus Online – Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS, S. 17-42.

Papacharissi, Zizi (2010): A private sphere : democracy in a digital age. Polity, Cambridge, UK; Malden, MA.

Passig, Kathrin, 2009: Standardsituationen der Technologiekritik. Merkur 12/2009.

Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. Frankfurt: Suhrkamp.

Reed, Adam (2005): „My Blog is Me“: Texts and Persons in UK Online Journal Culture (and Anthropology). In: Ethnos 70 (2), S. 220-242.

Reichmayr, Ingrid (2005): Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine explorative Untersuchung. In: Schmidt, Jan/Schönberger, Klaus/Stegbauer, Christian (Hrsg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft 2005. Jg. 6. Online-Publikation. URL: http:/ /www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf (geprüft: 13.06.2014).

Schmidt, Jan (2007): Öffentlichkeiten im Web 2.0. Entstehung und Strukturprinzipien. In: Journalistik Journal 1/2007, 24-25.

Schmidt, Jan (2008): Zu Form und Bestimmungsfaktoren weblogbasierter Netzwerke. Das Beispiel twoday.net. In: Christian Stegbauer und Michael Jäckel (Hrsg.): Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken: Beispiele aus dem Bereich "Social Software". Wiesbaden: VS Verlag, S. 71-94.

Schmidt, Jan/Schönberger, Klaus/Stegbauer, Christian (2005): Erkundungen von Weblog-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung. In: Schmidt, Jan/Schönberger, Klaus/Stegbauer, Christian (Hrsg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. URL: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2005_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer_a.html (13.06.2014).

Schmidt, Jan/Paetzolt, Matthias/Wilbers, Martin (2006): Stabilitat und Dynamik von Weblog-Praktiken. Ergebnisse der Nachbefragung zur „Wie ich blogge?!“-Umfrage. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 03-06. Universität Bamberg. September 2006.

Scott, Esther (2004): „Big Media“ Meets the „Bloggers“. Coverage of Trent Lott's Remarks at Strom Thurmond's Birthday Party. Report C14-04-1731.0, Kennedy School of Government, Harvard University. Cambridge, MA. URL: http://www.ksgcase.harvard.edu/casetitle.asp?caseNo=1731.0 (13.06.2014).

Shirky, C. (2003): Power Laws, Weblogs and Inequality. Clay Shirky's Writings About the Internet 05.12.2006, URL: http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html (13.06.2014).

Sullivan, Andrew (2002): The Blogging Revolution. Weblogs are to Words what Napster was to Music. In: Wired, 10.5, Mai 2002. URL: http://www.wired.com/wired/archive/10.05/mustread.html?pg=2 (geprüft: 31.01.2009).

Surowiecki, James (2004): The wisdom of crowds: why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies, and nations. New York: Doubleday.

Walker, Jill. (2002): Links and Power: The Political Economy of Linking on the Web. Konferenzbeitrag. ACM Hypertext Conference, Baltimore. Juni 2002. URL: http://jilltxt.net/txt/linksandpower.html (13.06.2014).

Wei, Carolyn (2004): Formation of Norms in a Blog Community. In: Gurak, Laura/Antonijevic, Smiljana /Johnson, Laurie/Ratliff, Clancy/Reyman, Jessica (Hrsg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online-Publikation. URL: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/formation_of_norms.html (13.06.2014).

Yang, Mundo (2008): Jenseits des „Entweder-Oder“ – Internet als konventioneller Teil der Demokratie. In: kommunikation@gesellschaft 9(3).

Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum. Köln: Halem.