UNIVERSITÄT AUGSBURG
Universitätsbibliothek

OPEN ACCESS
OPUS AUGSBURG

Öffentlichkeit, Gegenöffentlichkeiten und Medienpartizipation im Zeitalter des Internets

Jeffrey Wimmer

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Wimmer, Jeffrey. 2014. "Öffentlichkeit, Gegenöffentlichkeiten und Medienpartizipation im Zeitalter des Internets." In *Transnationalität und Öffentlichkeit: interdisziplinäre Perspektiven*, edited by Caroline Schmitt and Asta Vonderau, 285–308. Bielefeld: transcript. https://doi.org/10.14361/transcript.9783839421543.285.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

CC BY-NC-ND 4.0

Dieses Dokument wird unter folgenden Bedingungen zur Verfügung gestellt: / This document is made available under these conditions:
CC-BY-NC-ND 4.0: Creative Commons: Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitung
Weitere Informationen finden Sie unter: / For more information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de

Öffentlichkeit, Gegenöffentlichkeiten und Medienpartizipation im Zeitalter des Internets

Jeffrey Wimmer

1. Einleitung

So einfach wie heute war es noch nie, sich online für oder gegen einen politischen Sachverhalt zu engagieren. Intuitiv bedienbare Anwendungen machen es leicht, eigene Inhalte im Netz zu erstellen und zu verbreiten. Informationsproduktion und -distribution und damit jegliche Form von Protestartikulation bleiben nicht länger versierten Nutzern,[1] Unternehmen oder politischen Organisationen vorbehalten. Neue Informations- und Kommunikationsräume konstituieren sich, in denen sich politische Gegenöffentlichkeiten entwickeln können, für die in den klassischen Medien bisher kein Platz war. Dank der offenen und hierarchielosen Struktur des Internets kann – zumindest prinzipiell – jeder Nutzer mit seiner Stimme zum Teil des politischen Diskurses werden oder lautstark auf seinen Dissens aufmerksam machen. Auf unzähligen Plattformen finden Menschen mit ähnlichen politischen Interessen zueinander, um ihr Wissen zu teilen, sich zu vernetzen und zusammenzuarbeiten. So kürte das renommierte *Time Magazine* 2011 den Demonstranten (»The Protester«) als »Persönlichkeit des Jahres«, die 2012 gesellschaftspolitisch und medial wirkmächtig wie kein anderer politischer Akteur u.a. bei den Protesten im arabischen Raum und im Rahmen der Occupy-Bewegung agierte. Durch den rapiden und allumfassenden Fortschritt der modernen Kommunikations-

1 | Zugunsten einer besseren Lesbarkeit wird ausschließlich die maskuline Form verwendet. Es sind allerdings stets beide Geschlechter angesprochen.

medien ergeben sich also einerseits neben den alt hergebrachten Formen politischer Partizipation neue Möglichkeiten, ziviles Engagement zu übernehmen. Die digitale Revolution verändert andererseits neben den Partizipationsmitteln aber auch die kommunikative Reichweite und somit den Einfluss des Einzelnen auf die Konstituierung politischer Öffentlichkeit.

Um vor diesem Hintergrund die gegenwärtige Hochkonjunktur medialer Gegenöffentlichkeiten und Partizipationskultur kritisch zu reflektieren, gliedert sich der Beitrag in folgende Abschnitte: Zuerst wird auf das Begriffsfeld Öffentlichkeit und den durch die Digitalisierung mithervorgerufene Strukturwandel öffentlicher Kommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive eingegangen (Abschnitt 2). Eine interdisziplinäre Skizze macht deutlich, dass Öffentlichkeit nicht nur als ein dynamischer Prozess, sondern auch als ein multidimensionales Phänomen zu verstehen ist, das sich über mehrere Komplexitätsebenen erstreckt. Sie zeigt auch, dass klassische Definitionen von Öffentlichkeit als eine bestimmte Einheit im Internet-Zeitalter an ihre Grenzen stoßen. Vor dem Hintergrund des Strukturwandels sind allerdings die kommunikativen Potentiale für die Zivilgesellschaft grundsätzlich ambivalent zu beurteilen (Abschnitt 3). Zur Systematisierung der unüberschaubaren Fülle von gegenöffentlicher Kommunikation in Zeiten des Internets werden idealtypische Phänomene auf den drei Komplexitätsebenen öffentlicher Kommunikation (interpersonale, Gruppen- und Massenkommunikation) vorgestellt (Abschnitt 4). Der Beitrag schließt mit Implikationen für die Erforschung und die Zukunft medialer Teilhabe an Öffentlichkeit (Abschnitt 5).

2. Das Begriffsfeld Öffentlichkeit im Zeitalter des Internets

Bei der Diskussion über die Konzeptionalisierung von Öffentlichkeit stehen oftmals spezifische normative Aspekte im Vordergrund, was sowohl die Übertragbarkeit auf die europäische und internationale Forschung als auch den Anschluss an die aktuelle Kommunikations- und Medienpraxis schwierig gestaltet. (Vgl. Kleinsteuber 2000: 39ff.) Die Verwendung des Öffentlichkeitsbegriffs wie auch dessen normative Relevanz für die moderne Mediengesellschaft nimmt nichtsdestotrotz sowohl aus theoretischer als auch aus empirischer Perspektive unvermindert zu. (Vgl. Imhof 2003: 201) Der Bezugspunkt klassischer Öffentlichkeitsstudien stellte lange Zeit

Politik in einem engen Sinne dar. Dieser Fokus erklärt sich aus den Wurzeln der bürgerlichen Öffentlichkeit in der Zeit der Aufklärung. Öffentlichkeit avancierte im 18. Jahrhundert zum Kampfbegriff der Liberalen, die eine Offenlegung der Machtverhältnisse forderten. Diese Hintergründe beeinflussten auch stark die lange Zeit vorherrschende begriffliche Engführung in der Kommunikationswissenschaft (vgl. Winter 1993: 31), obwohl die Konstituierung von Öffentlichkeit, wie noch gezeigt werden soll, in den letzten Jahren und Jahrzehnten, mit einem dramatischen Strukturwandel konfrontiert ist.

Die englische Übersetzung von Jürgen Habermas' »Strukturwandel der Öffentlichkeit« (1989) hat international gesehen für einen »Public Sphere Approach« (vgl. Dahlgren 2004: 15) und für einen Forschungsboom in den Sozialwissenschaften gesorgt, der heutzutage aktueller denn je ist. (Vgl. z.B. Calhoun 1992, Kleinsteuber 2001, Lunt/Livingstone 2013) Habermas versteht Öffentlichkeit als ein Netzwerk für die Kommunikation von Meinungen, das als intermediäre Instanz zwischen Lebenswelt und anderen funktionalen Teilsystemen vermittelt. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive liefert dieses Öffentlichkeitskonzept Maßstäbe für die Bewertung medialer, aber auch sozialer und politischer Veränderungen und Entwicklungen der Mediengesellschaft. Wichtige Impulse erhält die kommunikationswissenschaftliche Öffentlichkeitsforschung aktuell u.a. durch die analytische Berücksichtigung (1) des Aufkommens neuer Medien und des Prozesses der Digitalisierung, (2) des Entstehens neuer und informeller Politikfelder und Protestformen in der reflexiven Moderne, (3) neuer empirischer Ansätze und Methoden, aber auch – wie die Beiträge in diesem Band zeigen – (4) durch die Transnationalisierung der ehemals allein national und/oder lokal gedachten Verschränkung von politischem Geltungsbereich und medialer Öffentlichkeit.

Im Anschluss an Krotz (1998), Klaus (1998), Dahlgren (2005) und Peters (2007) wird Öffentlichkeit in diesem Beitrag nun als ein Mehrebenenphänomen verstanden, das neben der v.a. in der Kommunikationswissenschaft fokussierten repräsentationellen Dimension nicht nur einen je spezifischen (medien-)kulturellen Kontext besitzt, sondern auch stets eine strukturelle wie subjektbezogene Ebene impliziert.[2] Die strukturelle Ebene bezieht sich auf die manifesten und dabei v.a. massenmedialen

2 | Für eine spezifische Aufzählung konkreter Öffentlichkeitskategorien, die auf diese Grunddimensionen rekurrieren vgl. Wimmer (2011: 168f.).

Strukturen und Funktionen von Öffentlichkeit, die diese auf gesamtgesellschaftlicher bis hin zur lokalen Ebene einnimmt. Die subjektbezogene bzw. interaktionale Dimension verweist auf die Aneignung öffentlicher Kommunikationsprozesse und die Teilhabe an Öffentlichkeit. Diese kann unterschiedliche Formen annehmen – wie z. B. das emotionale »Bewegtsein« der Bürger, die Resonanz von Medienangeboten im Publikum (so genannte Anschlusskommunikation) oder auch die Interaktion zwischen den Bürgern, welche sich von interpersonalen Gesprächen auf der Mikroebene, über größere Veranstaltungen und Versammlungen auf der Mesoebene hin zur allgemeinen kommunikativen Konstruktion und Etablierung (alternativer) politischer Öffentlichkeiten auf der Makroebene erstrecken kann. Auch die Möglichkeiten der Bürger zur Partizipation im Sinne der Produktion eigener Medieninhalte bspw. im Internet in Form partizipativer Nachrichtenseiten sind dabei analytisch in Betracht zu ziehen.

Anstatt statisch, ist also Öffentlichkeit grundsätzlich immer im Sinne eines dynamischen, komplexen und dabei multidimensionalen Kommunikationsprozesses zu konzeptualisieren. Diese Multidimensionalität konstituiert sich durch mehrere grundlegende Charakteristika öffentlicher Kommunikation in Zeiten des Internets, auf die im Folgenden näher eingegangen werden soll.[3]

Die oftmals als einheitlich und universell gedachte politische Öffentlichkeit zerfällt bei näherem Hinsehen in mehrere partikulare bzw. segmentierte Öffentlichkeiten (verstanden als Teilöffentlichkeiten) mit scheinbar »widersprüchlichen Produktions- und Rezeptionslogiken zwischen Nivellierung und Differenzierung, zwischen Konformität und Pluralität« und unterschiedlicher Komplexität und Reichweite (Zimmermann 2000: 46). Dieser Prozess wird durch die Existenz digitaler Kommunikationsmedien und Medientechnologien rapide beschleunigt. Die immer stärker werdende mediale Vermittlung und Durchdringung unseres Alltags, der in der Kommunikationswissenschaft als Prozess der Mediatisierung gefasst wird, führt dazu, dass

> »die computervermittelte Kommunikation [...] als Folge des Mediatisierungsprozesses langfristig eine potenzielle Basis für neue Formen von Öffentlichkeit und politischer Kommunikation bilden kann« (Krotz 2007: 107).

3 | Brüggemann et al. (2009: 393) sprechen hier von scheinbaren Dichotomien, die oft in der Forschung unhinterfragt bleiben.

Lingenberg (2010: 150) zeigt an empirischen Fallbeispielen konkret auf, dass

»die Beteiligung an öffentlichen Diskursen ebenso wie die Beobachtung politischen Geschehens längst nicht mehr nur über Massenmedien, sondern auch über spezialisierte Newsgroups, Diskussionsforen, Blogs und Twitter im Internet oder über das Mobiltelefon denkbar [sind]«.

Auf unzähligen Plattformen finden Menschen mit ähnlichen privaten, kulturellen, aber auch politischen Interessen zueinander, um ihr Wissen zu teilen, sich zu vernetzen und zusammenzuarbeiten.

Aus analytischer Perspektive haben diese Befunde auch die Debatte darüber gefördert, inwieweit bei der Konstitution von Öffentlichkeit nicht nur die Rolle der Massenmedien, sondern auch die der interpersonalen Kommunikation stärker in den Untersuchungsfokus geraten muss. So stellt schon Habermas (1990 [1962]) fest, dass in der Moderne die Medienorganisationen zwar den institutionellen Kern politischer Öffentlichkeit bilden, aber erst im Rahmen interpersonaler Kommunikation[4] Öffentlichkeit zum Leben erweckt wird und damit die (medienvermittelte) interpersonale Kommunikation eigentlich das Fundament der Demokratie darstellt.[5]

Öffentlichkeit kann somit als ein (Konstruktions-)Prozess aufgefasst werden. (Vgl. z.B. Klaus 1998: 135f.) Aus theoretischer Perspektive stellt Peters (1994: 47) am deutlichsten neben dem Gemeinschaftscharakter v.a. die Dynamik von Öffentlichkeit heraus und setzt sie gleich mit der »Gesamtheit der Prozesse diskursiver, auf kollektive Probleme bezogener Meinungs- und Willensbildung«. Dieses prozessuale Merkmal ist bei den meisten Öffentlichkeitskonzepten zumindest implizit angelegt und ver-

4 | Ähnlich wie Gerhards und Neidhardt (1990) unterscheidet Habermas (1992: 452) drei Ebenen von Öffentlichkeit: »von der episodischen Kneipen-, Kaffeehaus- oder Straßenöffentlichkeit über die veranstaltete Präsenzöffentlichkeit von Theateraufführungen, Elternabenden, Rockkonzerten, Parteiversammlungen oder Kirchentagen bis zur abstrakten, über Massenmedien hergestellten Öffentlichkeit von vereinzelten und global verstreuten Lesern, Zuhörern und Zuschauern«.

5 | Allerdings konstatieren Habermas selbst und weitere Autoren diesbezüglich kritisch, dass die Massenmedien Öffentlichkeit gleichsam monopolisiert haben (z.B. Marcinkowski 2001: 245f.).

weist stark auf den sozialen Kontext von Öffentlichkeit. Dieser kommt u.a in der Rezeption und Aneignung des medialen Diskurses durch das (Medien-)Publikum zum Ausdruck. Den hohen Stellenwert von individuellen Selektions- und Interpretationsprozessen und damit verbundener öffentlicher wie nicht-öffentlicher Anschlusskommunikation betont Dahlgren (2006: 274):

»The public sphere does not begin and end when media content reaches an audience; this is but one step in larger communication and cultural chains that include how the media output is received, made sense of and utilized by citizens.«

Die Rezeption von politischen Diskursen bedeutet also nicht nur die bloße Aufnahme von Information, sondern stets deren Interpretation und Aneignung. Das bedeutet auch, dass Affekte, Kognitionen und Handeln der verschiedenen Öffentlichkeitsakteure – kurzum: die Perspektive des Individuums – bei der Öffentlichkeitsanalyse konzeptionell stärker zu berücksichtigen sind.

Öffentlichkeit nimmt – so kann man als Zwischenfazit ziehen – eine doppelte Bedeutung sowohl von sozialer Totalität als auch von einem spezifischen Publikum ein, das sich über eine bestimmte kollektive Identität konstituiert. So hat Öffentlichkeit aus struktureller Sicht aufgrund ihres repräsentationellen Charakters eine Funktion inne und dient der Systemerhaltung, sie ist somit eine Art Quasi-Akteur mit gesellschaftlicher Wirkungsmacht. Aus personaler Perspektive stellt Öffentlichkeit den Handlungskontext gesellschaftlicher Akteure dar, der sich in deren konkreten Aktionen und Einstellungen niederschlägt. (Vgl. Beetz 2005: 2ff.) Auf diese beiden analytischen Pole verweist indirekt auch Habermas (1998: 228) in seiner Analyse postnationaler Konstellationen, indem für ihn der Begriff der Moderne und damit auch der von Öffentlichkeit »mit dem abstrakten Gegensatz zwischen einer disziplinierenden Gesellschaft und der verletzten Subjektivität des Einzelnen« in Zusammenhang zu bringen sei.

Die strukturellen wie subjektbezogenen Dimensionen beziehen sich dabei zum einen im Sinne einer Mikro-Makroverschränkung stets wechselseitig aufeinander. (Vgl. Wimmer 2011) Diese Verschränkung ist zugleich zentraler normativer Anspruch an Öffentlichkeit, da mit dem »Prinzip « Öffentlichkeit immer auch Fragen von Macht sowie von (Un-) Gleichheit verbunden sind. Aus theoretisch-analytischer Perspektive sind

somit hauptsächlich die sowohl subjektiv empfundenen als auch strukturell vermittelten Zugangs- und Einflussmöglichkeiten gesellschaftlicher Akteure auf politische Öffentlichkeit im Rahmen von Öffentlichkeitsprozessen von Interesse. Aus methodisch-operationaler Perspektive gilt es zu untersuchen, inwieweit in der (politischen) Öffentlichkeit (als intermediäre Sphäre zwischen der privaten Lebenswelt und politischen wie gesellschaftlichen Strukturen) private Meinungen repräsentativ diskutiert werden, welche davon Anschluss an einen breiteren gesellschaftlichen Diskurs finden und welchen Beitrag die Bürger dazu leisten können. So formulieren prägnant Couldry et al. (2007: 24):

»What are the matters of common concern, how are they engaged by the public, how does public engagement roles relate to political participation, if at all, and how important are media facilitating, shaping or impending such participation.«

In ihrer Analyse der grundlegenden Medienrepertoires des Publikums konkretisieren sie ihren Ansatz der so genannten Public Connection: Eine größere kommunikative Vernetzung der Bürger untereinander und eine größere Orientierung an – in Kommunikationsmedien vermittelten – öffentlichen Themen können zu einem größeren Vertrauen in den Staat und zu mehr zivilgesellschaftlichem Engagement führen.

Die strukturellen und subjektbezogenen Dimensionen von Öffentlichkeit befinden sich zum anderen – im Internet-Zeitalter mehr denn je – in einem andauernden Wandlungsprozess. Diese Komplexität kann man exemplarisch am Prozess der Transnationalisierung sozialer und politischer Zusammenhänge veranschaulichen. So sind aus struktureller Perspektive Öffentlichkeits- und Raumvorstellungen nicht nur historisch eng gekoppelt, sondern auch räumlich – v.a. national und regional – institutionalisiert. Die im Zuge des gegenwärtigen Wandels sich ändernden sozialen wie räumlichen Bezüge öffentlicher Kommunikation haben aber auch neue Koppelungen zur Folge, die es erst noch öffentlichkeitstheoretisch wie empirisch auszuloten gilt. (Vgl. z.B. Wallner/Adolf 2014) So findet öffentliche Kommunikation zunehmend auch in virtuellen Kommunikationsräumen scheinbar losgelöst von politischen Geltungsbereichen und physischen Bezügen statt. Aber auch aus subjektbezogener Sicht ändert sich die Konstituierung von Öffentlichkeit, da sich Bürger in Migrationszusammenhängen nicht mehr in lokal begrenzten sozialen und politi-

schen Kontexten, sondern zunehmend in transnationalen Lebenswelten bewegen, die mit recht unterschiedlichen Öffentlichkeitsanbindungen einhergehen (können). (Vgl. Lingenberg 2014)

3. Die Ambivalenz des öffentlichen Diskurses im Internet

Die Verbreitung von Onlinemedien erweitert also auf den ersten Blick immens die kommunikativen Möglichkeiten der Zivilgesellschaft. Ermöglicht das Internet damit auch die Konstituierung eines öffentlichen Diskurses im Sinne Habermas? Sehr hilfreich für ein Verständnis dieser Debatte ist im Anschluss an Coleman/Ross (2010) die Differenzierung mehrerer Phasen bzw. Paradigmen der sozialwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der Entstehung und den Folgen digitaler Öffentlichkeit(en). Zu Beginn war die Forschung noch durch einen relativ klaren Dualismus gekennzeichnet. So liegen einerseits vielen Ansätzen implizit utopische Hoffnungen der Ermöglichung bzw. Revitalisierung gesellschaftlicher und politscher Teilhabe an öffentlicher Kommunikation zugrunde z.B. in Form des Entstehens so genannter Consumer Citizen bzw. Netizens oder gar einer fünften Gewalt im Rahmen transnationaler Internetkommunikation (vgl. z.B. Negroponte 1996, Bruns 2009, Dutton 2009). Während hingegen in einer zweiten Phase eine gewisse Ernüchterung festzustellen ist und eher die negativen Begleiterscheinungen der neuen Partizipationsmöglichkeiten – wie z.B. die vermehrte Entstehung idiosynkratischer Teilöffentlichkeiten und/oder persönlicher Öffentlichkeiten (Schmidt 2009) und deren z.T. hochselektiven Informationssphären, die so genannten »filter bubbles« – thematisiert werden. (Vgl. z.B. Papacharissie 2002, Sunstein 2001, Pariser 2011) Beide Paradigmen konstatieren zwar grundsätzlich eine größere Vielfalt u.a. an medialen Partizipations- und Engagementsmöglichkeiten, stehen sich aber diametral in der Bewertung dieser Kommunikationsprozesse und ihrer Folgen gegenüber.

Idealtypisch für eine eher euphorische Position sehen Jenkins et al. (2009) den Beginn eines Zeitalters transmedialer und transnationaler Partizipationskultur (Participatory Culture). Denn die technischen Möglichkeiten des Social Web lassen auf einfache Weise zivilgesellschaftliches Engagement und damit auch auf längere Sicht politische Partizipation zum Bestandteil des alltäglichen Medienhandelns werden. Ursprünglich bezo-

gen auf den Bereich der Populärkultur und Unterhaltungskommunikation können für Jenkins (2010) daher alle digitalen Kommunikationsmedien und Medientechnologien unter bestimmten Voraussetzungen als sogenannte »Civic Media« fungieren, die Partizipation und Teilhabe an Öffentlichkeit ermöglichen. Das Phänomen des »Consumer Netizen«[6] verdeutlicht, dass diese neuen Formen von Partizipation ohne Medienvermittlung gar nicht mehr gedacht werden können: Digitale Kommunikationsmedien werden hier auf vielfältige Weise unter anderem zur Vernetzung, Selbstdarstellung oder zum Wissensmanagement der neuen, mehr oder weniger politiknahen Alltagspraktiken genutzt beziehungsweise ermöglichen diese erst. (Vgl. z.B. Baringhorst 2012).

Ein ähnliches Argument vertritt auch Bruns (2009) in seinem Ansatz der Produsage – der Verschmelzung individueller Nutzungs- und Produktionsvorgänge. Er postuliert, dass die vernetzte Kommunikation im Social Web und die dabei stattfindende selbstorganisierte und kollaborative Produktion medialer Inhalte als Keimzellen politischer Praktiken gewertet werden können, da sie eine massenmedial kompatible und hierarchisch strukturierte politische Öffentlichkeit aufbrechen. Castells (2007; 2008) nimmt aus soziologischer Sicht grundsätzliche Machtverschiebungen wahr: Bislang verfügten der Staat und etablierte Institutionen über einen privilegierten Zugang zu den Medien und damit über einen Aufmerksamkeitsvorteil. In der so genannten Netzwerkgesellschaft ändert sich dies rapide. Deren kommunikative Basis besteht nicht länger aus vertikaler Kommunikation, sondern aus horizontalen sozial-, raum- und zeitübergreifenden Kommunikationsnetzwerken, die in der Zivilgesellschaft verankert sind. Dies führt zu einer neuen Form sozialer Kommunikation, die Castells (2007: 248) »mass self communication« nennt. Die Produktion, Verbreitung und die Rezeption von Informationen erfolgen im Internet für ihn zunehmend selbstbestimmter. Die Zentralität der Internet-Infrastruktur für diese Diagnose einer wachsenden Gegenmacht bzw. kritischen Gegenöffentlichkeit führt Dahlgren (2005: 155) aus:

6 | Dieser Ansatz geht von einem Konsumenten mit moralischem Verantwortungsbewusstsein für den sozialen, politischen und ökologischen Status Quo sowie einem Bezug zur Einhaltung des Menschenrechts, ökologischer Nachhaltigkeit und dem gerechten Welthandel aus.

»In the arena of new politics, the Internet becomes not only relevant but central: It is especially the capacity for the ›horizontal communication‹ of civic interaction that is paramount. Both technologically and economically, access to the Net (and other new technologies, such as mobile phones) has helped facilitate the growth of large digital networks of activists.«

Gegen die euphorische Perspektive bzw. gegen eine größere Öffentlichkeit im Internet im Sinne ihrer gesellschaftlichen Funktion spricht allerdings u.a., dass auch im Internet ein so genanntes »power law« gilt (vgl. z.B. Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2007: 108), also das Gesetz der Kumulation von Aufmerksamkeit und Einfluss. Zwar ist es prinzipiell möglich, dass jeder seine Meinung veröffentlicht. Doch die technische Struktur des Internets und die Logik der Suchmaschinen führen dazu, dass nur vergleichsweise wenige Inhalte im Netz auch tatsächlich von einer größeren Anzahl von Nutzern wahrgenommen werden. Im Ergebnis, so die Skeptiker der Internetverheißungen, führe die Kommunikation im Internet zu einer Bevorzugung bereits etablierter Akteure sowie zu einer Fragmentierung des öffentlichen Diskurses. (Vgl. u.a. Friedland/Hove/Rojas 2006, Rethemeyer 2007) Auch der Journalismus, neben der Politik Hauptakteur bei der Konstituierung von Öffentlichkeit, unterliegt gravierenden Veränderungen u.a. aus subjektbezogener Sicht im Rahmen der Recherche und des Umgangs mit Informationen, die ambivalent zu bewerten sind. (Vgl. umfassend Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009) Im Rahmen der Disintermediation entstehen aus struktureller Sicht neue journalistische Konkurrenten auf dem Informationsmarkt (wie z.B. Suchmaschinen, Corporate Media, Partizipativer Journalismus etc.), die das Publikum im Rahmen der Internetkommunikation direkt ansprechen können, ohne auf das journalistische »Nadelöhr« angewiesen zu sein. (Vgl. Neuberger 2009: 54ff.)

Als exemplarisch für die analytische Berücksichtigung dieses stark ambivalenten Charakters der Herausforderungen, die mit den neuen Öffentlichkeits- und Partizipationsmöglichkeiten einhergehen, kann die dialektische Position von Habermas (2008: 161f.) selbst gelten. Unter dem Eindruck der zunehmenden Digitalisierung geht er zwar von einer Revitalisierung von Öffentlichkeit(en) gerade in Bezug auf Interaktion und Deliberation auf der Mikroebene aus, diese Diagnose ist aber für ihn gleichzeitig und unweigerlich mit einer Fragmentierung von Öffentlichkeit auf einer strukturellen wie personellen Ebene verknüpft. (Vgl. Neuberger 2009: 19f.) Habermas sieht die Öffentlichkeit dahingehend in Einzelteile

zerfallen, dass die Masse an Informationen keine Filterung durch den professionellen Journalismus mehr erfahre. Das Publikum habe direkten Zugang zu den Informationen und sei durch den Mangel an professionellen »Kommunikationsagenten« dazu gezwungen, selbst über die Qualität von Onlinebeiträgen zu urteilen. An dieser Stelle müsse die Kompetenz der Mediennutzer diesbezüglich infrage gestellt werden, da die Glaubwürdigkeit vieler Informationen im Internet durch ihr massenhaftes Vorkommen schwer zu beurteilen sei. Das Internet stelle eine übersichtliche Landschaft von Informationsfragmenten dar, in der der journalistische »Gatekeeper« fehle. (Vgl. Neuberger 2009: 38) Darüber hinaus sind wirtschaftliche wie politische Einflussnahmen auf die kollaborative Produktion von Partizipationskommunikation im Social Web zu diagnostizieren. So dienen bspw. Facebook-Fanseiten oder Youtube-Videos zum größten Teil ökonomischen Interessen, die den Internetnutzern nicht wirklich bewusst sind. (Vgl. z.B. Fuchs 2013)

Angesichts dieses digitalen Strukturwandels von Öffentlichkeit stellt sich auch die Frage, inwieweit nicht neue Öffentlichkeitsmodelle gebraucht werden, die den skizzierten Entwicklungen Rechnung tragen. So übertragen beispielsweise Gerhards und Schäfer (2010) die Kriterien des massenmedialen Arenamodells der Öffentlichkeit (Gerhards/Neidhardt 1990) ins digitale Zeitalter und vergleichen am Fallbeispiel Humangenomforschung Inhalte auf Webseiten, die Toptreffer bei den einschlägigen Suchmaschinen sind, und in der Zeitungsberichterstattung. Ihr Vergleich zeigt in der Online-Öffentlichkeit eine geringe Diversität an Sprechern und an thematischer Vielfalt. Dieser Befund kann aber auch ein methodisches Artefakt darstellen. Denn die Autoren betrachten den Kommunikationsraum Internet relativ undifferenziert, indem sie allein auf Konstruktionsleistung der Suchmaschinen abstellen und andere Intermediäre im Internet wie z.B. Newsfeeds, Blogs etc. ignorieren. Sie gehen dabei von der (technik-)deterministischen Selektionskraft der Suchmaschinen äquivalent zur publizistischen Bedeutung der Leitmedien im prädigitalen Zeitalter aus. Insgesamt gesehen steht die empirische Forschung zur Internetöffentlichkeit noch am Anfang, und geeignete Standards zur Operationalisierung von Öffentlichkeit und deren Multidimensionalität fehlen noch. So gelangen andere Untersuchungen aufgrund anders gearteter methodischer Designs (z.B. Kriterien für die Auswahl von Internetseiten, standardisierte vs. nicht-standardisierte Items etc.) eben doch zu dem Befund einer höheren Diskursivität im Internet. (Vgl. z.B. Schweiger/Weihermüller 2008)

4. Das Begriffsfeld Gegenöffentlichkeit im Zeitalter des Internets

Im Gegensatz zu den verschiedenen konkreten soziologischen, politikwissenschaftlichen oder psychologischen Modellvorstellungen von Öffentlichkeit verweist der Begriff der Gegenöffentlichkeit auf recht unterschiedliche Phänomene öffentlicher Kommunikation sowie zivilgesellschaftlicher Netzwerke, die unter eben diesem oft strapazierten Begriff subsumiert werden. Seit den 1960er Jahren werden damit klassischerweise öffentlichkeitswirksame Aktionen der neuen sozialen Bewegungen (NSB) (wie z.B. Studenten-, Friedens- und Umweltbewegungen) und die Strukturen und Zielsetzungen alternativer Medien – u.a. die Alternativpresse, freie Radios und offene Kanäle – beschrieben. Der Begriff der Gegenöffentlichkeit tritt in der Studentenbewegung seine mediale Karriere an und ist stark deren Sprachgebrauch entlehnt. Dieser Entstehungskontext erklärt auch, dass das Konstrukt *Gegenöffentlichkeit* gerade auch im Kontext der aktuellen Diskussion um die Rolle etablierter Medien in einem digitalen Zeitalter eine zentrale Rolle spielt. So stellen für viele kommunikationswissenschaftliche Autoren journalistische Leitmedien an sich eine Form kritischer Öffentlichkeit dar. Langenbucher (2003) begründet dies damit, dass diese Formen von Massenmedien gesamtgesellschaftlich wichtige Funktionen wie Kritik, Kontrolle und Aufklärung erfüllen. Diese Perspektive ähnelt wiederum auch stark dem Selbstverständnis der Alternativbewegungen der Sechziger- und Siebzigerjahre in Westeuropa und den USA. So kann als Hauptbeweggrund für die Schaffung alternativer Medien die gesellschaftskritische Reaktion auf einen (subjektiv) tief empfundenen demokratischen Funktionsverlust bürgerlicher Leitmedien gesehen werden. Durch ergänzende und korrigierende Berichterstattung sollen daher alternative Medien zu einer Erweiterung des Informationsspektrums und zu einer liberalen Öffentlichkeit beitragen bzw. diese wieder revitalisieren. Aktuell rücken die kritischen Öffentlichkeiten der Nichtregierungsorganisationen (NGOs), verschiedenartige Medienaktivisten oder Weblogs und andere partizipative Kommunikationsformen im Internet wie z.B. WikiLeaks in den Vordergrund. Diese Form der Teilhabe an Öffentlichkeit hat aktuell augenscheinlich Hochkonjunktur und gestaltet sich auf den ersten Blick unter den heutigen digitalen Bedingungen der Medienkonvergenz und der Ausweitung der individuellen Medienrepertoires vielfältiger und einfacher denn je.

Gegenöffentlichkeit ist wie Öffentlichkeit nicht als ein monolithisches, sondern als ein multidimensionales Kommunikationsphänomen aufzufassen. Analog zu Komplexität von Öffentlichkeit können daher – aus Sicht der Aktivisten – kritische bzw. alternative Informations- und Kommunikationsprozesse auf den recht verschiedenen Komplexitätsebenen öffentlicher Kommunikation differenziert werden: auf der Mikro- (so genannte Encounter- oder Begegnungsöffentlichkeiten), Meso- (Versammlungsöffentlichkeiten) und Makroebene (massenmediale Öffentlichkeiten). (Vgl. auch Klaus/Wischermann 2008) Daneben sind auch gleichermaßen funktionale (strukturelle) wie subjektbezogene (individuelle) Charakteristika zu berücksichtigen. So werden mit dem Begriff erstens kritische Teilöffentlichkeiten definiert, die ihren als marginalisiert empfundenen Positionen, welche oft auch als Gegenöffentlichkeit bezeichnet werden, mithilfe von alternativen Medien und medienvermittelten (Prostest-)Aktionen innerhalb der massenmedialen Öffentlichkeit Gehör verschaffen möchten. Hier kann wiederum zwischen alternativen Medien mit größerer Thematisierungskraft, wie z.B. der Tageszeitung taz (alternative Leitmedien), oder geringerer öffentlicher Reichweite, wie z.B. lokalen, offenen Kanälen (alternative Folgemedien), differenziert werden. Zweitens bezeichnet das Konzept Gegenöffentlichkeit auf der (Meso-)Ebene von Versammlungen kollektive und dabei v.a. öffentlichkeitswirksame Partizipationsprozesse innerhalb alternativer und relativ stabiler Organisationszusammenhänge wie z.B. soziale Bewegungen oder nichtstaatliche Organisationen oder im Rahmen von eher flüchtigen Protest- und Mobilisierungszusammenhängen z.B. Demonstrationen oder Besetzungen. Auf der (Mikro-)Ebene einfacher Interaktionssysteme verweist der Begriff drittens auf vielfältige Formen von (zum Großteil individuellem) Medienaktivismus gerade im Bereich der neuen Medien.

Durch die Internetkommunikation hat sich nun die Idee eines dezentralen Kommunikationsnetzwerkes verwirklicht, das von Akteuren der Zivilgesellschaft getragen und als Medium ihrer Selbstorganisation verstanden werden kann. Unternehmen und Regierungen sind aktuell mit einer Vielzahl von kritischen Teilöffentlichkeiten konfrontiert, die in ihrer Funktionsweise hauptsächlich auf digitale Kommunikation rekurrieren. Grundsätzlich können Internetanwendungen mehrere Funktionen für die Konstituierung von Gegenöffentlichkeiten einnehmen – allen voran ein weitreichendes Mobilisierungspotenzial, auf das die Weltöffentlichkeit erstmals insbesondere durch die Proteste gegen die WTO-Konferenz in

Seattle im Dezember 1999 oder aktuell wirkmächtig bei den kommunikativen Ergebnissen um den so genannten Arabischen Frühling 2010/11 aufmerksam wurde. Neben den verschiedenen Protest-, Subversions- und Kollaborationsformen erleichtern die neuen Internetanwendungen v.a. die öffentliche Artikulation der Akteure aus dem Spektrum der Gegenkultur. (Vgl. im Überblick Wimmer 2008) So sind seit dem Ende der 1990er Jahre zahlreiche Onlineformate, wie z.B. die Publikations- und Diskursplattform Indymedia oder die Kampagnenplattformen Avaaz oder Campact, entstanden, die die Funktionen der früheren alternativen und bewegungsnahen Medien übernehmen und in einem digitalen Zeitalter weiterführen.

Der fundamentale gesellschaftliche Bedeutungsverlust der Alternativpresse im Verlauf der 1980er Jahre scheint damit überwunden. Entsprechend ist Öffentlichkeit nun durch eine Vielzahl subpolitischer Arenen und deren themenspezifische Diskurse gekennzeichnet. Nicht-etablierte politische Organisationen, wie gerade NGOs und soziale Bewegungen oder auch Medienaktivisten und ihre Onlineformate, wie z.B. Netzpolitik.org oder Wikileaks, können dabei zentrale Öffentlichkeitsfunktionen von den klassischen politischen Organisationen und Akteuren übernehmen. Diese gesellschaftspolitische Entwicklung kann den Kommunikationserfolg solcher Akteure enorm fördern, wenn diese die sich neu ergebenden Möglichkeiten nutzen. Die im Kontext von Gegenöffentlichkeit beanspruchten Partizipations- und Diskursivitätsansprüche sind streng genommen allerdings bereits in dem von Habermas skizzierten Öffentlichkeitsbegriff der Aufklärung enthalten, wobei aber verkannt wird, dass spezifische Teilöffentlichkeiten aus dem gesellschaftlichen Diskurs kommunikativ sowohl strukturell als auch subjektiv ausgeschlossen sind.[7] (Vgl. ausführlich Wimmer 2007: 173ff.) »Eigene« bzw. »alternative« Kommunikationsmedien dienen diesen Gruppen als Sprachrohr. Die von den klassischen journalistischen Leitmedien als nicht eingelöste empfundene Öffentlichkeits-

7 | Coleman/Ross (2010: 154) benennen diesen Umstand als »glaring paradox of contemporary democracies«: Obwohl das Publikum mehr denn je kommunikative und mediale Möglichkeiten besitzt, um »question their rulers; challenge official information; contribute to mainstream media; produce their own media and speak for themselves«, belegen empirische Studien eine Art Medienverdrossenheit – »feeling distant from elites; ignored by the media; unheard by representatives; constrained in public speech and utterly frustrated by the promises of democracy.«

funktion soll durch den Aufbau eigener Medien und durch kommunikative Vernetzung ausgeglichen werden. Diese Prämisse gilt mehr denn je, denn im Kontext der zunehmenden Privatisierung und Ökonomisierung der Medienstrukturen können aktuelle Öffentlichkeitsstrukturen auch im Internet gesellschaftliche Teilhabe nicht umfassend gewährleisten. (Vgl. Wimmer 2012a) So kommt beispielsweise den Bürgermedien des prädigitalen Zeitalters wie z.B. Freien Radios oder Offenen Kanälen weiterhin eine zentrale Rolle bei der Verwirklichung des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung in Massenmedien zu, auch wenn sie genauso wie die etablierten Massenmedien der drückenden Konkurrenz durch das Social Web ausgesetzt sind.

5. Digitale Partizipation, (Gegen-)Öffentlichkeiten und Demokratie

Die aktuelle Beschäftigung mit digitalen Öffentlichkeiten zeichnet sich durch einen analytisch differenzierteren Blick auf politische Partizipation in und durch digitale Kommunikationsmedien aus, die sich dadurch von den stark normativ geprägten vorhergehenden Debatten abgrenzt (z.B. Fenton 2012). Implizit machen aktuelle Studien in diesem Forschungsgebiet zwei Aspekte deutlich. Zum einen ist es die inhaltliche Erkenntnis, dass die neuen Partizipationsmöglichkeiten nicht per se demokratisch oder gar emanzipativ wirken, da sie genauso auch von reaktionären und demokratiefeindlichen Gruppierungen genutzt werden. Ein plastisches Beispiel ist gegenwärtig die auf den ersten Blick sehr modern und jugendlich wirkende so genannte Identitäre Bewegung – eine rechtsextreme Jugendbewegung, die europaweit Ableger besitzt.[8] Zum anderen ist es der Verweis auf die hinter der vordergründigen normativen Diskussion medialer Partizipation stehende nicht nur analytische, sondern auch methodologische Problematik, inwieweit man die zunehmende Komplexität des Medienwandels – der sich auch in der Transnationalisierung interpersonaler, gruppenbezogener und öffentlicher Kommunikation ausdrückt – und der dazugehörigen Alltagspraktiken der Bürger in ihren Bedeutungskon-

8 | Vgl. z.B. Brücken 2013, http://www.spiegel.de/schulspiegel/wissen/identitaere-rechtsextreme-islamfeinde-machen-auf-jugendbewegung-a-880400.html.

texten – z.B. im Rahmen medienethnographischer Studien – überhaupt nachvollziehen kann.

Eine Synopse privater, gruppenbezogener und öffentlicher Kommunikationspraktiken im Internet kann natürlich nur einen Bruchteil der vielen verschiedenen politischen Beteiligungs- und Protestformen wiedergeben, verweist aber klar auf drei weiterführende Prozesse: Einerseits entstehen im Rahmen der Mediatisierung von Partizipation und Protest nicht nur digitale Abbilder realweltlicher Partizipationskommunikation, wie z.B. erfolgreiches zivilgesellschaftliches Agenda Building im Social Web durch YouTube-Videos, wie 2012 prominent im Falle der ACTA-Debatte. Andererseits entstehen gleichzeitig gänzlich neue Formen von Gegenöffentlichkeit und Protest, wie z.B. virtuelle Sit-Ins in Online-Spielwelten.[9]

Mit beiden Prozessen einher geht drittens die Bedeutungszunahme sowohl des Subpolitischen als auch des Subkulturellen im Rahmen der Konstituierung von Öffentlichkeit, die sowohl integrative als auch anomische Folgen für die politische Öffentlichkeit insgesamt besitzen. Eine Vermischung von Politik, Unterhaltung und anderen Formen von Populärkultur war im Bereich politischer Kommunikation zwar schon immer zu beobachten. So kommt aus struktureller Perspektive Saxer (2007) zu dem Schluss, dass sich politische Öffentlichkeit immer mehr zu einer Unterhaltungsöffentlichkeit entwickelt und Politainment zu einer zentralen Strategie politischen Handelns avanciert. Aber auch aus Akteursperspektive stellen in der Gegenwart mediale Unterhaltungsangebote und die darin stattfindende Politikdarstellung und -vermittlung wie z.B. Unterhaltungsserien wie Lindenstraße, Kinofilme wie Die Tribute von Panem oder Satireformate wie The Daily Show zunehmend eine Quelle für Informationen über die politische Umwelt dar und sind damit ernst zu nehmen für die Vermittlung und Aneignung politischer Kommunikation und damit in der Öffentlichkeitsforschung analytisch zu berücksichtigen (vgl. z.B. van Zoonen 2005). Einige Autoren wie z.B. Klaus (2006) gehen noch einen Schritt weiter und postulieren, dass heutzutage die neuen Formen von Unterhaltungsöffentlichkeiten, wie z.B. der European Song Contest, einen stärkeren Beitrag zur Schaffung von (transnationaler) Öffentlichkeit leisten als die verschiedenen Formen traditioneller politischer Kommunikation und journalistischer Berichterstattung der Massenmedien, die bisher im Fokus kommunikationswissenschaftlicher Forschung standen.

9 | Vgl. z.B. Abalieno 2005, http://www.cesspit.net/drupal/ node/491.

Diese Thesen scheinen in Zeiten des Internets aktueller denn je zu sein, wenn man sich die Popularität bestimmter Unterhaltungsformate im Social Web vor Augen führt. Ein Beispiel dafür ist die explizite Verfremdung moderner Populärkultur mit politischen Inhalten und Intentionen oder vice versa durch Internetnutzer. Hartley (2010) verweist beispielsweise auf das im Wahlkampf ungeheuer populäre Beispiel ironisierender Videos, in denen US-amerikanische Präsidentschaftskandidaten auf den ersten Blick als Straßentänzer agieren. Diese Videos würden zwar im Rahmen von Anschlusskommunikation oft weitergeleitet und kommentiert werden, allerdings aber auf lange Sicht Politikverdrossenheit stärken, was Hartley u.a. zu der Bezeichung »Silly Citizenship« veranlasst.

Ein anderes Beispiel, das die zum Teil dysfunktionale Verbindung von Online-Unterhaltungskultur mit politischen Kontexten exemplarisch verdeutlicht, ist im Frühjahr 2013 die für kurze Zeit auf sozialen Netzwerkdiensten länderübergreifend und rege geführte Debatte um die Nominierung einer Südtiroler Rockband namens Frei.Wild für den deutschen Musikpreis Echo. Nachdem mehrere Künstler, darunter die deutsche Band Mia, rechtsextremes Gedankengut anprangerten und sich erfolgreich für den Ausschluss dieser Band aussprachen, bombardierten Frei.Wild-Fans regelrecht die Social-Media-Kanäle der Kritiker mit ihren Kommentaren und Beschimpfungen (Stichwort Shitstorm). Allerdings bemerkten sie nicht, dass es aufgrund einer Namensgleichheit u.a. die falschen Adressaten traf – ironischerweise die britische Sängerin M.I.A., die sich aufgrund ihrer Herkunft für die Rechte von Migranten einsetzt.[10]

Wenn man einen Blick in die Zukunft wirft, erscheint es zumindest plausibel, anzunehmen, dass digitale Formen von Gegenöffentlichkeit, Protest und Partizipation in Deutschland insgesamt eine Professionalisierung erleben werden. Themenübergreifende Online-Kampagnennetzwerke wie Campact oder Avaaz stellen hier einen wichtigen, da publikumswirksamen Entwicklungsschritt dar. Diese Beteiligungsplattformen initiieren in vergleichsweise kurzer Zeit Protest-Kampagnen und Online-Petitionen zu verschiedensten Themen. Ein idealtypisches Beispiel für diese Form von mobilisierenden Gegenöffentlichkeit ist die Kampagne KONY 2012. (Vgl. ausführlich Wimmer 2014) Um die Internetnutzer auf

10 | Vgl. Frickel 2013, http://www.focus.de/digital/internet/facebook/nach-echo-eklat-um-rechtsrock-band-frei-wild-fans-starten-shitstorm-gegen-die-falsche-band_aid_935587.html

emotionaler Ebene zu erreichen, nutzt die dahinterstehende NGO Invisible Children das Internet in seiner Funktion als »Mitmach-Web« und gestaltet so auch den politischen Aktivismus generell ein Stück weit neu. Ein knapp 30-minütiger Film der NGO, der neben dem Akquirieren von Spendengeldern und Unterstützern vor allem die Bekanntmachung der Organisation und des Sachverhalts zum Ziel hatte, kann besser als eine Art »virales Marketing« denn als Gegenöffentlichkeit charakterisiert werden. Dies liegt darin begründet, dass ein Großteil der Menschen, die sich das Video anschauten, dies primär tat, da sie im Rahmen von Anschlusskommunikation von anderen Nutzern darauf aufmerksam gemacht wurden. (Vgl. Hack/Schumann 2011) Der Umstand einer überaus großen journalistischen Aufmerksamkeit und Publikumsresonanz kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass diese Kampagne eine Aufmerksamkeitswelle war, die im Grunde genauso schnell wieder verschwand, wie sie aufgetaucht war.

Es ist damit zu rechnen, dass ein größeres Aufkommen und ein längeres Fortbestehen solcher viraler Protestaktivitäten (Stichwort: Permanent Campaigning) es zukünftig erschweren werden, eine notwendige öffentliche Beachtung zu finden. Problematisch an dieser Entwicklung ist aus aufmerksamkeitsökonomischer Perspektive, dass derartige Partizipationskommunikation mit steigendem Aufkommen auf Dauer weniger öffentliche Relevanz zugesprochen werden könnte als es jetzt noch der Fall ist. Letztendlich könnten damit die Sachfragen an Wert verlieren und Darstellungspolitik wie Aufmerksamkeitsmanagement noch mehr an Relevanz gewinnen. Demokratietheoretisch ist zu befürchten, dass die Ernsthaftigkeit der Beteiligung an vielen digitalen Protestaktivitäten nicht immer gegeben ist (Stichwort: Silly Citizenship), aber nichtsdestotrotz politische Wirkmächtigkeit erfahren kann. Ein Beispiel, wie man produktiv mit diesem Krisensymptom öffentlicher Kommunikation umgehen kann, gibt die US-amerikanische Administration. Als offizielle Antwort auf eine von knapp 35.000 Bürgern unterstützte Online-Petition für den realen Nachbau des Todessterns aus dem Kinofilm Star Wars, veröffentlichte der Leiter der Wissenschafts- und Weltraumabteilung des Weißen Hauses eine Botschaft, die mit Star War-Referenzen durchsetzt war, um die *Netizens* des digitalen Zeitalters zur wirklichen Partizipation zu motivieren:

»If you do pursue a career in a science, technology, engineering or math-related field, the Force will be with us! Remember, the Death Star's power to

destroy a planet, or even a whole star system, is insignificant next to the power of the Force.«[11]

Literaturverzeichnis

Baringhorst, Sigrid (2012): »Bürger als ›Produser‹ – Politische Beteiligung von Konsumentenbürgern im Social Web«, in: Klaus Lutz/Eike Rösch/Daniel Seitz (Hg.): Partizipation und Engagement mit Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik, München: kopaed, S. 63-80.

Beetz, Michael (2005): Die Rationalität der Öffentlichkeit, Konstanz: UVK.

Brüggemann, Michael/Hepp, Andreas/Kleinen von Königslöw, Katharina/Wessler, Hartmut (2009): »Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsstand und Perspektiven«, in: Publizistik 54 (3), S. 391-414.

Bruns, Axel (2009): »Produtzung. Von medialer zu politischer Partizipation«, in: Christoph Bieber/Martin Eifert/Thomas Groß/Jörn Lamla (Hg.), Soziale Netze in der digitalen Welt: Das Internet zwischen egalitärer Teilhabe und ökonomischer Macht, Frankfurt a.M.: Campus, S. 65-86.

Calhoun, Craig (Hg.) (1992): Habermas and the Public Sphere, Cambridge, Mass.: MIT Press.

Castells, Manuel (2007): »Communication, Power and Counter-Power in the Network Society«, in: International Journal of Communication 1, S. 238-266.

Castells, Manuel (2008): »The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance«, in: The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 616 (1), S. 78-93.

Coleman, Stephen/Ross, Karen (2010): The Media and the Public: »Them« and »Us« in Media Discourse. Communication in the Public Interest, Malden, Mass.: Wiley-Blackwell.

Couldry, Nick/Livingstone, Sonia/Markham, Tim (2007): Media Consumption and Public Engagement, London: Palgrave Macmillan.

Dahlgren, Peter (2004): »Theory, Boundaries and Political Communication. The Uses of Disparity«, in: European Journal of Communication 19 (1), S. 7-18.

11 | Shawcross 2013, https://petitions.whitehouse.gov/response/isnt-petition-response-youre-looking.

Dahlgren, Peter (2005): »The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation«, in: Political Communication 22, S. 147-162.

Dahlgren, Peter (2006): »Doing citizenship: The cultural origins of civic agency in the public sphere«, in: European Journal of Cultural Studies 9 (3), S. 267-286.

Dutton, William H. (2009): »The Fifth Estate Emerging through the Network of Networks«, in: Prometheus 27 (1), S. 1-15.

Fenton, Natalie (2012): »The Internet and Radical Politics«, in: James Curran/Natalie Fenton/Des Freedman (Hg.), Misunderstanding the Internet, London: Routledge, S. 149-176.

Friedland, Lewis/Hove, Thomas/Rojas, Hernando (2006): »The Networked Public Sphere«, in: Javnost – The Public 13 (4), S. 5-26.

Fuchs, Christian (2013): »Social media and capitalism«, in: Tobias Olsson (Hg.), Producing the internet: Critical perspectives of social media, Nordicom, Göteborg, S. 25-44.

Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze (WZB Discussion Paper, FS III 90-101), Berlin.

Gerhards, Jürgen/Schäfer, Mike (2010): »Is the Internet a Better Public Sphere? Comparing Old and New Media in the USA and Germany«, in: New Media & Society 12 (1), S. 143-160.

Habermas, Jürgen (1989): The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society, Cambridge, Mass.: MIT Press.

Habermas, Jürgen (1990 [1962]): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtstaats, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1998): Die postnationale Konstellation. Politische Essays, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (2008): »Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie«, in: Ders.: Ach, Europa, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 138-191.

Hack, Timmy/Schumann, Christina (2011): »Die Diffusion von Online-Videos im Rahmen viraler Kommunikation. Eine empirische Analyse

zu einem innovativen Kommunikationsweg«, in: Jens Wolling/Andreas Will/Christina Schumann (Hg.), Medieninnovationen, Konstanz: UVK, S. 265-283.

Hartley, John (2010): »Silly Citizenship«, in: Critical Discourse Studies 7 (4), S. 233-248.

Imhof, Kurt (2003): »Öffentlichkeitstheorien«, in: Günter Bentele/Hans-Bernd Brosius/Otfried Jarren (Hg.), Öffentliche Kommunikation, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 193-209.

Jenkins, Henry (2010): »Civic Media: A Syllabus«, http://civic.mit.edu/blog/henry/civic-media-a-syllabus, eingesehen am 01.03.2013.

Jenkins, Henry/Purushotma, Ravi/Weigel, Margaret/Clinton, Katie/Robison, Alice (2009): Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century, Cambridge: MIT Press.

Klaus, Elisabeth (1998): »Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess«, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hg.), Kommunikation und Revolution, Zürich: Seismo, S. 131-149.

Klaus, Elisabeth/Wischermann, Ulla (2008): »Öffentlichkeit als Mehr-Ebenen-Prozess. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde am Beispiel der Frauenbewegung um 1900«, in: Zeitschrift für Frauenforschung und Geschlechterstudien 3/4, S. 103-116.

Kleinsteuber, Hans J. (2000): »Öffentlichkeit und öffentlicher Raum«, in: Werner Faulstich/Kurt Hickethier (Hg.), Öffentlichkeit im Wandel. Neue Beiträge zur Begriffsklärung, Bardowick: Wissenschaftler-Verlag, S. 34-47.

Kleinsteuber, Hans J. (2001): »Habermas and the public sphere. From a German to a European perspective«, in Javnost – the Public 8 (1), S. 95-108.

Krotz, Friedrich (1998): »Öffentlichkeit aus Sicht des Publikums«, in: Otfried Jarren/Friedrich Krotz (Hg.): Öffentlichkeit unter Vielkanalbedingungen, Baden-Baden: Nomos, S. 95-117.

Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Langenbucher, Werner (2003): »Einleitende Überlegungen«, in: Werner Langenbucher (Hg.), Die Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft. Die demokratischen Funktionen eines Grundrechts, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 7-22.

Lingenberg, Swantje (2010): »Mediatisierung und transkulturelle Öffentlichkeiten: Die Aneignung des Politischen im Kontext multi-lokaler

und mobiler Lebenswelten«, in: Maren Hartmann/Andreas Hepp (Hg.), Die Mediatisierung der Alltagswelt, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 143-158.

Lingenberg, Swantje (2014): »Mobilisiert-mediatisierte Lebenswelten und der Wandel des öffentlichen Raums«, in: Jeffrey Wimmer/Maren Hartmann (Hg.): Medienkommunikation in Bewegung: Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. Wiesbaden: VS, S. 69-86.

Lunt, Peter/Livingstone, Sonia (2013): »Media Studies' Fascination with the Concept of the Public Sphere: Critical Reflections and Emerging Debates«, in: Media, Culture & Society 35 (1), S. 87-96.

Marcinkowski, Frank (2001): »Politische Kommunikation und politische Öffentlichkeit. Überlegung zur Systematik einer politikwissenschaftlichen Kommunikatorforschung«, in: Frank Marcinkowski (Hg.), Die Politik der Massenmedien, Köln: Halem, S. 237-256.

Negroponte, Nicolas (1996): Being Digital, London: Coronet books.

Neuberger, Christoph (2009): »Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs«, in: Christoph Neuberger/Christian Nuernbergk/Melanie Rischke (Hg.), Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 19-105.

Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2007): »Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration.«, in: Media Perspektiven 2, S. 96-112.

Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2009): »›Googleisierung‹ oder neue Quellen im Netz? Anbieterbefragung III: Journalistische Recherche im Internet«, in: Christoph Neuberger/Christian Nuernbergk/Melanie Rischke (Hg.), Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 295-334.

Papacharissi, Zizi (2002): »The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere«, in: New Media & Society 4 (1), S. 9-27.

Pariser, Eli (2011): The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You, London: Viking.

Peters, Bernhard (1994): »Der Sinn von Öffentlichkeit«, in: F. Neidhardt (Hg.), Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34), Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 42-76.

Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. Herausgegeben von Hartmut Wessler, mit einem Vorwort von Jürgen Habermas, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Rethemeyer, Karl. (2007): »The Empires Strike Back: Is the Internet Corporatizing Rather than Democratizing Policy Processes?«, in: Public Administration Review 67 (2), S. 199-215.

Schmidt, Jan-Hinrik (2009). Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Konsequenzen des Web 2.0. Konstanz: UVK.

Schweiger, Wolfgang/Weihermüller, Miriam (2008): »Öffentliche Meinung als Online-Diskurs – ein neuer empirischer Zugang«, in: Publizistik 53, S. 535-559.

Sunstein, Cass (2001): »The Daily We. Is the Internet Really a Blessing for Democracy?«, in: Boston Review, http://bostonreview.net/BR26.3/sunstein.php, eingesehen am 15.11.2013.

Wallner, Cornelia/Adolf, Marian (2014): »Räume und Kontexte öffentlicher Kommunikation«, in: Jeffrey Wimmer/Maren Hartmann (Hg.): Medienkommunikation in Bewegung: Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. Wiesbaden: VS, S. 87-101.

Wimmer, Jeffrey (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Wimmer, Jeffrey (2008): »Gegenöffentlichkeit 2.0: Formen, Nutzung und Wirkung kritischer Öffentlichkeiten im Social Web«, in: Ansgar Zerfaß/Martin Welker/Jan Schmidt (Hg.), Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik, Publizistik, Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 210-230.

Wimmer, Jeffrey (2011): »Zwischen Subjekt und System. Politische Öffentlichkeit als multidimensionaler Kommunikationsprozess und Mehrebenenphänomen«, in: Thorsten Quandt/Bertram Scheufele (Hg.): Ebenen der Kommunikation. Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag, S. 163-191.

Wimmer, Jeffrey (2012): »Partizipation und Bürgermedien«, in: Klaus Lutz/Eike Rösch/Daniel Seitz (Hg.), Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik, München: kopaed, S. 53-62.

Wimmer, Jeffrey (2014): »Zwischen Fortführung, Transformation und Ablösung des Althergebrachten. Politische Partizipationskulturen im Medienalltag am Fallbeispiel KONY 2012«, in: Ralf Biermann/Johannes

Fromme,/Dan Verständig (Hg.): Partizipative Medienkulturen. Positionen und Untersuchungen zu veränderten Formen öffentlicher Teilhabe. Wiesbaden: VS Verlag, S. 49-68.

Winter, Carsten (1993): »Kulturelle Öffentlichkeiten? Kritik des Modells bürgerlich-liberaler Öffentlichkeit«, in: Werner Faulstich (Hg.), Konzepte von Öffentlichkeit, Bardowick: Wissenschaftler-Verlag, S. 29-46.

Zimmermann, Harro (2000): »Kommunikationsmedien und Öffentlichkeit. Strukturen und Wandel«, in: Klaus Neumann-Braun/Stefan Müller-Doohm (Hg.), Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien (= Grundlagentexte Soziologie), Weinheim/München: Juventa, S. 41-54.

Website-Verzeichnis

Abalieno (2005): »These Screenshots Are Worth a Ban!«, in: http://www.cesspit.net/drupal/ node/491, eingesehen am 12.02.2013.

Brücken, Timo (2013): »Rechte Jugendbewegung ›Identitäre‹: Flashmob der Islamhasser«, in: Der Spiegel, http://www.spiegel.de/schulspiegel/wissen/identitaere-rechtsextreme-islamfeinde-machen-auf-jugendbewegung-a-880400.html, eingesehen am 12.02.2013.

Frickel, Claudia (2013): »Shitstorm der Frei.Wild-Fans gegen falsche Band«, in: Focus, http://www.focus.de/digital/internet/facebook/nach-echo-eklat-um-rechtsrock-band-frei-wild-fans-starten-shitstorm-gegen-die-falsche-band_aid_935587.html, eingesehen am 12.02.2013.

Shawcross, Paul (2013): »This Isn't the Petition Response You're Looking For«, https://petitions.whitehouse.gov/response/isnt-petition-response-youre-looking, eingesehen am 12.02.2013.