

Stefan Hauser, Roman Opiłowski, Eva L. Wyss (Hg.)

ALTERNATIVE ÖFFENTLICHKEITEN

Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing
und Vergemeinschaftung

[transcript] Edition Medienwissenschaft

Aus:

Stefan Hauser, Roman Opilowski, Eva L. Wyss (Hg.)

Alternative Öffentlichkeiten

Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung

Juli 2019, 320 S., kart., Dispersionsbindung, 42 SW-Abbildungen

29,99 € (DE), 978-3-8376-3612-3

E-Book:

PDF: 26,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-3612-7

Mediale Kommunikation entwickelt und verändert sich ständig. Mit der Verbreitung und Ausdifferenzierung der sozialen Medien geht ein Strukturwandel der öffentlichen Kommunikation einher: Es bilden sich neue Handlungsspielräume, die alternative Öffentlichkeiten und neuartige Formen des (Mit-)Teilens und der Teilhabe ermöglichen. Diese Veränderungen betreffen sowohl die politische wie auch unterschiedliche Formen privater und kommerzieller Kommunikation.

Der Band greift aktuelle Fragen der Medienentwicklung auf und führt die laufende medienlinguistische sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Diskussion auf theoretischer und empirischer Ebene weiter.

Stefan Hauser (Prof. Dr. phil.) ist Leiter des Zentrums Mündlichkeit an der Hochschule Zug (CH).

Roman Opilowski (Dr. habil.) ist Leiter der Forschungsstelle für Medienlinguistik am Institut für Germanistik an der Universität Wrocław (Polen).

Eva L. Wyss (Prof. Dr. phil.) ist Universitätsprofessorin für deutsche Sprachwissenschaft und Sprachdidaktik an der Universität Koblenz-Landau.

Weiteren Informationen und Bestellung unter:
www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3612-3

Inhalt

Alternative Öffentlichkeiten in sozialen Medien – einleitende Anmerkungen

Stefan Hauser, Roman Opiłowski und Eva L. Wyss | 7

Diskurspragmatische Perspektiven auf neue Öffentlichkeiten in Webforen

Steffen Pappert und Kersten Sven Roth | 19

Medien, Wahrnehmung, Öffentlichkeit

Wahrnehmungs-Gemeinschaften und deren Interaktion als Gegenstand
der Medienlinguistik

Gerd Antos | 53

Medien als Schutz vor Interaktionen

Ruth Ayaß | 81

Kollektive Trauer 2.0 zwischen Empathie und Medienkritik: Ein Fallbeispiel

Konstanze Marx | 109

Der #MeToo-Protest

Diskurswandel durch alternative Öffentlichkeit

Birte C. Gnau und Eva L. Wyss | 131

Meso-Kommunikation zwischen Stadt/Netz: Zur Struktur alternativer Kommunikationswege

Christine Domke | 167

Webvideos als Medien öffentlicher Wissenschaft

Eine exemplarische Analyse audiovisueller Strategien
der Wissenschaftskommunikation

Thomas Metten | 191

Formen der Partizipation *online*

Dissens in der Leserrezension

Françoise Hammer | 219

Thematische Felder in deutschen und polnischen Online-Kommentaren zum Terroranschlag in Nizza im Juli 2016

Roman Opilowski | 237

Sprache-Bild-Kommunikation in Imageboards

Das Internet-Meme als multimodaler Kommunikationsakt
in alternativen Öffentlichkeiten

Andreas Osterroth | 269

Kundenbeschwerden in der digitalen Öffentlichkeit als Form des Widerstands – am Beispiel des Facebookauftritts von Vodafone

Nadine Rentel | 287

Autorinnen und Autoren | 315

Alternative Öffentlichkeiten in sozialen Medien – einleitende Anmerkungen

Stefan Hauser, Roman Opilowski, Eva L. Wyss

Mit der rasanten Entwicklung und Ausdifferenzierung der Kommunikationsmöglichkeiten in den sozialen Medien geht ein Strukturwandel der öffentlichen und privaten Kommunikation einher, der nicht nur für die Mediennutzenden selbst weitreichende Folgen hat, sondern auch verschiedene theoretisch-analytische Herausforderungen mit sich bringt. Die aktuell beobachtbaren »Verschiebungen in der Tektonik von Öffentlichkeit« (Hahn et al. 2015, 13) stellen einen äußerst vielschichtigen und kontrovers diskutierten Themenkomplex dar und entsprechend drängt sich die theoretisch anspruchsvolle Frage (erneut) auf, was Öffentlichkeit eigentlich ist. Wie die lebhafteste Diskussion zeigt, wird die Frage auf höchst unterschiedliche Art und Weise beantwortet, was mit den »praktischen Interessen, theoretischen Fragen und systematischen Imperativen« (Kohler 2011, 1664) von Akteuren verschiedener diskursiver Felder erklärbar ist. Einigkeit besteht aber zumindest darin, dass sich mit der Verbreitung einer stetig wachsenden Anzahl an Social-Software-Anwendungen die Mediennutzungs- sowie Kommunikationsformen in fast allen gesellschaftlichen Bereichen grundlegend verändert haben. Die zunehmende Vernetztheit und der Anstieg der mobilen Mediennutzung tragen dazu bei, dass sich neue Handlungsspielräume eröffnen, die neuartige Formen der Partizipation an Öffentlichkeit ermöglichen.

Die folgenden Überlegungen basieren auf zwei Annahmen, nämlich dass Öffentlichkeit stets Bestandteil sozialer Praktiken (gewesen) ist und dass sich die Praxis des Öffentlichen in der modernen Gesellschaft jeweils auch in Abhängigkeit von den medialen Bedingungen zeigt, denen sie unterliegt (vgl. Wagner 2013, 54). Aus einer solchen, an den Praktiken interessierten Perspektive stellt sich die Frage, wie und mit welchen Folgen heute (d.h. unter den Bedingungen der Digitalisierung) Öffentlichkeit hergestellt wird und wie sich digitale und nicht-digitale Verfahrensweisen der Herstellung von Öffentlichkeit zueinander verhalten. In diesem Kontext ist auch von Interesse, welche neuen und alten sozialen Praktiken sich in digitalen Öffentlichkeiten beobach-

ten lassen. Mit Bezug auf das öffentlichkeitskonstitutive Potential von sozialen Medien, auf die das Hauptaugenmerk hier gerichtet werden soll, lassen sich also auf einer allgemeinen Ebene zwei komplementäre Blickrichtung unterscheiden: Was machen die Menschen mit den sozialen Medien und was machen die sozialen Medien mit den Menschen?

Wer sich einen Überblick über die verschiedenen Öffentlichkeitsmodelle verschaffen möchte, die in der aktuellen Theoriedebatte bedeutsam sind, wird sich bald mit einem »Überangebot an konzeptionellen Schwerpunktsetzungen« (Wimmer 2007, 37) konfrontiert sehen. Auch für Wagner (2013) präsentiert sich Öffentlichkeit in theoretischer Hinsicht als »unterbestimmter Imaginationsraum« (ebd., 49). Dies hat sich in jüngerer Zeit dadurch noch akzentuiert, dass die Zielfolie der Öffentlichkeitsforschung einem beschleunigten Wandel unterliegt, was mit Adolf (2015, 59) zur Frage führt: Wonach suchen wir (heute), wenn wir nach Öffentlichkeit suchen? Trotz teilweise fundamental verschiedener Auffassungen von Öffentlichkeit scheint zumindest in einer Hinsicht weitgehende Einigkeit zu bestehen, nämlich dass Öffentlichkeit als ein komplexes Phänomen zu verstehen sei, dem letztlich nur eine mehrperspektivische Herangehensweise gerecht werden kann:

Wer die Frage – was ist das eigentlich: Öffentlichkeit? – sachgemäß beantworten will, der merkt bald, dass die durch den einen, umfassenden Ausdruck geweckte Erwartung, auf so etwas wie einen einzigen Kerngedanken zu stoßen, falsch ist; zu komplex ist das durch das Wort erschlossene Feld inhaltlicher Bezüge. (Kohler 2011, 1663)

Für die Vielfalt und Uneinheitlichkeit der verschiedenen Öffentlichkeitskonzeptionen sind unterschiedliche Faktoren ausschlaggebend: Erstens machen sich in der Modellierung von Öffentlichkeit sehr deutlich die disziplinären Schwerpunktsetzungen und Erkenntnisinteressen bemerkbar. Zweitens ist eine deutliche Divergenz beobachtbar hinsichtlich der Frage, wie die normative Aufladung des Öffentlichkeitsbegriffs zu konstatieren ist. Dies macht sich insbesondere in demokratietheoretischen Konzeptionen bemerkbar, wo Öffentlichkeit als emphatischer Begriff und als politische Forderung verwendet wird (vgl. dazu Jarren/Donges 2011, 96). Drittens spielen in fast allen Öffentlichkeitstheorien die publizistischen Massenmedien eine wichtige Rolle. So hält Münker (2009) fest, dass Medien »konstitutive Bedingungen für die notwendigen Selbstgespräche von Gesellschaften ebenso wie kontinuierliche Anlässe für gesellschaftliche Streitgespräche« (ebd., 29) sind. Ausgehend von dieser traditionellen Rolle des Journalismus für die Herstellung von (politischer) Öffentlichkeit wird heute vermehrt auch die Bedeutung der sozialen Medien – insbesondere die zunehmende Vermischung von massenmedialer und interpersonaler Kommunikation – ins Zentrum öffentlichkeitstheoretischer Überlegungen gestellt (vgl. Bonfadelli 2010, 138).

Ähnlich vielfältig wie die theoretischen Konzeptionen von Öffentlichkeit präsentieren sich auch die Begrifflichkeiten im Bereich der »neuen« Medien. So ist von online-Kommunikation und von digitaler Kommunikation die Rede, aber auch von Web 2.0 und von den sozialen Medien etc. Für die vorliegenden Überlegungen wird der – zugegebenermaßen eher schillernde – Begriff der sozialen Medien verwendet. Dabei gilt es zu beachten, dass die Begriffe »Web 2.0« und »soziale Medien« (social media) im allgemeinen Sprachgebrauch oft als bedeutungsgleich behandelt werden, obwohl sie andere Aspekte eines ganzen Bündels von Phänomenen und Neuentwicklungen in den Vordergrund rücken.¹ Während in der Bezeichnung »Web 2.0« der Vorstellung eines klar identifizierbaren qualitativen Sprungs in der Entwicklung der digitalen Medien Ausdruck gegeben wird, vermeidet der Begriff »soziale Medien« die Assoziation eines abgrenzbaren Entwicklungssprungs beziehungsweise eines Systemwechsels. Der Plural »soziale Medien« verweist zudem darauf, dass mit dem Begriff eine Reihe ganz unterschiedlicher Gattungen zusammengefasst wird. Soziale Medien soll im Folgenden als ein Sammelbegriff verwendet werden »für bestimmte Angebote und Formen digital vernetzter Medien, die das onlinebasierte Bearbeiten und Veröffentlichen von Inhalten aller Art sowie die Beziehungspflege und den Austausch zwischen Menschen erleichtern« (Schmidt 2013, 16).

Auch den in diesem Sammelband verwendeten Begriff der alternativen Öffentlichkeiten gilt es theoretisch zu verorten. In Abgrenzung zur Habermas'schen Vorstellung einer bürgerlichen Öffentlichkeit sind verschiedene andere Konzeptionen entworfen worden, etwa die Idee einer proletarischen Öffentlichkeit (vgl. Negt/Kluge 1972). Fraser (1990) hat diese Idee aufgegriffen und eine feministische Perspektive in den Öffentlichkeitsdiskurs eingebracht. Auch mit dem Konzept »Gegenöffentlichkeit« (vgl. dazu Asen/Brouwer 2001, Wimmer 2007) wird in der Regel eine gegen eine hegemoniale Öffentlichkeit gerichtete Teilöffentlichkeit bezeichnet, die um einen spezifischen gesellschaftlichen Diskurs oder Standpunkt herum strukturiert ist (Wimmer 2007,

1 | Die aus dem Jargon von Software-Entwicklern stammende Bezeichnung »2.0« suggeriert, dass mit dem Web 2.0 eine grundlegend neue und technisch avanciertere Fassung einer Vorgängerversion vorliege. Die verschiedenen Entwicklungen, die zum Angebot des Web 2.0 geführt haben, sind jedoch nicht mit dem zeitlich klar definierbaren Übergang eines Softwareprogramms oder eines Betriebssystems zur nächsthöheren Generation vergleichbar. Zwar wurden um die Mitte der 2000er Jahre innerhalb kurzer Zeit zahlreiche neue Angebote auf den Markt gebracht, was dem Eindruck eines technisch bedingten Systemwechsels Vorschub leistete. Letztlich folgten die Entwicklungen aber dennoch nicht alle den gleichen Gesetzmäßigkeiten und sie gingen schrittweise beziehungsweise mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten über die Bühne (vgl. Schmidt 2013, 15).

13). Mit dem hier verwendeten Begriff der »alternativen Öffentlichkeit« soll eine etwas andere Nuancierung zum Ausdruck gebracht werden, als sie dem Konzept der »Gegenöffentlichkeit« zugrunde liegt: Es soll dabei weniger (bzw. nicht ausschließlich) der hegemoniale Aspekt in den Vordergrund gestellt werden, sondern eher die Tatsache, dass digitale Öffentlichkeiten auch durch nicht-institutionelle Akteure geschaffen werden können und mit teilweise anderen Produktions- und Rezeptionslogiken verbunden sind, als dies bei journalistischen Massenmedien (unter den Rahmenbedingungen des vordigitalen Zeitalters) der Fall war. Wie das Konzept der Gegenöffentlichkeit referiert auch der Begriff der alternativen Öffentlichkeit auf die Idee von Teilöffentlichkeiten. Im Unterschied zum Massenpublikum, wie es im Rahmen von Konzeptionen von Massenkommunikation etabliert ist, ist das Publikum dieser neuen Öffentlichkeiten in der Regel nicht (oder höchstens teilweise) dispers im Sinne von verstreut und unverbunden (vgl. dazu die klassische Definition von Maltzke 1963). Typischerweise bestehen auf den Plattformen sozialer Netzwerke nicht nur Beziehungen zwischen einem User und seinen Kontakten, sondern zumeist auch zwischen einzelnen Kontakten eines Users. Insofern handelt es sich bei vielen Plattformen nicht um ein disperses, sondern um ein »vernetztes Publikum« (Schmidt 2013, 27).² Dabei kann es auch zu Mischformen von ehemals getrennten Sphären kommen: Was man auch als »Influencer Marketing« bezeichnen kann, ist ein Hybrid zwischen quasi-privater (oder vielleicht besser: pseudo-privater) und kommerzieller Kommunikation.

Wie bereits angedeutet wird in der Debatte um die Neuordnung von Öffentlichkeit den sozialen Medien ein großer Einfluss auf die etablierten journalistischen Massenmedien attestiert. Entsprechend gehört es zu den vieldiskutierten Fragen, ob (und wann) das Ende des Journalismus bevorstehe. Als Tatsache unbestritten ist, dass die publizistischen Massenmedien nicht mehr über das einstige Informationsmonopol verfügen und dass ihr ehemals »exklusiver Weltbeschreibungs- und Welterklärungsanspruch« (Münker 2009, 48) massiv relativiert worden ist. Dass die gegenwärtigen Entwicklungen nicht ohne Auswirkungen auf die Ordnung von Informationen und auf das gesellschaftlich verfügbare Wissen bleiben werden, ist wohl kaum zu bestreiten. Aber ob diese Entwicklungen mit dem Ende des Journalismus einhergehen, muss vorerst noch als eine ergebnisoffene These behandelt werden. Denn angesichts der zunehmenden Zahl an verfügbaren Informationen und des Überschusses an Meinungen darf angenommen werden, dass die Orientierungsfunktion, die der Journalismus traditionellerweise übernommen hat, wohl auch in Zukunft noch gefragt sein wird. Die Aufgabe des Journalismus,

2 | Inwiefern dabei tatsächlich von einem »Publikum« die Rede sein kann, ist insofern fraglich, als es keine institutionalisierte komplementäre Rollenverteilung mehr gibt, die die Beteiligten systematisch in Anbieter und Nutzer aufteilt.

die Reduktion von Fakten wie von artikulierten Meinungen und das Herausarbeiten wichtiger Themen und Positionen, ist angesichts dieser neuen Vielfalt vielleicht sogar wichtiger denn je. Die Frage ist nur, wie groß bei den Nutzern die Bereitschaft sein wird, dafür zu bezahlen. Was das Verhältnis von publizistischer und nicht-publizistischer Kommunikation betrifft, präsentiert sich die Situation so, dass in sozialen Medien auch »klassische« Medienangebote, also journalistisch-redaktionell erstellte Inhalte, weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Wenn Nutzer auf journalistische Inhalte reagieren – etwa indem sie andere Nutzer durch Verlinken darauf aufmerksam machen oder indem sie die Inhalte bewerten (zum Beispiel durch Anklicken des »like«-Buttons oder durch verbale Kommentare) – werden publizistisch aufbereitete Angebote in die persönlichen Netzwerke getragen. Diese Form der Dissemination basiert auf Mediennutzern als wichtigen Multiplikatoren von journalistischen Inhalten (vgl. Schmidt 2013, 53).

Gleichwohl ist es unbestritten, dass zu den etablierten journalistischen Massenmedien, die in demokratiethoretischer Terminologie oft als vierte Gewalt bezeichnet werden, im digitalen Zeitalter eine so genannte fünfte Gewalt hinzugekommen ist, die aus den vernetzten Vielen besteht und zu einer eigenen öffentlichkeitswirksamen Macht geworden ist. Über die Akteure der fünften Gewalt wird oft gesagt, dass sie ein Agendasetting »von unten« betreiben: Sie publizieren auf unterschiedlichen Kanälen und erschaffen gut informierte alternative Öffentlichkeiten, treten als Medienkritiker und als Meinungskorrektiv in Erscheinung, bilden Protestgemeinschaften, machen bei Bedarf Entlarvungs- und Enthüllungsarbeit und können so politische Akteure wie auch Unternehmen in Bedrängnis bringen.

Ein weiteres Thema, das im Zusammenhang mit den gegenwärtigen Entwicklungen oft angesprochen wird, ist das sich verändernde Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit. Schulz (2011) weist in diesem Kontext darauf hin, dass sich öffentliche Kommunikation nicht nur von privater, sondern auch von vertraulicher oder geheimer Kommunikation unterscheidet. Was die Herstellung verschiedener Reichweiten von Öffentlichkeit mit und in den sozialen Medien betrifft, gilt es die nutzerseitige Bestimmung des Adressatenkreises zu erwähnen, die für verschiedene Gattungen sozialer Medien zu den Basisfunktionen gehört. So ist es bei etlichen Social-Media-Anbietern mit Hilfe von »Privatsphäreinstellungen« möglich, zu definieren, ob die veröffentlichten Inhalte nur für die eigenen bestätigten Kontakte oder uneingeschränkt, das heißt plattformweit, zugänglich sein sollen.³ Damit sind zwar gewisse techni-

3 | Eine andere Möglichkeit der nutzerseitigen Mitbestimmung des Öffentlichkeitsgrades findet sich auf YouTube, wo sich Videos aus den gängigen Suchabfragen ausschließen lassen, sodass nur diejenigen Personen auf ein bestimmtes Video Zugriff haben, die über die eindeutige Web-Adresse verfügen.

sche Optionen vorhanden, die es erlauben, die Reichweite der veröffentlichten Inhalte mitzubestimmen. Allerdings bieten die Möglichkeiten, aus den Personen seines Kontaktnetzwerks selbst definierte Gruppen zu bilden und damit unterschiedlich strukturierte persönliche Öffentlichkeiten zu gestalten nur bedingt eine Kontrolle über die Daten. Dies kann sich mit Blick auf die Persönlichkeitsrechte der Nutzer als ein weitreichendes Problemfeld erweisen. Die – auf den ersten Blick – widersprüchliche Tatsache, dass sich Internetuser einerseits Sorgen um ihre Privatsphäre im Netz machen, andererseits aber oft sehr großzügig auch potentiell heikle Informationen teilen, bezeichnen Strathoff/Lutz (2015, 205) als »Privacy Paradox«. Es ist mittlerweile allgemein bekannt, dass sich über die Kontakt- und Kommunikationsnetzwerke hinaus kommerziell relevante Aspekte der »sozialen Verortung« (Schmidt 2013, 91) generieren lassen. Indem die Nutzungsdaten an Dritte weitergegeben werden (können), ohne dass die Nutzer selbst dies kontrollieren können, wird die Selbstbestimmung der Nutzer stark tangiert. Dies wirft Licht auf ein anderes Merkmal, das man auch als generelles Partizipationsparadox bezeichnen kann: Soziale Medien bieten einerseits vielfältige Möglichkeiten, sich an gesellschaftlichen Themen zu beteiligen, andererseits verfolgen viele Anbieter sozialer Medien kommerzielle Interessen und haben eher wenig Interesse daran, die Nutzer an Entscheidungen über die Organisationsformen des Angebots mitreden zu lassen. Unter dem Aspekt der Partizipation erweisen sich soziale Medien in dieser Hinsicht zumeist nur als »einseitig offen« (Schmidt 2013, 91): Sie ermöglichen das Hochladen, Teilen und Bewerten/Kommentieren von Inhalten aller Art, aber sie sträuben sich dagegen, diese Daten auch wieder »loszulassen« (ebd.).

ZU DEN BEITRÄGEN DIESES BANDES

Die Beiträge des vorliegenden Sammelbandes sind nicht *einem* einheitlichen Konzept von alternativer Öffentlichkeit verpflichtet, sondern bilden ein Spektrum verschiedener Zugänge zum Themenfeld ab. Gemein ist den Beiträgen jedoch, dass sie von der Frage ausgehen, wie sich die jüngeren Entwicklungen der Nutzung und sprachlichen Gestaltung der »neuen« Kommunikationsmöglichkeiten auf die Tektonik von Öffentlichkeit(en) auswirken.

Im Beitrag von Steffen Pappert und Kersten Sven Roth werden vorwiegend kommunikationswissenschaftliche Öffentlichkeitsmodelle im Hinblick darauf diskutiert, inwiefern sie als theoretischer Rahmen für die linguistische Analyse von Webforen (insbesondere: Kommentarforen) geeignet sind. Dabei gehen die Autoren von der Annahme aus, dass Foren mit den digitalen sozialen Medien im engeren Sinne (Facebook, Twitter etc.) die Eigenschaft teilen, dass sich in ihnen eine neue Art der Öffentlichkeit etabliert, sie selbst also ge-

wissermaßen *Grenzgänger* zwischen den klassischen Formen von Öffentlichkeit sind. Hintergrund der angestellten Überlegungen ist ein Vorhaben, das im Sinne einer »Angewandten Diskurslinguistik«, wie sie seit einigen Jahren gefordert wird (vgl. Roth/Spiegel 2013), untersucht, inwieweit und warum in Foren Aspekte und Formen von Diskurswissen zu bestimmten Themen »sagbar« werden, die es in dieser Form weder im Face-to-Face-Gespräch noch im Rahmen massenmedialer Publikationen sind. Infrage steht also, ob die Beiträge der Online-Foren einen eigenständigen Typus von Diskursrealisationen (im Sinne von Roth 2015) darstellen. Im zweiten Teil des Beitrags wird auf der Basis eines heuristischen Modells aus drei diskurspragmatischen Bedingungsachsen skizziert, in welcher Weise die vorfindlichen Öffentlichkeitsmodelle Grundlage sein könnten für die konkrete linguistische Analyse empirischer Daten aus Kommentarforen.

Gerd Antos geht in seinem Beitrag von der Feststellung aus, dass Medienangebote schon immer Kristallisationspunkte für Gemeinschaften waren, in denen Kommunikationsvorgänge rezipiert, diskutiert, kritisiert und bewertet wurden (bis hin zur Stimulierung von Anschlusskommunikation). In Bezeichnungen wie *Fans*, *Follower*, *Beobachter*, *Kritiker* oder *Publikum* werden bestimmte Gruppen innerhalb dieser sogenannten Wahrnehmungs-Gemeinschaften auch sprachlich charakterisiert. Der Verfasser macht darauf aufmerksam, welche Rolle Wahrnehmungs-Gemeinschaften anfangs in religiöser und literarischer Kommunikation gespielt haben und wie mit dem Aufkommen der Presse eine publizistische und bildungsbürgerliche Öffentlichkeit entstanden ist. Mit den Massenmedien, vor allem aber mit den sozialen Netzwerken, haben sich Formen und Funktionen von Wahrnehmungs-Gemeinschaften zum Teil grundlegend gewandelt. Zugleich ist ihr Einfluss sowohl in und auf die Medien, aber auch auf ihre öffentliche Wahrnehmung deutlich gestiegen. Der Beitrag thematisiert drei sehr unterschiedliche Wahrnehmungs-Gemeinschaften in und außerhalb von sozialen Netzwerken, die dabei sind, zu Kristallisationspunkten und Foren für »alternative Öffentlichkeit« zu werden: Mit »Leichter Sprache« macht sich eine Selbsthilfegruppe besser wahrnehmbar. (Latente) Erregungs-Gemeinschaften werden unter anderem durch den medialen »Mob« bzw. »Pöbel« sichtbar. Der Zugang zu Big-Data-Metadaten und deren Instrumentalisierung schafft schließlich eine neue, weitgehend unsichtbare Form von alternativer Öffentlichkeit, deren Macht womöglich den Einfluss medialer Öffentlichkeit dereinst faktisch außer Kraft setzen könnte.

Wie Ruth Ayaß ausführt, ist es die wesentliche Eigenschaft alter und neuer Medien, Kommunikation dann zu ermöglichen, wenn sich die Individuen nicht in wechselseitiger Reichweite zueinander befinden. In dieser klassischen Vorstellung dienen Medien dazu, eine Verbindung zwischen zwei oder mehr Individuen herzustellen. Medien können jedoch auch dazu verwendet werden, Kommunikation zu unterbinden. Der Beitrag diskutiert systematisch die ver-

schiedenen Möglichkeiten von Medien, mittels derer die Akteure Zugänglichkeit und Nicht-Zugänglichkeit herstellen und anzeigen können. Die Analyse zeigt, dass die Verwendung von Medien und die Teilhabestrukturen, die sie gestatten, nicht einfach mit den Begriffen Anwesenheit oder Abwesenheit erfasst werden können. Vielmehr ermöglichen Medien unterschiedliche Grade an Zugänglichkeit, die besser als ein Kontinuum zu beschreiben sind. Der Beitrag zeigt anhand ethnographischen Materials, wie Bücher, Mobiltelefone etc. in privaten wie öffentlichen Kontexten als »involvement shields« (Goffman) verwendet werden. Mit den Mitteln einer photographischen Ethnographie wird illustriert, wie Medien in öffentlichen Kontexten als »involvement shields« eingesetzt werden. Diese Verwendungen tragen zu einem mediatisierten Verhalten in der Öffentlichkeit bei, welches im Wesentlichen auf Interaktionsvermeidung beruht. Zugleich ist diese Interaktionsvermeidung nur durch wechselseitige Wahrnehmung möglich.

Gegenstand des Aufsatzes von Konstanze Marx sind die Ergebnisse einer Fallbeispielanalyse, die Rückschlüsse auf eine neue Konzeptualisierung von Trauer(arbeit) im Zeitalter des WorldWideWeb zulassen. Dabei spielt die enge Verschränkung zwischen privater und öffentlicher Kommunikation auf Sozialen-Netzwerk-Seiten und Mikroblogging-Plattformen eine besondere Rolle. Die Reaktionen der Netzgemeinde auf den Absturz des Germanwings-Flugzeuges 4U9525 legen die Vermutung nahe, dass sich der Umgang mit Tod und Trauer wieder »nach außen« wendet. Anhand des entworfenen Themenspektrums zeichnet die Autorin nach, wie die Netzgemeinde gegen eine für Trauersituationen typische Sprachlosigkeit ankämpft, die das Web schlicht nicht akzeptieren würde. Dabei rücken die mit Trauer assoziierten Gefühle Wut und Zorn in den Vordergrund, die einen medienkritischen Metadiskurs initiieren.

Birte C. Gnau und Eva L. Wyss befassen sich mit der Debatte über Machtmissbrauch und Sexismus, wie er im Internet und darüber hinaus geführt wird. Ausgangspunkt ihrer Analyse bildet die Massenbewegung, die durch den im Oktober 2017 in US-amerikanischen Printmedien in den Blickpunkt der Öffentlichkeit geratenen Weinstein-Skandal angestoßen und den dadurch initiierten Tweet Alyssa Milanos konkretisiert wurde. Die Autorinnen verweisen auf die enge Verknüpfung mit dem Vorläuferblog »Me too« von Tarana Burke aus dem Jahr 2006. Damit hat sich, in den traditionellen und den sozialen Medien abwechselnd, teilweise auch gleichzeitig, aber nicht immer gleichgewichtig, ein Hashtag-Protest und ein Diskurs etabliert, mit dem die Debatte über sexuelle Gewalt, Machtmissbrauch und den zugrundeliegenden strukturellen begünstigenden Gegebenheiten zunächst in einem Bereich der *alternativen Öffentlichkeit* manifest wurde. Am Beispiel von #MeToo, einer Hashtag-Protestgemeinschaft mit internationaler Ausdehnung, wird untersucht, wie Diskurswandel beschrieben werden kann, welche Elemente des Diskurses sich verändern und inwiefern dieser mit dem Wandel der Öffentlichkeit, insbeson-

dere der kommunikativen Praktiken der sozialen Medien in Zusammenhang gebracht werden kann.

Ausgangspunkt von Christine Domkes Beitrag ist die Feststellung, dass die Suche nach gegenwärtigen Möglichkeiten, alternative Öffentlichkeiten zu generieren, oftmals digitale Kommunikation und damit sogenannte soziale Netzwerke fokussiere. Was dabei nicht (ausreichend) in den Blickwinkel gerät, ist einerseits das Potential analoger Kommunikationsformen zur Bildung von nicht klassischen Teil-Diskursen, andererseits die kommunikationsstrukturelle Spezifik der digitalen Kommunikation, die die Genese von alternativen Meinungsbildungsprozessen besonders unterstützt. Der Beitrag setzt an diesem Punkt an und rückt mit dem Konzept der »Meso-Kommunikation« den Typus von Kommunikation in das Zentrum, der sowohl offline als auch online in besonderer Weise spezifische und neue Formen der Diskursprägung ermöglicht. Ausgehend von ortsgebundenen Texten in der Stadt wird systematisch herausgearbeitet, worin die Besonderheiten dieser Kommunikation liegen und was sie mit Kommunikation in sozialen Netzwerken gemeinsam haben. Wie die Verfasserin hervorhebt, liegt ein großes Potential in der intertextuellen Verbindung zwischen Stadt/Netz und damit auch in Bezug auf Meso-Kommunikation als kommunikationsstruktureller Basis gegenwärtiger – alternativer – gesellschaftspolitischer Prozesse.

Der Beitrag von Thomas Metten zeigt auf, wie neue Formen der Wissenschaftskommunikation an der Schnittstelle gegenwärtiger medialer, sozialer und institutioneller Entwicklungen entstehen. Wie der Verfasser festhält, konstituieren neue Medien alternative (Wissenschafts-)Öffentlichkeiten, in denen sich unter anderem neue und anderen Formen der Darstellung und Vermittlung von Wissenschaft herausbilden. Im Falle von Science Web Videos gehen diese einher mit medienspezifischen Formen des Erklärens, der Evidentialisierung und der Objektivierung, die aus dem komplexen Zusammenspiel von Bewegtbild, Schnitt und Montage, Graphik- und Schrift-Inserts sowie *voicé-over*-Kommentaren resultieren. Dabei zeigt sich, dass die öffentliche Wahrnehmung von Wissenschaft nicht medienunabhängig ist, da das vermittelte Wissen direkt an die medialen Darstellungspotentiale gebunden ist.

Françoise Hammer befasst sich in ihrem Beitrag mit Leserrezensionen, die als Ausdrucksform einer alternativen Öffentlichkeit verstanden werden. Dabei wird darauf hingewiesen, dass Kundenrezensionen von Waren und Dienstleistungen von Onlinehändlern und -dienstleistern als wichtige Form der Kundenbeziehung verstanden (und teilweise instrumentalisiert) werden. Kundenrezensionen eröffnen, neben den eher neutralen und standardisierten Produktinformationen, eine Ebene subjektiver und personalisierter, öffentlicher Meinungsäußerung. Die sich auf dem Web eröffnenden, partizipativen Räume kommen je nach Zielsetzung und Argumentation des Textes unterschiedlich zur Geltung. Die Untersuchung negativer Leserrezensionen auf amazon zeigt,

dass aufgrund der Veröffentlichungsbedingungen und der unterschiedlichen Adressaten Dissens ein bevorzugtes strategisches Verfahren evaluativer Textsorten darstellt. Dabei beobachtet die Verfasserin, dass oft weniger die sachgemäße Bewertung von Produkten oder Angeboten als vielmehr die Selbstinszenierung der Schreibenden im Vordergrund steht.

Roman Opiłowski nimmt Bezug auf die Beobachtung, dass in alternativen Öffentlichkeiten umfangreiche Diskussionen über politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Geschehnisse geführt und diese insofern zu immer wichtigeren Einflussgrößen werden, die den Verlauf der realen Prozesse in vielen Lebensräumen beeinflussen können. Die Analyse befasst sich mit dem Terroranschlag vom 14. Juli 2016 in Nizza, einem Ereignis, das zu einer Vielzahl an Kommentaren in den sozialen Medien führte. Der Verfasser befasst sich aus diskursiver, multimodaler und kontrastiver Sicht mit thematischen Feldern, die von der deutschen und polnischen Online-Öffentlichkeit im Facebook-Profil der führenden Nachrichtenmagazine *Der Spiegel* und *Polityka* konstruiert werden. Im Beitrag wird auch dargelegt, welche Ausprägungen konvergenter und divergenter Themenfelder in den deutschen und polnischen Kommentaren zu finden sind.

Der Beitrag von Andreas Osterroth befasst sich mit dem Phänomen Internet-Meme und mit der Frage, welche Funktion Memes in Bezug auf die Etablierung alternativer Öffentlichkeiten haben (können). Der Verfasser macht darauf aufmerksam, dass bestimmte soziale Gruppen als Teilöffentlichkeiten ihre Entstehung der Kommunikation über Memes verdanken und er hebt hervor, dass die Bild-/Textsorte Meme in die traditionelle Öffentlichkeit überführt werden könne, wo sie neue Funktionen übernehme. So können Memes in der tradierten Öffentlichkeit zum Beispiel subversive Wirkungen entfalten, die verschiedene Entscheidungsträger gerne reglementiert sehen würden.

In Nadine Rentels Beitrag werden auf der Basis einer qualitativ orientierten Analyse von 50 Kundenbeschwerden aus dem Bereich des Mobilfunks sprachliche Strategien herausgearbeitet, mit deren Hilfe die Kunden den Service des Anbieters auf dessen Facebook-Auftritt in der Öffentlichkeit negativ bewerten. Im Rahmen der Beschreibung sprachlicher Strategien, die der Intensivierung der negativen Bewertung dienen, treten Fragen auf, wenn Kunden dem Mobilfunkanbieter das Verletzen moralisch-ethischer Standards vorwerfen. Wie die Verfasserin darlegt, ermöglichen es Metaphern und Phraseolexeme den Usern, mittels bildhafter Formulierungen auf bestehende Missstände zu verweisen. Angeführte Zitate von Servicemitarbeitern dienen als Legitimation, die Beschwerdekommunikation in den öffentlichen Raum zu verlagern, wobei zu beobachten ist, dass Textmuster-mischungen usuelle Ausdrucksressourcen durchbrechen.

Den BeiträgerInnen sei hier abschließend herzlich gedankt für ihre Bereitschaft, sich an dieser Diskussion um alternative Öffentlichkeiten zu beteiligen.

Ein ganz besonderer Dank geht auch an Melanie Lange und Birte C. Gnaur für ihre wertvolle Unterstützung bei der Fertigstellung des Manuskripts.

LITERATUR

- Adolf, Marian (2015): Öffentliche Kommunikation und kommunikative Öffentlichkeiten. Zur Konstitution von Öffentlichkeit im Zeitalter der digitalen Medien. In: Hahn, Oliver/Hohlfeld, Ralf/Knieper, Thomas (Hg.): *Digitale Öffentlichkeit(en)*. München: UVK Verlagsgesellschaft Konstanz.
- Asen, Robert/Brouwer, Daniel C. (2001): *Counterpublics and the State*. Albany: State University of New York Press.
- Bonfadelli, Heinz (2010): Was ist öffentliche Kommunikation? Grundbegriffe und Modelle. In: Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried/Siegert, Gabriele (Hg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. 3. vollständig überarbeitete Auflage Bern: Haupt, S. 111-140.
- Calhoun, Craig (1992): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge (Massachusetts), London: The MIT Press.
- Dahlgren, Peter (2005): The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. In: *Political Communication*, 22:2, S. 147-162.
- Fraser, Nancy (1990): Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. In: *Social Text*, No. 25/26, S. 56-80.
- Gerhards, Jürgen (1998): Öffentlichkeit. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft*. Ein Handbuch mit Lexikonartikel. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 268-274.
- Habermas, Jürgen (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft (Erstauflage: 1962). Mit einem Vorwort zur Neuauflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hahn, Oliver/Hohlfeld, Ralf/Knieper, Thomas (2015): *Einführung: Digitale Öffentlichkeit – Digitale Öffentlichkeiten*. In: Hahn, Oliver/Hohlfeld, Ralf/Knieper, Thomas (Hg.): *Digitale Öffentlichkeit(en)*. München: UVK Verlagsgesellschaft Konstanz. S. 11-18.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2011): *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Eine Einführung. 3., grundlegend überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kohler, Georg (2011): Öffentlichkeit. In: Kolmer, Petra/Wildfeuer, Armin (Hg.): *Neues Handbuch philosophischer Grundbegriffe*. Freiburg: Karl Alber Verlag, S. 1663-1675.
- Koller, Veronika/Wodak, Ruth (2008): Introduction: Shifting boundaries and emergent public spheres. In: Wodak, Ruth/Koller, Veronika (Hg.): *Hand-*

- book of Communication in the Public Sphere. Berlin, New York: de Gruyter, S. 1-17.
- Maletzke, Gerhard (1963): *Psychologie der Massenkommunikation: Theorie und Systematik*. Hamburg: Hans Bredow-Institut.
- Münker, Stefan (2009): *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die sozialen Medien im Web 2.0*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Negt, Oskar/Kluge, Alexander (1972): *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Schmidt, Jan (2011): *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. 2., überarbeitete Auflage*. Konstanz: UVK.
- Schmidt, Jan (2013): *Social Media*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulz, Winfried (2011): *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3., überarbeitete Auflage*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Theis-Berglmair, Anna Maria (2015): *Öffentlichkeit und öffentliche Meinung*. In: Fröhlich, Romy/Szyszka, Peter/Bentele, Günter (Hg.): *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon*. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 399-410.
- Thomä, Manuel (2013): *Der Zerfall des Publikums. Nachrichtennutzung zwischen Zeitung und Internet*. Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wagner, Elke (2013): *Nischen, Fragmente, Kulturen. Zum Beitrag der Medientheorie und der Cultural Studies für die Öffentlichkeitssoziologie*. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hg.): *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit*. Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 47-61.
- Wimmer, Jeffrey (2007): *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Diskurspragmatische Perspektiven auf neue Öffentlichkeiten in Webforen

Steffen Pappert und Kersten Sven Roth

This paper discusses the potential of media and communication science models for the linguistic analysis of the public sphere, such as web forums (in particular chat forums).

We act on the assumption, that similar to mainstream social media (such as Facebook, Twitter etc.) the forums also provide a frame for a new kind of public sphere, thus allowing their users to interact across the borders of classical public spheres. The discussion is linked to a research project, which – according to the idea of an »applied discourse analysis« (e.g. Roth/Spiegel 2013) – asks, to what extent and for what reasons some aspects and forms of discursive knowledge become realizable in forums, that aren't realizable in face-to-face-interaction as well as in interaction via mass media. We ask, if contributions to web forums constitute their own type of realization of discourse (»Diskursrealisationen« as defined by Roth 2015). In the second part of the paper we suggest a heuristic model consisting of three axes of discourse pragmatic conditions, which could help transform the theoretical ideas of the nature of public spheres into an empirical linguistic analysis.

Keywords: publics – types of public communication – realizations of discourse – internet forums – discourse pragmatics

1. OFFLINE- UND ONLINE-ÖFFENTLICHKEITEN

Trotz seiner Allgegenwart ist der Begriff Öffentlichkeit kaum klar umrissen. Vor allem im Alltagsverständnis finden wir eine Vielzahl von Konzepten, die dem Ausdruck zugeschrieben werden. Bezug genommen wird sowohl auf die öffentlichen Angelegenheiten, die vom Staat geregelt werden (sollen), als auch auf die öffentliche (freie) Meinung, die in heutigen Zeiten allenthalben mittels Umfragen ermittelt wird, um herauszufinden, welche Meinung zu gesellschaftlich wichtigen oder weniger belangreichen Themen vorherrschend ist. Die Ergebnisse dieser Rankings wiederum werden vermittelt durch die Mas-

senmedien, denen im Zusammenhang mit Öffentlichkeit eine zentrale Rolle zukommt, womit eine dritte im Alltag übliche Bedeutung des Ausdrucks angesprochen wäre, die massenmediale Öffentlichkeit. Die im Alltagssprachlichen Umgang wohl häufigste Umschreibung wäre die, die davon ausgeht, dass alles, was nicht privat sei, eben als öffentlich aufgefasst werden muss. Das heißt, immer wenn mithörende/mitlesende Dritte sich im gemeinsamen Kommunikationsraum¹ aufhalten, ist die Angelegenheit nicht mehr privat.² In all diesen Bedeutungsfacetten wird deutlich, dass dem Begriff Öffentlichkeit zumindest in seinem Kern etwas Wertendes, mitunter Normativ-Deontisches innewohnt. Der Staat soll seine Aufgaben wahrnehmen, die öffentliche Meinung soll gehört und von den Massenmedien verbreitet werden – und niemand soll sich in unsere Privatangelegenheiten einmischen. Diese alltagsweltlichen Sichtweisen finden ihre Widerspiegelung in sozialwissenschaftlichen Öffentlichkeitsbegriffen, die sowohl normativ als auch empirisch-analytisch fundiert sind, wobei normative Vorstellungen der Mehrzahl der Konzepte zugrunde liegen, so dass sich die dahinterstehenden Theorien vor allem in ihren normativen Ansprüchen unterscheiden.

1.1 Offline-Öffentlichkeiten

Ausgehend davon, dass Öffentlichkeit als ein Kommunikationssystem zu konzipieren sei, »in dem Themen und Meinungen (A) gesammelt (Input), (B) verarbeitet (Throughput) und (C) weitergegeben (Output) werden« (Neidhardt 1994: 8), lassen sich nach Neidhardt für die genannten Prozesse verschiedene normative Ansprüche formulieren:

- **Transparenzfunktion:** »Öffentlichkeit soll offen sein für alle gesellschaftlichen Gruppen sowie für alle Themen und Meinungen von kollektiver Bedeutung.«

1 | *Kommunikationsraum* umfasst alle gemeinsamen Wahrnehmungsräume, also auch virtuelle, denen im Zusammenhang mit der Online-Öffentlichkeit zweifellos eine besondere Bedeutung zukommt.

2 | So trivial diese Feststellung ist, so überaus bedeutungsvoll ist sie für Menschen, die in Diktaturen leben und kommunizieren. So zeigt beispielweise die Aufarbeitung der Akten des Ministeriums für Staatssicherheit, dass auch der privateste Bereich vor dem Zugriff Dritter in der DDR nicht sicher war und jedes *falsche* Wort Konsequenzen nach sich ziehen konnte. Nicht nur in dieser Hinsicht unterscheiden sich die ge- und erlebten Öffentlichkeiten in demokratischen und diktatorischen Systemen. Dahinter stehen Öffentlichkeitskonzepte, die in diesem Rahmen nicht eingehender behandelt werden. Einblicke in die durch sie evozierten Bedingungen öffentlicher Kommunikation und deren Auswirkungen auf den Sprachgebrauch liefert Pappert 2003.

- **Validierungsfunktion:** »Öffentlichkeitsakteure sollen mit den Themen und Meinungen anderer diskursiv umgehen und ihre eigenen Themen und Meinungen unter dem Druck der Argumente anderer gegebenenfalls revidieren.«
- **Orientierungsfunktion:** »Öffentliche Kommunikation, die von den Öffentlichkeitsakteuren diskursiv betrieben wird, erzeugt ›öffentliche Meinungen‹, die das Publikum als überzeugend wahrnehmen und akzeptieren kann.« (Neidhardt 1994: 8-9)

Hinsichtlich der Relevantsetzung solch normativer Ansprüche lassen sich verschiedene Modelle von Öffentlichkeit differenzieren, deren Konzeptualisierungen nicht nur unterschiedliche Befunde hinsichtlich der traditionellen Offline-Öffentlichkeit hervorbringen. Vielmehr liefern sie auch Ansatzpunkte für etwaige Erwartungen, die an die Potenziale der Online-Öffentlichkeit geknüpft werden.

a) Diskursmodelle

Die Öffentlichkeit lässt sich am ehesten als ein Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meinungen beschreiben; dabei werden die Kommunikationsflüsse so gefiltert und synthetisiert, dass sie sich zu themenspezifisch gebündelten öffentlichen Meinungen verdichten. (Habermas 1992: 436)

Diskursmodelle öffentlicher Meinungsbildung in der Tradition Habermas' sind stark normativ ausgerichtet. Die drei Funktionen von Öffentlichkeit spielen eine zentrale Rolle. So fordert Habermas »neben der allgemeinen Zugänglichkeit das diskursive Aushandeln von Themen und Meinungen in einem ›herrschaftsfreien Raum‹, der hierarchische Machtstrukturen und die Übervorteilung bestimmter gesellschaftlicher Gruppen und Akteure ausschließt« (Fraas et al. 2012: 31). Betont wird von Habermas (1992) der prozessuale Charakter von Öffentlichkeit, deren Vernetztheit zur Ausbildung verschiedener themenabhängiger Meinungen führt. Voraussetzung dafür ist grundsätzlich ein von Herrschaft freier Diskurs, der offen ist für alle Themen und zugänglich für alle Akteure (Transparenzfunktion), die sich nun ohne Zwang und ohne Rücksicht auf die gesellschaftliche Stellung auf einen rationalen Konsens einigen, der auf den jeweils besten Argumenten fußt (Validierungsfunktion). Dieser Konsens bildet dann als öffentliche Meinung die Grundlage für gesellschaftliches und politisches Handeln (Orientierungsfunktion) (vgl. Beck 2006: 221-222).

b) Systemtheoretisches Spiegelmodell

Wir begreifen Öffentlichkeit als ein Kommunikationssystem, in dem die Erzeugung einer bestimmten Art von Wissen stattfindet: Es entstehen öffentliche Meinungen mit mehr oder weniger allgemeinen Einstellungen zu bestimmten Themen. Dabei verstehen wir unter »öffentlicher« Meinung eine Meinung, die in öffentlichen Kommunikationen mit breiter Zustimmung rechnen kann, eine Meinung, die sich in den Arenen öffentlicher Meinungsbildung durchgesetzt hat und insofern »herrschende« Meinung darstellt. (Gerhards/Neidhardt 1990: 12)

Normativ weniger anspruchsvoll und wohl auch realistischer erweist sich das Öffentlichkeitskonzept des Spiegelmodells, in dem lediglich die Transparenzfunktion hervorgehoben wird. Demnach dient Öffentlichkeit »der Selbstbeobachtung der Gesellschaft durch die Veröffentlichung von Themen« (Beck 2006: 222). Hinsichtlich Validierung und Orientierung werden keine Forderungen erhoben. Vielmehr wird betont, dass die verschiedenen Akteure relevante Themen und Positionen, an denen sie ihr Handeln orientieren (können), durch Selbst- und Fremdbeobachtung – bspw. in den Massenmedien – einerseits aufspüren. Andererseits sind sie bemüht, für »ihre« Themen und Handlungen Zustimmung zu finden, was auch größtenteils nur über die Massenmedien realisiert werden kann. Entscheidend für diese Auffassung von Öffentlichkeit ist lediglich, dass »alle Akteure und Meinungen abgebildet werden, und nicht durch Ausschluss einzelner Gruppen oder Meinungen die Selbstbeobachtung beeinträchtigt wird« (Jarren/Donges 2011: 98). Der Öffentlichkeitsprozess führt somit »nicht mehr zur Bildung einer rational begründeten, konsensuellen öffentlichen Meinung, sondern allenfalls zu Anschlusskommunikationen« (Beck 2006: 222).

Die in den beiden Ansätzen zugrundeliegenden Funktionen bzw. Phasen lassen sich ergänzen durch weitere Strukturen, die vor allem in Bezug auf die Online-Öffentlichkeit von Bedeutung sind. Wenn wir davon ausgehen, dass Öffentlichkeit einen Prozess darstellt, der netzwerkartige Strukturen ausbildet, ist danach zu fragen, auf welche Weise die Rhizome entflochten werden können.

Als offenes Kommunikationssystem stellt Öffentlichkeit eine weitgespannte und diffuse Größe dar. Sie umfaßt eine Vielzahl kleiner und großer Foren, die nur teilweise miteinander vernetzt sind. Darüberhinaus scheint es nützlich, sich Öffentlichkeit als ein in mehreren Ebenen differenziertes System vorzustellen, die sich in zweierlei Hinsicht unterscheiden: zum einen nach der Menge der Kommunikationsteilnehmer, zum zweiten nach dem Grad der strukturellen Verankerung der Ebenen. (Gerhards/Neidhardt 1990: 19)

Vor diesem Hintergrund haben Gerhards/Neidhardt (1990) ein Drei-Ebenen-Modell entwickelt, das nicht nur mehr oder weniger spontan hervorgebrachte Öffentlichkeiten berücksichtigt, sondern auch die verschiedenen kommunikativen Rollen der Akteure auf und zwischen den Ebenen im Blick hat.

Die untere Ebene ist die sogenannte *Encounter-Ebene*. Charakteristisch für diese Ebene ist »der fließende Übergang zwischen privater Kommunikation mit wechselseitig hoch selektiven Publikumsbezügen und öffentlicher Kommunikation gegenüber einem prinzipiell unbegrenzten Publikum« (Jarren/Donges 2011: 104). Es handelt sich demzufolge um die vielen zufälligen Kommunikationsereignisse in unserem Alltag, so vor allem die Gespräche von zwei oder mehreren Personen in öffentlichen Verkehrsmitteln, in gastronomischen Einrichtungen, am Arbeitsplatz oder in vergleichbaren Situationen über öffentlich belangreiche Themen oder Einstellungen. Derlei Gespräche weisen kaum Strukturen auf, zumindest bezüglich der Sprecher-Hörer-Rollen, die nicht von vornherein festgelegt sind. Auch die behandelten Themen ändern sich mitunter sprunghaft, und mit hinzukommenden Teilnehmern ändert sich bisweilen auch die eine oder andere Meinung. Die Rolle des Vermittlers wird im Unterschied zur Massenkommunikation nicht gebraucht. Die unterste Stufe von Öffentlichkeit ist sehr offen, flexibel und diskontinuierlich, infolgedessen auf ihr »weder eine Verarbeitung von Themen noch die Synthesisierung von Meinungen« (Fraas et al. 2012: 33) stattfindet. Des Weiteren sind die verschiedenen parallel stattfindenden Kommunikationsereignisse untereinander nicht vernetzt und sie sind auf die jeweils Anwesenden beschränkt. Die räumlichen, zeitlichen und sozialen Begrenztheiten dieser Ebene führen in der Konsequenz dazu, dass die Möglichkeiten zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung auf dieser Ebene als marginal einzuschätzen sind.

Die zweite Ebene ist die der *Themen- oder Versammlungsöffentlichkeit*. Kommunikationen auf dieser Ebene sind orts- und zeitgebunden, d.h. wie auf der Encounter-Ebene ist die Anwesenheit der Beteiligten erforderlich. Im Unterschied zu letzterer sind die Interaktionen hier jedoch thematisch eher zentriert, und auch die Rollenverteilung ist meist von vornherein festgelegt, so dass in der Regel eine asymmetrische Sprecher-Hörer-Verteilung vorliegt. Dies trifft vor allem für Veranstaltungen zu, die einen hohen Organisationsgrad aufweisen, wie beispielsweise Versammlungen, Tagungen oder Podiumsdiskussionen zu einem oder mehreren vorher bestimmten Themen. Daneben zählen aber auch spontane Demonstrationen zu dieser Ebene, die sich freilich auch in den meisten Fällen infolge eines ganz bestimmten Anlasses resp. Themas bilden. Unabhängig davon finden wir auf solchen Veranstaltungen meist eine organisierte Rollendifferenzierung, die der jeweiligen Veranstaltung ihre Struktur verleiht (Leistungsrollen übernehmen beispielsweise ModeratorInnen (Vermittler) und RednerInnen (Sprecher), die Publikumsrolle überneh-

men die TeilnehmerInnen).³ Die Äußerungsmöglichkeiten letzterer sind eher beschränkt, aber unter Umständen durchaus wirksam (Beifall, Ausrufe und/oder Gesten des Missfallens, mitunter das ostentative Verlassen der Veranstaltung). Auch wird in vielen Veranstaltungen das Recht auf Diskussion eingeräumt, die sich dann jedoch – im Normalfall – auf den jeweiligen Redebeitrag zu beziehen hat, und somit thematischen Restriktionen unterliegt. Aufgrund ihrer größeren Stabilität ist die Chance, dass die Interaktionen auf dieser Ebene eine über die Veranstaltung hinausgehende Aufmerksamkeit erlangen, zumindest eher gegeben als auf der Encounter-Ebene. Voraussetzung dafür ist zweifelsfrei die gesellschaftliche Relevanz bzw. Brisanz der behandelten Themen, die das Interesse der Massenmedien wecken. Werden die Themen Gegenstand der journalistischen Berichterstattung, handelt es sich um Interaktionsereignisse der dritten Ebene.

Die Ebene der *Medienöffentlichkeit* ist die Ebene, auf der die Kommunikation am weitesten funktional ausdifferenziert, strukturiert und institutionalisiert ist. Medienöffentlichkeit ist dauerhaft stabil und arbeitsteilig organisiert. Die Produktion von Medieninhalten obliegt ausschließlich den dafür speziell ausgebildeten und nach bestimmten Selektionsregeln (Nachrichtenswert von Themen) arbeitenden JournalistInnen. Gleichsam auf der anderen Seite verfügt die Medienöffentlichkeit über ein mehr oder weniger konstantes, vom Produktionsprozess ausgeschlossenes Publikum, das mit zunehmender Reichweite der einzelnen Medien quantitativ zunimmt, aber auch abstrakter und diffuser wird. Die Interaktionsrollen sind also prinzipiell festgelegt, und somit auch die wechselseitigen Erwartungen. Zur Abbildung dieses Verhältnisses zwischen Kommunikatoren und Publikum wird häufig die Arena-Galerie-Metapher verwendet, die eine passive Rolle des Publikums vorsieht. Dies muss zumindest insofern relativiert werden, als das Publikum auf der Galerie den Erfolg der Arenenakteure immer auch mitbestimmt. Hektische Betriebsamkeit und Relaunches als Reaktionen auf sinkende Abo- und Leserzahlen sind sicherlich ein Hinweis auf solche Zusammenhänge. Für uns aber bedeutender sind die Handlungen des Publikums, die aus Unzufriedenheit oder sonstigen Gründen resultieren, mit denen unter Umständen alternative Öffentlichkeiten konstituiert werden, denn

während die durch die journalistischen Routinen strukturierte massenmediale Arena Themen und Informationen der gesellschaftlichen Kommunikation bereit stellt, werden in den kleinen Öffentlichkeiten auf der Galerie Bewertungen und Interpretationen vorgenommen. Dabei kommt den sozialen Netzwerken der Nutzer eine wichtige Rolle zu. (Katzbach 2008: 59)

3 | Zur Differenzierung zwischen Akteuren und Rollen in der Öffentlichkeit vgl. Jarren/Donges 2011: 106-107; ausführlich zu Interaktionsrollen Adamzik 2002.

Angesprochen wird hier die Rolle der interpersonalen Anschlusskommunikation im Prozess der Massenkommunikation, die in hohem Maße Einstellungen und Meinungen prägt (vgl. Fraas et al. 2012: 34-35). Diese findet traditionell auf der Encounter-Ebene statt, die – wie oben gezeigt – durch ihre zeitliche, räumliche und soziale Begrenztheit eher als eine Anhäufung zusammenhangsloser Episoden zu charakterisieren ist, die jeweils an dem Punkt enden, an dem die Kommunizierenden die gemeinsame Gesprächssituation verlassen. Um eine (nachhaltige) Wirkung auf die anderen Ebenen oder gar die öffentliche Meinung ausüben zu können, müsste diese – und jede andere – Art der Kommunikation verstetigt und vernetzt werden. Mit dem sogenannten Web 2.0 steht seit einiger Zeit eine Medientechnologie zur Verfügung, die nicht nur beides realisierbar macht, sondern darüber hinausgehend neue Formen von Öffentlichkeiten ermöglicht, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

1.2 Online-Öffentlichkeiten

Das Internet, lange Zeit ein Netzwerk⁴ zur grenzenlosen Informationsvermittlung, das vor allem der One-to-many-Kommunikation diene, wurde mehr und mehr zu einer dynamischen Plattform, was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass es sich »von einer Angebotsfläche zu einer Anwendungsumgebung« (Münker 2009: 21) entwickelte. Diesem Phänomen, dessen Genese bei weitem noch nicht abgeschlossen ist, wurde durch die Bezeichnung Web 2.0 ein Name gegeben, dem die neue Qualität eingeschrieben scheint, bezeichnet er doch einen abrupten Versions-Sprung vom sogenannten Web 1.0, den es so freilich nicht gegeben hat (vgl. dazu Schmidt 2009). Nichtsdestotrotz ist er neben vielen anderen die wohl am weitesten verbreitete Bezeichnung, mit der im Allgemeinen auf Folgendes Bezug genommen wird:

Das Schlagwort Web 2.0 spielt auf eine Dimension von Kommunikation und Interaktion im Internet an, die Formen der Zusammenarbeit, der Beziehungspflege und des Teilhabens betrifft. Web 2.0-Angebote werden deshalb auch als Social Media (soziale Medien) bezeichnet, denn sie beruhen auf Interaktivität, Zusammenarbeit und Eigenaktivität der Nutzer. Auf diese Weise produzieren, bearbeiten und veröffentlichen Nutzer einen bedeutenden Teil der Inhalte im Netz. [...] Typische Social Media-Angebote sind Foren, Chats, Blogs oder auch Foto- und Video-Communities. (Fraas et al. 2012: 222)

4 | Die damit angesprochene technische Infrastruktur ermöglicht es, »fast alle bisherigen (analogen) Medien und die entsprechenden Kommunikationsformen in digitaler Version auf ein und derselben technischen Plattform auszuführen, nämlich auf weltweit vernetzten Computern« (Schmitz 2015: 35).

Hinsichtlich der Spezifik der auf diesen Anwendungen basierenden Online-Öffentlichkeiten und deren Potenzialen für die Herstellung einer alternativen oder einer »neuen« Öffentlichkeit gibt es unterschiedliche Positionen. Die euphorische Position geht davon aus, dass mit dem Netz gleichsam das Habermas'sche Öffentlichkeits-Modell verwirklicht werden könne, zumal die von ihm formulierten Kriterien quasi zu den Spielregeln des Web 2.0 gehörten. Postuliert wird, dass das Internet prinzipiell jedem User zugänglich ist, der/die dann als TeilnehmerIn an der Netzkommunikation erwarten darf, als gleichberechtigt wahrgenommen und behandelt zu werden. Unter diesen Voraussetzungen ist es weiterhin möglich, alle denkbaren Themen zu diskutieren, und zwar mit einer Vielzahl von Menschen, die in der analogen Welt nur durch die Massenmedien erreichbar ist (vgl. Munker 2009: 74-76). Auf diese Weise scheint das Netz »die Schwächen des anonymen und asymmetrischen Charakters der Massenkommunikation auszugleichen« (Habermas 2008: 21), weil das Publikum die Möglichkeit habe, seine Anliegen in ungefilterter Weise in die Willensbildungsprozesse einzubringen. Die so skizzierte Öffentlichkeit zeichnet sich also durch die Möglichkeit direkter ungefilterter Kommunikation u.a. auch mit den politischen Eliten, und zwar ohne Vermittler aus, wobei diese Art von Kommunikation es – zumindest theoretisch – durchaus erlaube, deliberative Konsensbildungen zu bewerkstelligen.⁵ Andererseits führen die durch das Internet geschaffenen Bedingungen, so Habermas, zu einer »Fragmentierung jenes großen, in politischen Öffentlichkeiten jedoch gleichzeitig auf gleiche Fragestellungen zentrierten Massenpublikums« (Habermas 2008: 21). Er selbst bleibt also eher skeptisch bezüglich der öffentlichkeitsstiftenden Potenziale des Netzes, womit er sich in die Reihe jener Netzpessimisten stellt, die den traditionellen Massenmedien weiterhin eine zentrale Rolle bei der Herstellung von Öffentlichkeit zuweisen, da allein sie in der Lage seien, die zersplitterten öffentlichen Meinungen zu sammeln, zu bündeln und als Vermittler zu verbreiten. Zwar ermögliche das Netz in Folge der niedrigen Zugangsbeschränkungen, dass alle über alles diskutieren können, aber dieser mannigfaltige Austausch von Themen und Meinungen führe einerseits zu einer unüberschaubaren Fragmentierung, und widerspräche damit dem Transparenzgebot, andererseits werden diese Kommunikationen nur von einer mehr oder weniger begrenzten Anzahl an Netznutzern wahrgenommen und können eben nicht als allgemein bekannt betrachtet werden, außer sie erlangen die

5 | Die Frage, inwieweit die Onlinekommunikation den von Habermas postulierten Kriterien tatsächlich entspricht, oder ob man eher davon ausgehen muss, dass das Internet eben doch weitgehend nur ein Abbild der in der analogen Welt herrschenden Kommunikationsverhältnisse ist, ist damit freilich nicht beantwortet. Einen kurzen Einblick in erste Untersuchungen und deren Ergebnisse gibt Beck 2006: 223-226.

Aufmerksamkeit der Massenmedien.⁶ Erst diese sind in der Lage, die Themen auf die für die öffentliche Meinung maßgebliche Ebene der Medienöffentlichkeiten zu heben. Aus dieser – skeptischen – Perspektive wird weniger Wert darauf gelegt, welches Maß an gleichberechtigter Diskursivität erreicht werden kann, entscheidender sei, »welche Relevanz die in der elektronischen Öffentlichkeit stattfindenden Kommunikationen für ihre Leistung der Selbstbeobachtung der Gesellschaft aufweisen« (Jarren/Donges 2011: 113). Jenseits dieser mehr oder weniger theoriegeleiteten Einschätzungen – teils empirischer, teils prognostizierender Natur – zu den Potenzialen (alternativer) Online-Öffentlichkeiten, scheint es fruchtbarer, das oben vorgestellte Ebenenmodell zur Beantwortung der Frage heranzuziehen, was das Internet zur Herstellung von Öffentlichkeiten leisten kann. Aus dem Modell wird ersichtlich, dass jede Ebene sich durch charakteristische Kommunikationsformen bzw. Medien auszeichnet,⁷ die auf den anderen Ebenen nur eine untergeordnete Rolle spielen. Im »Hybridmedium« Internet (Höflich 1997) nun werden all die ebenenspezifischen Kommunikationsformen in einem Medium vereint. Das Spektrum der Möglichkeiten reicht dabei von der klassischen Massenkommunikation bis hin zu synchronen dialogischen Interaktionen. Dazwischen finden wir eine Vielzahl von anderen Kommunikationsformen, die sich in manchen Eigenschaften unterscheiden, die aber im Normalfall eines vereint: Sie sind miteinander vernetzt. Diese Vernetzungen eröffnen weitreichende Optionen, die es nicht nur erlauben, die Offline-Öffentlichkeit um einfache und komplexe Öffentlichkeiten zu erweitern, sondern sie können die gesellschaftliche Öffentlichkeit auch nachhaltig verändern (vgl. Schmidt 2013: 36-37). Zwei Aspekte sind dabei hervorzuheben: Einerseits die Ausweitung und Ergänzung professionell hergestellter Öffentlichkeiten (politische Kommunikation und Journalismus) und andererseits die Hervorbringung persönlicher Öffentlichkeiten, die aufgrund ihrer medialen Distribution und Verflechtung im Internet nicht nur eine bis

6 | Der Fragmentierungsthese ist entgegenzusetzen, dass auch und gerade das Internet, »weil es die unterschiedlichen Ebenen von Öffentlichkeit in einem Medium vereint und sie damit durchlässiger und vernetzbar macht« (Neuberger 2009: 43), die Bildung einer integrierten Öffentlichkeit durchaus ermöglicht. So erinnern sich anlässlich der 10. Internetkonferenz re:publica im Mai 2016 in Berlin die Initiatoren des ersten Treffens an ihre Beweggründe, und zwar mit dem Hinweis auf folgende Entwicklung: »2006 hatten sich deutsche Blogs so weit etabliert, dass sie nicht nur selbst in die öffentliche Wahrnehmung vorgedrungen waren, sondern auch eigene Themen an deren Oberfläche spülten« (www.fr-online.de/digital/re-publica--das-digitale-ist-politisch,1472406,34166126.html; 03.05.2016).

7 | Zu den Kategorien *Kommunikationsform* und *Medium* vgl. Dürscheid 2005; Holly 2011; Pappert 2016; zu Kommunikationsmodi bzw. Kommunikationsformen der Online-Kommunikation vgl. Fraas et al. 2012: 19-29; Pentzold et al. 2013.

dahin unabsehbare Reichweite, sondern auch eine andere Qualität insofern aufweisen, als sie dem Persönlichen eine neue Bedeutung einschreiben (ausführlich zu beiden Öffentlichkeiten: Schmidt 2009).

1.2.1 Erweiterung professionell hergestellter Öffentlichkeit im Bereich Journalismus

Die Entstehung der Online-Öffentlichkeit bewirkt vor allem Veränderungen im Bereich der Medienöffentlichkeit, wie wir sie oben im Ebenenmodell kennengelernt haben. Im Wesentlichen handelt es sich dabei um einen »Übergang vom Gatekeeper- zum Gatewatcher-Paradigma« (Schmidt 2009: 143), der dadurch gekennzeichnet ist, dass die bisherige Praxis der Massenmedien, in der den Redaktionen eine Monopolstellung hinsichtlich Auswahl, Verarbeitung und Vermittlung von Inhalten zukam, insofern revidiert wird, als neue Akteure die Bühne der Informationsbeschaffung und -vermarktung betreten und auf diese Weise das Spektrum der Öffentlichkeiten verbreitern. Voraussetzung für diese Entwicklung ist der durch das Internet vereinfachte kommunikative Zugang zur Öffentlichkeit, d.h. »technische, ökonomische, kognitive und rechtliche Barrieren für das Publizieren« (Neuberger 2009: 37), die der Logik herkömmlicher Massenmedien inhärent sind, können relativ problemlos umgangen werden. So wird nicht nur einer vermehrten Partizipation Vorschub geleistet. Vielmehr verschiebt sich im Rahmen dieser alternativen Öffentlichkeit auch das Verhältnis von Leistungs- und Publikumsrollen. Prinzipiell kann im Internet jede/r seine Inhalte mühelos veröffentlichen und dabei kann er/sie oftmals zwischen einer Vielzahl von Angeboten wählen. Die Palette an Möglichkeiten reicht über den Beitrag im Kommentarforum über das Verfassen von Tweets auf Twitter bis hin zur Einrichtung eines eigenen Weblogs. Durch derlei partizipative Formen der Informationsaufbereitung verändert sich die Herstellung von Öffentlichkeit von einer »sozial selektiven, linearen und einseitigen zu einer *partizipativen, netzartigen und interaktiven Kommunikation*« (Neuberger 2009: 39).⁸ Im Einzelnen ist diese alternative Netzöffentlichkeit gekennzeichnet vor allem durch folgende Eigenschaften (vgl. Neuberger 2009: 39-40:

- Individuelle wie kollektive Akteure können ohne Umweg über Redaktionen Inhalte veröffentlichen oder mit ihren Bezugsgruppen (PolitikerInnen, Verbände etc.) direkt interagieren. Es kommt zu einer sogenannten Disintermediation, d.h. Vermittler verlieren an Bedeutung, die Filterung, Selektion und Verbreitung der Inhalte obliegt nicht mehr ausschließlich

8 | Neben diesen Formen des *personal publishing* gibt es aber auch technisch unterstützte Anwendungen der Selektion und Aggregation von Informationen, z.B. Google News oder Social-News-Plattformen (vgl. Fraas et al. 2012: 39-40).

- den Massenmedien; die spezifischen Vermittlungsleistungen im Internet basieren dabei »oft auf partizipativer (*folksonomies, social bookmarking, Rankings auf sozialen Netzwerkplattformen*) oder schlicht technischer Vermittlung (*PageRank bei Google*)« (Fraas et al. 2012: 36);
- das (traditionell) passive disperse Publikum beobachtet das Mediengeschehen, stößt suchend oder zufällig auf bestimmte Themen und vernetzt diese beispielsweise durch Verlinkungen, d.h. die Anzahl und die Bedeutung individueller sowie kollaborativer Nachrichtenangebote steigt;
 - die Grenzen zwischen Produzenten und Rezipienten verschwimmen, da die Nutzer immer auch die Möglichkeit haben, selbstständig Beiträge zu verfassen, und zwar unabhängig davon, ob sie als Experten oder Laien an der Kommunikation teilnehmen; dieses aktive Nutzerverhalten wird durch die Bezeichnungen Prosumer bzw. Produser erfasst (Bruns 2008);
 - die Kommunikation in der Netzöffentlichkeit ist potenziell reflexiv, d.h. durch die Möglichkeit der Veröffentlichung der Anschlusskommunikation wird der Journalismus u.U. in die Adressatenrolle gedrängt und darüber hinaus in Zugzwang gesetzt.

Die partizipativen Formen der Präsentation und Veröffentlichung von Informationen (*personal publishing*) haben neben den technisch unterstützten Formen des Informationsmanagements (vgl. hierzu Fraas et al. 2012: 40; Schmidt 2009: 26-27) einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf bestehende (massenmediale) Öffentlichkeiten. Das zeigt sich zum einen darin, dass die meisten massenmedialen (Online-)Angebote neue Publikationsformen integrieren (bspw. Weblogs, Videocasts oder Twitter). Zum anderen werden die im Netz bereitgestellten Inhalte auch sehr aufmerksam von den Massenmedien wahrgenommen und kommentiert, was vice versa natürlich auch für die alternativen Angebote gilt, die ihre Themen immer noch vorrangig aus den Massenmedien beziehen. Das Verhältnis von Massenmedien und partizipativen Formen ist also geprägt von gegenseitigen Beobachtungen, Bezugnahmen und Verwertungen. Vor diesem Hintergrund lässt sich bezogen auf das Ebenenmodell konstatieren, dass Themenentwicklungen im Internet in hohem Maße zwischen den verschiedenen Öffentlichkeits-Ebenen verlaufen, wobei die Richtung keineswegs festgelegt ist. Darüber hinaus können sich Themenkarrieren natürlich immer auch zwischen Offline- und Online-Öffentlichkeiten entfalten. Die verschiedenen Öffentlichkeiten einschließlich ihrer Ebenen konstituieren auf diese Weise ein vielschichtiges Kommunikationsnetzwerk, dessen Bestandteile sich hochgradig komplementär zueinander verhalten.

Tatsächlich wird online auf allen drei Ebenen von Öffentlichkeit über Themen und Meinungen kommuniziert, die auch in der Face-to-face- und der traditionellen Medienkommunikation kommuniziert werden. Und umgekehrt gilt: Auch die Themen und Meinun-

gen, die online auf der Encounter- und der Versammlungsebene kommuniziert werden, können zum Gegenstand der Medienöffentlichkeit außerhalb des Netzes werden. Denkbar ist auch, das [sic!] Themen und Meinungen [sic!] die online auf der Ebene der Medienöffentlichkeit verhandelt werden, den »Sprung« vom Online-Journalismus in die traditionelle Medienöffentlichkeit, die Face-to-face-Kommunikation oder die Themenöffentlichkeit schaffen. (Beck 2006: 228)

1.2.2 Persönliche Öffentlichkeiten

Eine zunehmende Bedeutung in der Online-Öffentlichkeit erlangen mediale Konstruktionen persönlicher Öffentlichkeiten. Auch die werden in erster Linie durch die niedrigen Zugangsschranken und die mannigfaltigen Möglichkeiten zur Vernetzung begünstigt. Persönliche Öffentlichkeiten unterscheiden sich von der Medienöffentlichkeit vor allem darin, dass die zugänglich gemachten Informationen verschiedenster Ausprägung sich auf die eigene Person beziehen oder nach subjektiver Bedeutsamkeit selektiert werden. Dabei geht es den Beteiligten weniger »um den Anschluss an Themen und Prozesse von gesellschaftlicher Relevanz, sondern um Öffentlichkeit im Sinne von öffentlich sichtbarem und zugänglichem Identitäts- und Beziehungsmanagement sowie um das Veröffentlichen selbst erstellter Medienprodukte (Texte, Bilder, Videos, Musik usw.)« (Fraas et al. 2012: 43). So werden einem mehr oder weniger überschaubaren Adressatenkreis persönliche Einstellungen, Erfahrungen, Erlebnisse, aber auch Ergebnisse ausgedehnter Netzrecherchen bereitgestellt. Verbreitet werden die Informationen in Abhängigkeit von den benutzten Kommunikationsformen gruppenbezogen aber auch interpersonal, daneben auch in Form des klassischen Publizierens. Sprecher- und Publikumsrollen sind dabei kaum voneinander zu trennen, d.h. es findet normalerweise ein wiederkehrender Wechsel zwischen den Rollen statt: Informationen werden gewöhnlich (im Netz) gesammelt *und* veröffentlicht. Die bekanntesten Kommunikationsmodi sind Plattformen, also Angebote, »die einer Vielzahl von Nutzern eine gemeinsame Infrastruktur für Kommunikation oder Interaktion bieten« (Schmidt 2009: 22), wie *facebook* und *MySpace*. Neben diesen dienen aber auch Weblogs oder Microblogging-Dienste wie *Twitter* der Hervorbringung persönlicher Öffentlichkeiten. Schmidt definiert jene als »Geflecht von online zugänglichen kommunikativen Äußerungen zu Themen von überwiegend persönlicher Relevanz [...], mit deren Hilfe Nutzer Aspekte ihres Selbst ausdrücken und sich ihrer Position innerhalb sozialer Netzwerke vergewissern« (Schmidt 2009: 105).

Als Sonderform online-basierter, vernetzter Öffentlichkeit weisen persönliche Öffentlichkeiten eine charakteristische Struktur auf, die sie vor allem von Face-to-Face-Kommunikationen unterscheidet. Gekennzeichnet ist diese durch folgende Merkmale (Schmidt 2009: 107-108):

- sie sind *persistent*, d.h. Informationen, die im Internet veröffentlicht werden, sind nicht flüchtig, sondern mehr oder weniger dauerhaft gespeichert;
- sie sind *duplizierbar*, weil die Informationen digital gespeichert sind; somit können sie 1:1 kopiert, übertragen, modifiziert aber auch dekontextualisiert werden, was unter anderem zum Missbrauch dieser Inhalte führen kann, wenn z.B. Fotos oder persönliche Daten aus Profilen zum Cybermobbing oder Cyberbullying verwendet werden;
- sie sind *skalierbar*, denn trotz überschaubarer Adressatenkreise, die oftmals persönlich bekannt sind, ist die Reichweite prinzipiell nicht eingeschränkt; wenn ein Beitrag (bspw. auf *YouTube*) besondere Beachtung findet, kann eine große Zahl von Zugriffen und Verlinkungen die Folge sein;
- sie sind *durchsuchbar*, denn im Internet veröffentlichte Informationen sind über Suchmaschinen auffindbar, persönliche Identitäten lassen sich gezielt recherchieren und bspw. vergleichen, wenn sie aus unterschiedlichen Datenquellen stammen.

Nicht zuletzt aufgrund dieser Merkmale wird die Grenze zwischen Privatheit und Öffentlichkeit weitgehend diffus, denn die offengelegten persönlichen Öffentlichkeiten sind vor dem Zugriff unintendierter Publika nur in wenigen Fällen gefeit. So ist wohl kaum zu entscheiden, ob persönliche Öffentlichkeiten zur Privatsphäre (worauf viele der publizierten Inhalte und Bilder deuten) gehören oder, vor allem hinsichtlich ihrer Merkmale, eben nicht. Diese Unschärfe führt – nun wieder bezogen auf das Ebenenmodell – dazu, dass die persönlichen Öffentlichkeiten zwar prinzipiell ein Phänomen der Encounter-Ebene darstellen, jedoch die dort behandelten Inhalte ohne weiteres ebenso in die Themen- und bisweilen auch in die Medienöffentlichkeit wandern können.⁹ Dass Informationen aus der Medienöffentlichkeit geschöpft werden, die anschließend bis in die Encounter-Ebene durchsickern können, auf der sie als Wissensressource zur Begründung privater Meinungen und Einstellungen dienen, dürfte eher die Regel als die Ausnahme darstellen.¹⁰ Inwieweit Fragen zu den Grenzen und deren Überschreitung relevant werden, hängt auch mit anderen strukturellen Merkmalen persönlicher Öffentlichkeiten zusammen. So lassen sich diese sowohl nach »Größe und Zusammensetzung des Publikums« als auch »in zeitlicher, räumlicher sowie sozialer Hinsicht« differenzieren (Schmidt 2009: 111). Sind erstere Kriterien selbsterklärend, sollen die anderen abschließend kurz erläutert werden. Zeitlich können persönliche

9 | Ein Beleg für solche Karrieren sind fatalerweise die verschiedenen Netzaktivitäten der islamfeindlichen GIDA-Gruppierungen, die bis in die analoge Medienöffentlichkeit vordringen konnten.

10 | Das hier angesprochene Wissen wird in unserem Vorhaben durch die Interferenzanalyse systematisch erfasst und beschrieben.

Öffentlichkeiten über teils sehr lange Zeiträume stabile Merkmale aufweisen. So ändern sich beispielsweise die allgemeinen Angaben zur Person auf einer Plattform oder in einem eigenen Weblog nur ausnahmsweise. Daneben gibt es aber auch stark dynamische Varianten wie Status-Updates (Motto: was mache ich gerade?) oder Twittereinträge. Die räumliche Dimension bezieht sich darauf, »dass die persönliche Öffentlichkeit einer Person an unterschiedlichen Stellen im Internet verortet sein kann« (Schmidt 2009: 112). In sozialer Hinsicht gibt dagegen die unterschiedliche Intensität der in den Öffentlichkeiten mehr oder weniger gepflegten Beziehungen den Ausschlag für entsprechende Differenzierungen (enge Freunde, Freunde, Bekannte etc.).

Zusammenfassend lässt sich mit Fug und Recht behaupten, dass die hier vorgestellten Online-Öffentlichkeiten in der Tat neue Formen von Partizipation erlauben. Diese sind vor allem durch ihre Interaktivität und Vernetzung geprägt, so dass eine klare Trennlinie zwischen den beiden Online-Öffentlichkeiten nicht gezogen werden kann. Sie treffen und überschneiden sich nicht nur thematisch, sondern teilen auch eine Reihe von Kommunikationsformen (Weblogs, Twitter, Foren), die das Internet zur Verfügung stellt. Auf diese Weise können kleine (persönliche) und große (massenmediale) Öffentlichkeiten in ein und demselben Medium integriert und vernetzt werden, was laut Neuberger (2009: 41) der Netzwerköffentlichkeit den Status einer dritten Dimension von Öffentlichkeit verleiht. Dass durch die ungehinderte und ungefilterte Kommunikation *auf allen Kanälen* die Visionen von einer allumfassenden Partizipation Wirklichkeit werden, ist dennoch zu bezweifeln. Vor allem in jüngster Zeit ist zwar ein reger Kommunikationsbetrieb in den sozialen Medien zu verzeichnen. Schaut man sich die Inhalte aber genauer an, wird schnell deutlich, dass Vieles von dem, was dort publiziert und diskutiert wird, nicht ansatzweise Merkmale konstruktiver Auseinandersetzungen aufweist. Vielmehr überwiegen Debatten im *Stammtisch-Modus* (Roth 2017). Die im Netz frei verbreiteten und geteilten Meinungen von jedermann sollten – zumindest in der Vorstellung der Netzeuphoriker – im Idealfall Indizien für ein demokratisch geprägtes Miteinander liefern, in dessen Rahmen gemeinsam argumentativ nach gesellschaftlichen Lösungen gestrebt wird. Durch die Beobachtung des tatsächlich stattfindenden Austausches entsteht jedoch oftmals der Eindruck, dass die Habermas'sche Idee eines herrschaftsfreien Diskurses vielmehr ad absurdum geführt wird. Das liegt vor allem daran, dass das Internet offen für alle Inhalte und Meinungen ist und infolgedessen »nicht nur emanzipatorisch-aufklärerische Gegenöffentlichkeiten vom Senken der Publikations- und Distributionshürden profitieren« (Schmidt 2013: 47). Mit der durch das Netz begünstigten Ausweitung und Aufwertung des Stammtisch-Modus, also einer Melange aus verbalisiertem Halbwissen, Vorurteilen und Wut, gehen Gefahren für die demokratisch-pluralistische Öffentlichkeit einher, die im Moment nur bedingt kalkulierbar sind. So ist es durchaus naheliegend, dass

die allenthalben veröffentlichten Hasstiraden gegen »das System« oder die »Flüchtlingsströme« nicht unwesentlich zum Aufschwung rechter Gruppierungen bzw. Parteien beitrugen. Die sich abzeichnende Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit der Online-Öffentlichkeit bringt der Blogger Lobo Anfang 2016 in einem seiner SPIEGEL-Blogs auf den Punkt:

[...] dank sozialer Medien bekommt man zu allem, was geschieht, eine Dreingabe, nämlich die Reaktion des Publikums darauf. Eigentlich etwas Wunderbares, eine wirklich neue Dimension des Internets – den Kommentierenden beim Verfertigen der Gedanken in den Kopf schauen zu können. In einzeln aufblitzenden Momenten in sozialen Netzwerken ergeben sich großartige Diskussionen. Meistens aber nicht. Besonders jetzt nicht. Denn intensiv diskutierte Ereignisse sind für viele Millionen Menschen in diesem Land eine fantastische Gelegenheit zum Schnauzehalten, die sie sämtlich verpassen. Es ist ein Segen, dass sich alle öffentlich äußern können, und eine Ernüchterung, auf welche Weise dieses Recht wahrgenommen wird. (www.spiegel.de/netzwelt/web/lobokolumne-hilferuf-an-die-mindestens-durchschnittlich-begabten-a-1072955.html; 05.05.2016)

Im Großen und Ganzen dreht sich die Debatte – linguistisch gewendet – um Diskursrealisationen unter den spezifischen Bedingungen des Internets. Aufgrund der dort geltenden pragmatischen Bedingungen weisen diese Realisationsformen auf verschiedenen Ebenen spezifische Merkmale auf. Unser Ziel ist es, diese Bedingungen und die daraus resultierenden Konsequenzen systematisch herauszuarbeiten, und zwar am Beispiel der Webforen.

2. WEBFOREN ALS GRENZGÄNGER ZWISCHEN DEN ÖFFENTLICHKEITEN¹¹

Wie wir gesehen haben, ist die Online-Öffentlichkeit als ein Prozess zu konzipieren, in dem sich netzwerkartige Strukturen ausbreiten, die die Grenzen der herkömmlichen Öffentlichkeitsebenen weitgehend durchdringen (können). Nichtsdestotrotz gibt es einige Kommunikationsformen, die eher der einen oder der anderen Ebene zugeordnet werden können. In der Sprachwissenschaft und der Medienlinguistik gibt es mittlerweile eine ganze Reihe von Untersuchungen, die sich einzelnen Kommunikationsformen gewidmet und diese umfassend beschrieben haben. Die von uns fokussierten Webforen spielen in der Literatur zur Online-Öffentlichkeit eine eher marginale Rolle. Anknüpfungspunkte für unsere Untersuchung liefern im Wesentlichen zwei Richtungen. Einerseits die Online-Forschung, die der diskurssemantischen

11 | Vgl. zum folgenden Kapitel Pappert/Roth 2016.

Perspektive nahestehende Ansätze (z.B. framesemantischer oder sozialsemiotischer Natur) verwendet und dabei auch Foren-Kommunikation berücksichtigt. In den Untersuchungen der Gruppe um Claudia Fraas zu Online-Diskursen (u.a. Fraas/Pentzold 2008; Fraas et al. 2012; Fraas et al. 2013) wurden verschiedene Kommunikations(platt)formen der Internetkommunikation in den Fokus der Diskursanalyse gerückt. Damit wurde (aufgrund der Bedeutung und Reichweite des Internets mehr als plausibel) dem Umstand Rechnung getragen, dass neue Kommunikationsformen im Netz nicht nur individuelles und gesellschaftliches Handeln auf neue Weise miteinander verknüpfen, sondern sie vielmehr »die etablierten Diskursbedingungen [verändern], indem sie bestehende Öffentlichkeiten ergänzen und sich als neue Diskursplattformen, die neue Diskurspraktiken ermöglichen, in den bestehenden Medienverbund einfügen« (Fraas/Pentzold 2008: 289). Auch Foren fungieren in diesem Zusammenhang als »Resonanzraum« (Lorenz-Meyer 2005: 47), in dem »massenmedial hergestellte Meinungen und Informationen aufgegriffen und verstärkt werden« (Schmidt 2006: 136). Foren sind vor diesem Hintergrund privilegierte Räume für kommunikative Aktivitäten zur Be- und Verarbeitung der massenmedialen Diskurse (Medienöffentlichkeit) und bilden so ein wesentliches Verbindungsglied zwischen den verschiedenen Ebenen der Online-Öffentlichkeiten, wobei Übergänge zu den Offline-Öffentlichkeiten nicht von vornherein auszuschließen sind. Dass Forenkommunikation zur Hervorbringung von Öffentlichkeiten beitragen kann, lässt sich jedenfalls mitnichten bestreiten, vor allem wenn man darin übereinstimmt, dass die Konstitution von Öffentlichkeit an die Anschlusskommunikation, also an das kommunikative Handeln derjenigen geknüpft wird, »die, primär in einer Publikumsrolle und in der Regel vermittelt über mediale Angebote, mit den Aussagen institutionalisierter Kommunikatoren in Kontakt kommen« (Hasebrink/Hölig 2014: 16). Foren bieten genau einen solchen, wenn auch virtuellen, Ort, an dem Wissen vermittelt und zur Disposition gestellt wird, darüber hinaus aber eben auch Einstellungen und Meinungen eine nicht zu vernachlässigende Größe darstellen. Ob dabei große oder kleine Öffentlichkeiten entstehen, ist eine Frage der Art, der Zusammensetzung und der Reichweite des Forums und hängt im Wesentlichen vom jeweils zur Debatte stehenden Thema ab. Hinsichtlich ihrer Art lassen sich im Wesentlichen zwei Arten von Foren unterscheiden. Zum einen die freien bzw. unabhängigen Foren, die zu jedem nur denkbaren Thema i.w.S. gegründet und gepflegt werden können. Diese werden in der Regel von Usern aufgesucht, die sich für das entsprechende Thema interessieren, bisweilen gar begeistern (bspw. Fanforen, vgl. Klemm 2012). Im Laufe der Zeit entwickeln sich Forengemeinschaften, die u.U. eine hierarchische Struktur ausbilden. So übernehmen vorzugsweise die GründerInnen oder auch die aktivsten NutzerInnen Administratoren- oder Moderatoren-Rollen, die mit ganz bestimmten Rechten verknüpft werden, die wiederum in den jeweils geltenden Forenre-

geln verankert sind. Oft sind diese Foren auch auf der thematischen Ebene hierarchisch organisiert. Auf diese Weise entstehen kleinere virtuelle Räume, in denen spezifische Unterthemen oder Aspekte des Forengegenstandes verhandelt werden können. Zum anderen finden wir Foren, die in bestimmte Webangebote integriert sind. In unserem Zusammenhang von Belang sind vor allem die Kommentarforen, die von den meisten Online-Massenmedien in großer Zahl zur Kommentierung einzelner ihrer Kommunikate (Artikel, Sendung usw.) eingerichtet werden. Diese entwickeln bisweilen eine Eigendynamik, die sie von ihren analogen Vorgängern, den Leserbriefen, in erheblichem Maße unterscheidet. Das betrifft einerseits die relevant gesetzten Themen, die teilweise mit dem forumsinitiiierenden Beitrag nur noch bedingt zusammenhängen. Andererseits entwickeln sich im Verlauf eines Forums immer wieder auch dialogische Sequenzen, die große Ähnlichkeiten mit solchen in herkömmlichen Diskussionsforen aufweisen. Dem Rechnung tragend formulieren Fandrych/Thurmain (2011) ihre Definition, der wir uns anschließen:

Diskussionsforen sind Webseiten, auf denen Internetnutzer zu bestimmten Themen, z.T. auch als Reaktion auf bestimmte Nachrichten (z.B. in Online-Ausgaben von Zeitungen und Zeitschriften), Weblogs u.ä. eigene Diskussionsbeiträge einschicken können, die dann (oftmals gefiltert durch Moderatoren) – entweder sequenziell oder nach Subthemen (*Threads*) geordnet auf der jeweiligen Webseite veröffentlicht werden. (Fandrych/Thurmain 2011: 136)

Abhängig vom Foren-Typ lassen sich Foren nach ihrem Zweck und ihrer Themengebundenheit – zumindest prinzipiell – verschiedenen Öffentlichkeitsebenen zuordnen. Freie Foren – vor allem die mit festgeschriebenen Interaktionsrollen – operieren auf der Ebene der Themen- bzw. Versammlungsöffentlichkeit, mit offenen Grenzen nach oben und unten. Kommentarforen hingegen oszillieren zwischen der Ebene der Medienöffentlichkeit, an die sie ja explizit, und zwar sowohl technisch als auch thematisch gebunden sind, sowie der Encounter-Ebene. Gegen eine Verortung auf der Themenebene spricht – trotz der thematischen Gebundenheit – vorrangig die fehlende Hierarchie bei der Rollenverteilung. Die Redaktionen haben zwar das Recht und die Mittel, Beiträge infolge grober Verstöße gegen Mindeststandards zu entfernen, greifen aber abgesehen von solchen Fällen in das Kommunikationsgeschehen nicht ein. Die hier vorgenommene Zuweisung zu den Ebenen sagt jedoch noch nichts über die spezifischen pragmatischen Bedingungen aus, denen die Forenrealisation unterliegt, denn diese entsprechen weder den Bedingungen in massenmedialen noch in interpersonalen Diskursrealisationen. Forenrealisationen sind wie alle online-medialen Texte »konstituiert und charakterisiert durch mediale Affordanzen, d.h. durch mediale Ermöglichungs-

strukturen einerseits, durch textstrukturelle Elemente, semantische Faktoren und durch Textumgangsweisen andererseits« (Pentzold et al. 2013: 87).

Foren-Kommunikation ist unabhängig von ihrer spezifischen Ausprägung als schriftliche, asynchrone Kommunikation im Distanzbereich zu bestimmen, die sowohl aus one-to-many-conversations als auch aus one-to-one-conversations besteht (Schuegraf/Meier 2005). Die (anonyme) Schriftlichkeit in Forenrealisationen schafft eine Differenz zu Gesprächen insofern, als »die Nutzer nicht mit Personen, sondern mit Texten bzw. symbolischen Repräsentationen interagieren« (Sutter 2010: 95). Asynchrone Kommunikation, wie sie für Foren typisch ist, liegt vor, weil Produktion und Rezeption eines Beitrages zeitlich versetzt erfolgen. Die an der Kommunikation Teilnehmenden müssen weder zeitlich noch räumlich kopräsent sein. Hieran ist ein weiterer Unterschied zu Face-to-Face-Interaktionen festzumachen, denn die einzelnen Beiträge werden eben nicht unter den Beteiligten interaktiv ausgehandelt und kollaborativ produziert, sondern sie sind immer erst nach dem Übermitteln für den Rezipienten sichtbar. Diese Übermittlung geschieht nicht zeichenweise, sondern en bloc, d.h. der Produktionsprozess entzieht sich der Wahrnehmung und somit auch dem Einfluss der anderen Beteiligten (vgl. Beißwenger 2016: 282-283).

Diskussionsforen zu einem bestimmten massenmedialen Beitrag sind in den meisten Fällen sequentiell chronologisch nach Eingang der jeweiligen Postings präsentiert, in manchen Fällen aber auch nach Subthemen (Threads). Die Postings nehmen entweder Bezug auf den Initialbeitrag oder auf Vorgängerkommentare, wobei durch die zitierende Übernahme aus dem jeweiligen Bezugstext die betreffenden Sequenzen nicht nur in den eigenen Text integriert, sondern auch jeweils neu kontextualisiert werden. Es entsteht also eine spezifische Art von Dialogizität bzw. Diskursivität. In den sich so etablierenden Diskussionssträngen, die teilweise in erheblichem Maße thematisch vom jeweiligen journalistischen Beitrag abweichen, beziehen sich die Postings auf Vorgängeräußerungen – und zwar relativ unabhängig von deren chronologischen Eingang – und animieren bisweilen auch zu Folgehandlungen, auch wenn die damit in Kraft gesetzten Zugzwänge als eher schwach anzusehen sind. So ist es keine Seltenheit, dass (erwartbare) Anschlusskommentare erst zu einem viel späteren Zeitpunkt erfolgen. Für die Kohärenzbildung über mehrere Beiträge hinweg ist es in solchen Fällen notwendig, den Diskussionspfad transparent zu machen, beispielsweise dadurch, dass auf die Bezugsäußerung erkennbar verwiesen wird (vgl. Burger/Luginbühl 2014: 464). Dies wird in vielen Fällen vom technischen System realisiert, das eine Art Baumstruktur generiert, die oft mit Veränderungen der »Sehfläche« (Schmitz 2011) verbunden ist (zu grafischen Interfaces vgl. Pentzold et al. 2013: 87-89). So finden wir Einrückungen oder der Zusammenhang zwischen den Beiträgen wird durch den Gebrauch verschiedener Zeichen in unterschiedlicher Anzahl, bspw.: >, >>, >>>, visualisiert (für weitere Varianten vgl. Burger/Luginbühl 2014: 465-

467). Sprachlich-kommunikativ werden konkrete Bezüge zu Forenbeiträgen in erster Linie durch das namentliche Adressieren mittels direkter Anrede bzw. durch die Formel @+(Nick)Name bewerkstelligt. Als eine – teilweise auch vom Online-Angebot generierte – Praktik des spezifischen Bezugs hat sich darüber hinaus das Zitieren etabliert (vgl. Beißwenger 2016: 295-298). Durch die Übernahme von Passagen aus bzw. des gesamten Postings – was in der gesprochenen Sprache nicht nur unüblich, sondern auch unkooperativ sensu Grice wäre – wird der Bezug sofort sicht- und nachvollziehbar. Vor allem an solchen Sequenzen wäre die Applikabilität eines methodischen Vorgehens, das zur Analyse teilnahmeorientierter Diskursrealisationen verwendet wurde (Roth 2015) zu überprüfen, zumal es zu den dialogischen Prozessen in Foren nur wenige Untersuchungen gibt.

3. (DISKURS-)PRAGMATISCHE BASISBEDINGUNGEN VON FORENKOMMUNIKATION

Das von uns verfolgte Projekt bewegt sich im diskurssemantischen Paradigma und interessiert sich entsprechend für das in den Foren realisierte kollektive Diskurswissen zu einem bestimmten Thema. Dabei folgt es dem Kerngedanken des diskurspragmatischen Ansatzes (Roth 2015), demzufolge es für die Beschreibung eines Diskurses neben der reinen Inventarisierung versprachlichten Wissens und der typischen Formen dieser Versprachlichung auch wichtig ist, zu erfassen, unter welchen pragmatischen Bedingungen diese Realisation erfolgte (und unter welchen anderen dies nicht geschieht). Wir gehen dabei davon aus, dass die pragmatische Grundkonstellation der Forenrealisation sich grundlegend von der in alltäglichen Face-to-Face-Gesprächen (»Teilnahmeorientierten Realisationen« – TOR) und denen, die klassischen Massenmedien entstammen (»Massenmediale Realisationen« – MMR) unterscheiden, an denen der Ansatz entwickelt und bislang erprobt wurde (Roth 2015; teilweise auf Online-Daten angewandt in Peździsz 2013).¹² Vor dem Hintergrund des in diesem Beitrag bislang skizzierten erscheint es sinnvoll, diese spezifischen pragmatischen Bedingungen der Foren-Realisationen als Folge – oder je nach Sichtweise auch als Ursache – des hybriden Öffentlichkeitscharakters der Forenkommunikation aufzufassen. Eine linguistische Analyse würde somit den Anspruch verfolgen, in den konkreten Daten zu zeigen, wie sich in der Art und Weise der Diskursrealisationen in den Foren das tatsächlich empirisch

12 | Eine eingehende Begründung dieser Begrifflichkeit sowie eine ausführliche Auseinandersetzung mit den strukturellen Unterschieden zwischen TOR- und MMR-Realisationen liegt in Form der theoretischen Grundlegung und methodischen Erprobung des diskurspragmatischen Ansatzes vor in Roth 2015.

beschreibbar festmachen lässt, was die theoretischen Öffentlichkeitsmodelle auf einer weitgehend abstrakten Metaebene nahelegen.

Im Sinne eines heuristischen Analyserasters gehen wir im Projekt von drei Achsen pragmatischer Basisbedingungen aus, auf denen sich die Foren-Realisationen relational zu TOR und MMR charakterisieren lassen. Diese drei Achsen im Einzelnen und in ihrer Gesamtheit lassen sich nun in vielfacher Weise ins Verhältnis setzen zu den referierten Öffentlichkeitskonzepten und dürfen von daher in gewissem Maße als deren Operationalisierung für die Zwecke einer empirischen linguistischen Analyse aufgefasst werden (vgl. ausführlich Pappert/Roth 2016):

1. *Grad an lokaler Interaktionalität:*¹³ Man kann auch massenmediale Kommunikate als interaktiv aufeinander bezogen betrachten, indem man den Gedanken der Intertextualität so interpretiert, dass einzelne mediale Texte gewissermaßen aufeinander antworten (vgl. zu dieser Sichtweise auf mediale Diskurse als »Gesellschaftsgespräch« u.a. Wichter 1999). In der Regel ist das einzelne Kommunikat aber nicht das kollaborative Produkt mehrerer Sprachproduzenten im Rahmen eines interaktionalen Geschehens, wie das bei den TOR typisch ist, deren Prototyp eben die Äußerung im Face-to-Face-Gespräch ist. Stehen also auf einer Achse der Interaktionalität TOR und MMR an den beiden Polen, ist aufgrund der erwähnten Eigenschaft der strikten Sequentialität für die Foren-Realisationen anzunehmen, dass sie sich zwischen beiden befinden. Den Interaktionalitätsgrad von Gesprächen erreichen sie zwar nicht, das Forum als Ganzes wird jedoch aus auf einer Zeitachse aufeinander folgende Posts konstituiert, die auf diese Weise immer mit einer Vor- und einer Nachgeschichte interagieren. Entscheidend ist nun mit Blick auf den Öffentlichkeitsstatus der Foren-Kommunikation, dass die – bis auf sehr sporadische Moderatoreneingriffe als »Ultima ratio« – unregelte, in gewisser Weise *natürliche* Interaktion in sequentieller Ordnung das einzige Organisationsprinzip in den Kommentarforen ist. Damit zeigen diese auf dieser Achse eine große strukturelle Nähe zu den Encounter-Öffentlichkeiten, die ja ihrerseits durch das Fehlen strukturierender Prinzipien und regelnder Instanzen sowie ein damit einhergehendes sehr geringes Maß an Kohärenzzwang über die Zeit hinweg geprägt sind. Sofern sich unsere heuristische Einordnung der Foren-Realisationen auf dieser Achse also als empirisch verifizierbar erweist, wäre dies auch als ein Hinweis darauf zu werten, dass die Kommunikation in den Foren

13 | Der Terminus »lokal« kann sich im Falle von Webforen natürlich nur auf den virtuellen Ort beziehen, der durch die jeweilige URL als »Adresse« konstituiert wird. In der Entstehungszeit des Internets schon früh aufgekommene räumlich-metaphorische Ausdrücke wie *Homepage* und *Navigation* verweisen darauf, dass dieses Verständnis einem etablierten kognitiven Muster auch der Produzent entspricht.

trotz ihrer rein technisch nahezu unbegrenzten Zugänglichkeit zumindest in dieser Hinsicht strukturell eher den lokalen ad hoc-Öffentlichkeiten der Encounter-Ebene gleicht.

2. *Grad an Trialogizität*: Ein wichtiger pragmatischer Unterschied zwischen den strukturellen Kommunikationsbedingungen der TOR und denen der MMR besteht darin, dass massenmediale Kommunikation grundsätzlich »trialogisch« (im Sinne von Dieckmann 1981) ist: Auch dort, wo sich massenmediale Äußerungen unmittelbar auf andere beziehen, ist letztlich nicht das dezidiert angesprochene und benannte Gegenüber primärer Adressat, sondern ein anonymes und disperses Publikum, das das Medienprodukt rezipiert und für das es überhaupt produziert wird. Mit anderen Worten: Ein für die Akteure physisch nicht anwesendes Publikum ist *konstitutiv* für die Kommunikation, sie würde ohne dieses nicht stattfinden. Da das bestimmende Merkmal der TOR dagegen gerade die Kontrollierbarkeitsannahme ist, das Sprechen *unter uns* und damit der Rezipientenzuschnitt auf das physisch anwesende Gegenüber, sind auch auf dieser Achse wieder TOR und MMR an den Polen anzusetzen. Foren-Realisationen werden sich auch hier zwischen ihnen befinden, weil sie zwar einerseits durch eine unbeschränkte Öffentlichkeit rezipierbar sind, andererseits aber nur eine überschaubare Rezeptionschance und -wahrscheinlichkeit haben. Beide Tatsachen zusammen machen den charakteristischen hybridöffentlichen (Bittner 2003) Charakter des Web 2.0 aus. Er besteht eben darin, dass die Foren-Kommunikation auf dieser Achse changiert zwischen den Bedingungen der Encounter- und denen der massenmedialen Öffentlichkeiten. So kann davon ausgegangen werden, dass die Existenz von Mithörern (oder in diesem Falle: Mitlesern) angesichts der schriftlichen Übermittlung und dauerhaften, oft technisch nicht zeitlich begrenzten Speicherung der Realisationen deren Produzenten regelmäßig bewusst und einkalkuliert ist. Obwohl die Forenkommunikation, wie wir sie auffassen, interaktional angelegt ist oder zumindest ein großes interaktionales Potenzial beinhaltet, werden die Äußerungen eben auch dann nicht *face to face* realisiert, wenn ausdrückliche Bezüge vorgenommen werden: Die Basisbedingung der TOR, dass der Rezipientenkreis der Realisation vom Produzenten überschaut werden und die Äußerung insofern nur an den ratifizierten Teilnehmern der Interaktion orientiert werden kann, fehlt. Das grundsätzliche Vorhandensein von Mitlesern wird den Beteiligten also bewusst sein. In gewisser Weise ähnelt diese Konstellation durchaus den Öffentlichkeitsbedingungen wie sie in massenmedialem Rahmen dort gelten, wo nicht-professionelle Äußerungsproduzenten die Gelegenheit zu Äußerungen erhalten (etwa in Phone-In-Sendungen des Rundfunks). Auf der anderen Seite fehlt dem sequentiellen Interaktionsverlauf in den Foren jede Form der systematischen Inszenierung und des professionellen Rollenarrangements, die im Rahmen massenmedialer Öffentlichkeit üblicherweise Grundlage trialogischer Kommunikation sind (etwa in Talkshows,

in denen Gesprächsteilnehmer a priori als Vertreter bestimmter Parteien oder Institutionen gesetzt sind). Von daher – und auch angesichts des real zu erwartenden Rezeptionsradius' dieser im Sinne Habermas' »fragmentierten Öffentlichkeiten« – ähneln die Foren auf der Ebene der Dialogizitätsachse also eher den Bedingungen von Encounter-Öffentlichkeiten.

3. *Grad an kommunikativer Verantwortlichkeit*: Die Interaktion im Face-to-Face-Gespräch, in die TOR eingebettet sind, ist basal geprägt von einem primären lokalen Kooperationsgebot. Dieses wiederum führt den konkret anwesenden Gesprächspartnern gegenüber zu sozialen Rücksichten, die nach Goffman (u.a. 1997) mit dem Konzept des negativen und positiven »Face« (oder auch des »Images«, vgl. Holly 1979) beschrieben werden. Die hohe Verpflichtung auf dieses Prinzip ergibt sich unmittelbar aus einer allgemeinen sozialen und im Speziellen kommunikativen Verantwortlichkeit, die der Sprecher als soziales Ich für seine Äußerungen übernimmt. Verletzungen des Images anderer Interaktanten führen zu unmittelbaren Sanktionen und können zum Scheitern der Interaktion als Ganzes beitragen. In MMR ist diese kommunikative Verantwortlichkeit geringer, weil im massenmedialen Kontext Sprecher häufig im Rahmen von Inszenierungen und mit diesen Inszenierungen verbundenen Rollen agieren, was sich wiederum aus der strukturellen Dialogizität ergibt. Das Verhältnis von TOR und MMR auf dieser Achse ist aber nicht polar, sondern das eines Mehr und Weniger. Tatsächlich stehen den TOR am einen Ende der Achse am anderen vielmehr die Foren-Realisationen gegenüber. Diese sind geprägt von einem weitgehenden Fehlen kommunikativer Verantwortlichkeit und es ist gerade dieser Aspekt, der in kritischen Blicken auf die »neue Öffentlichkeit« im Web 2.0 (vgl. Schmidt 2013) immer wieder im Vordergrund steht: Dadurch, dass Identitäten im Netz letztlich immer virtuell sind, bleiben auch alle denkbaren Sanktionen (etwa der Ausschluss aus einem Forum durch einen Administrator) virtuell. Kommunikativ-soziale Verantwortung gibt es damit letztlich nicht. Mit Blick auf die Frage nach dem Öffentlichkeitscharakter der Kommentarforen ergibt sich damit auch hier ein ambiges Bild: Auf der einen Seite kann man diese spezifischen kommunikativen Rahmenbedingungen als eine Übersteigerung der Inszenierungsmöglichkeiten in massenmedialer Kommunikation auffassen. Auch dort ergibt sich aus dem strukturell gegebenen Rollen-Handeln der Akteure eine relativierte kommunikative Verantwortlichkeit, indem etwa das auf der Inszenierungsebene scheinbar harte konfrontative, unter Umständen sogar verletzendes Gesprächsverhalten des Teilnehmers einer politischen Talkshow insofern als unproblematisch empfunden – und sogar erwartet – wird, als die Rollenaufgabe des Sprechers genau dieses Verhalten geradezu erforderlich macht. Andererseits war als Kennzeichen der strukturellen Bedingungen auf der Ebene massenmedialer Öffentlichkeiten auch das Vorhandensein institutioneller und sogar juristischer Regelungen des professionellen journalistischen Handelns genannt worden. Diese sorgen

in erster Linie aufgrund des großen Rezipientenradius von massenmedialen Kommunikaten für sehr weitgehende Sagbarkeitsbeschränkungen. Dass Restriktionen solcher Art in den Kommentarforen für den einzelnen Beiträger nun nicht existieren, bedeutet für diesen, dass das kommunikative Setting, aus dem heraus er seine Äußerungen abgibt – ungeachtet der zeitlichen Verstetigung durch Schriftlichkeit und digitale Speicherung – eher den von Flüchtigkeit und höchst begrenzter Rezeption geprägten Bedingungen der teilnahmeorientierten Realisationen im Rahmen der Encounter-Öffentlichkeiten entspricht. Auch hier erweist sich die strukturelle Anlage der Webforen also in gewisser Weise als eine Kreuzung aus den Eigenschaften der Encounter- und denen der massenmedialen Öffentlichkeiten. Die geringsten Übereinstimmungen lassen sich dagegen zur Versammlungsöffentlichkeit annehmen, die aufgrund des persönlichen Einstehens in einem physisch gegebenen Raum, idealtypisch *auf der Bühne* mit ihren Sanktionen von Applaus und Buhrufen, ein Höchstmaß an kommunikativer Verantwortlichkeit mit sich bringt.

4. EXEMPLARISCHE SKIZZE

Inwieweit das vorgeschlagene Modell der diskurspragmatischen Bedingungen von Foren-Realisationen als Operationalisierungsbasis dafür taugt, den spezifischen und in dieser Form eben neuartigen Öffentlichkeitscharakter dieser Kommunikationsform in der linguistischen Analyse sichtbar zu machen, wird in den Korpusanalysen des Projekts zu erproben sein. An dieser Stelle werden wir uns darauf beschränken, am Beispiel eines Kommentarforums – und schließlich noch weiter eingegrenzt am Fall einer thematischen Sequenz aus diesem Forum – für jede der drei Achsen jeweils einen Aspekt zu skizzieren, der für die entwickelte Fragestellung relevant sein könnte. Bei dem Beispiel handelt es sich um das Kommentarforum eines Artikels eines der bedeutendsten, redaktionell selbstständigen deutschen Online-Medien: SPIEGEL ONLINE. Der Artikel stammt aus dem exemplarischen Korpus zum Diskurs über Ostdeutsch/Westdeutsch und ist am 22.07.2015 unter dem Titel »25 Jahre Deutsche Einheit: Kinder, Autos, Religion – der Ost-West-Vergleich« erschienen.¹⁴ Thema war eine damals aktuell erschienene Metastudie des »Berlin Instituts für Bevölkerung und Entwicklung«. Referiert werden, in knappen Absätzen und teilweise ergänzt um Infografiken, die aus Sicht des Journalisten wesentlichen Befunde zu Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen Ost- und Westdeutschland im Jahr 2015. Das Kommentarforum umfasst 274 Posts aus fünf Tagen ab Erscheinen des Artikels (22.07.-27.07.2015).

14 | www.spiegel.de/politik/deutschland/wiedervereinigung-so-haben-sich-osten-und-westen-veraendert-a-1044749.html (letzter Abruf 8.6.2016).

4.1 Interaktionalität

Die große Bedeutung der lokalen Interaktionalität für das, was in den Kommentarforen öffentlich verhandelt wird, war weiter oben unter anderem am Fehlen aller regulierenden und strukturierenden Instrumente (redaktionelle Steuerung, Moderation mit Einfluss auf die Vergabe von Äußerungsrechten und Aufgaben der Themenentwicklung und Steuerung usw.) festgemacht worden. Daraus abgeleitet war angenommen worden, dass die Foren von einem strukturellen Mangel an thematischer Kohärenz geprägt sind und ein thematisches *Ausfransen* zu beobachten sein wird, wie es für die TOR beziehungsweise eben für Äußerungen unter den Bedingungen von Encounter-Öffentlichkeiten typisch ist. Zwar weist im Falle des hier gewählten Beispiels bereits der redaktionelle Text als professionell-journalistischer Impulsgeber eine recht große thematische Bandbreite auf, indem er die verschiedenen referierten Aspekte (Geburtenrate, Religionspraxis, Rauschmittelgenuss usw.) mehr oder minder unverbunden nebeneinander stellt und in keiner Weise zueinander in Verbindung setzt. Dennoch wird auch dieses weite Spektrum im Kommentarforum tatsächlich noch massiv ausgeweitet und es werden beispielsweise auch solche Themen hier intensiv verhandelt, die aufgrund der teilweise deutlich früheren Datenerhebung weder in der Studie noch im Artikel eine Rolle gespielt haben können, aber von großer unmittelbarer Aktualität waren: Der Umgang mit der großen Zahl an Flüchtlingen, die 2015 nach Deutschland gekommen sind, etwa oder die parallel erstarkende sogenannte *PEGIDA*-Bewegung mit ihrem Schwerpunkt in Ostdeutschland. Für unser Interesse relevant sind jedoch weniger solche eher abstrakten Inventarisierungen von Sektoren,¹⁵ die in den Foren berührt werden, sondern die Art und Weise, wie es zu solchen *Ausfransungen* im sequentiellen Verlauf der Forenentstehung konkret kommt. Hier nämlich zeigt sich erst, dass es tatsächlich nicht in erster Linie so ist, dass die einzelnen Beiträge die Foren im Sinne eines digitalen Gästebuchs nutzen, um gewissermaßen auf eine neue »leere Seite« ihren Kommentar zur Sache (oder zum Impulstext) abzugeben, sondern dass dort häufig (jedoch nicht immer) teilweise mehrschrittige Interaktionsverläufe zustande kommen, aus denen sich die schnelle thematische Öffnung ergibt.

Dies kann an einer kleinen Teilsequenz verdeutlicht werden, deren Ausgangspunkt ein Post ist, der unmittelbar auf die folgenden Sätze Bezug nimmt,

15 | Unter »Sektoren« sind mit Roth 2015 subthematische Bereiche eines Diskursthemas zu verstehen, die in Realisationen einer Interaktion über dieses Thema von den Interaktanten berührt werden können (aber nicht müssen). Ihre Auftretenswahrscheinlichkeit ist aufgrund unterschiedlich hoher pragmatischer Hürden sehr verschieden und lässt sich als Ergebnis empirischer Korpusanalyse, auch im Zusammenspiel mit anderen Sektoren, systematisch »kartieren« (vgl. Roth 2015: 179-245).

die im SPIEGEL ONLINE-Artikel im Absatz mit der Zwischenüberschrift »Wohlhabend im Westen« zu finden sind:

Grundsätzlich boomen viele Regionen im Westen, während der Wohlstand in der früheren DDR kaum wächst. Deutlich zeigt sich dies etwa an der Verteilung teurer Autos: Die Marke Skoda ist im Osten beliebt, BMW-Modelle rollen vor allem durch die alten Bundesländer.

Die folgende Übersicht zeigt sämtliche direkt oder indirekt auf diese Passage bezogenen Beiträge aus dem Forum in der sequentiellen Reihe ihres zeitlichen Erscheinens (das heißt auch in der Reihenfolge, in der sie graphisch als Gesamttext erscheinen, wenn ein Rezipient das Forum als Ganzes liest). Die Beiträge sind dabei nicht gekürzt, womit ersichtlich wird, dass es tatsächlich der zitierte Randaspekt aus dem Artikel ist, der auf diese Weise ein komplexes Eigenleben erhält:

Beispiel *Skoda vs. BMW*:¹⁶

II. BMW versus Skoda

Kuhndi 22.07.2015

Dass in den alten Bundesländern mehr BMW gefahren werden im Vergleich zu den neuen Bundesländer, und daraus abzuleiten wie der Reichtum verteilt ist, das finde ich gelinde gesagt dumm. Ich bin Schweizer und würde hier niemals BMW fahren, das sind vor allem Türken und Leute aus dem Balkan, die niedrige Einkommen haben, billige Wohnungen mieten und zur Stärkung des Ego einen BMW fahren, selbstverständlich nicht bezahlt sondern geleast. Und in DE sind alle bezahlt???

→ 16. Liebe Eidgenosse,

Central Park 22.07.2015

bei uns gibt es TÜV-Untersuchungen und scharfe Abgas-Grenzen. Die BMW der Türken und Balkan-Bewohner, die bei Ihnen durch die Schweiz fahren, sind die Altautos, die bei uns ausgesondert wurden. Die meisten BMW in Deutschland sind auch nicht bezahlt, sondern Firmenwagen mit Privatnutzung.

16 | Die Foren-Beiträge werden im Original, das heißt ohne grammatische oder orthographische Korrekturen zitiert. Die Einrückungen zeigen die gestuften Ebenen der inhaltlichen Bezüge an (wobei links jeweils der Bezugs-Post und rechts der beziehende Post steht). Die Nummerierung ist dem Forum selbst entnommen, wo sie vom System automatisch vor einem eventuell vom User vergebenen »Betreff« angezeigt wird. Steht ein Pfeil vor der Zahl, wurde im Forum der jeweilige übergeordnete Bezugstext als direktes Zitat angezeigt.

→ 31.

assiwichtel 22.07.2015

Na dann bringen Sie Ihr Auto mal hier zur MFK, die haben sich bei meinem trotz bestehendem TÜV ganz schön angestellt!!

→ 45.

Amadis 22.07.2015

Nee, der @kuhndi hat schon nicht ganz Unrecht. Gerade die 3er BMW sind bei bestimmten Bevölkerungsgruppen sehr beliebt. Wenn ein BMW mit jaulendem Motor über die Straße heizt, da kann ich mir sicher sein: Der Fahrer hat garantiert ausländische Wurzeln. Und selbst bezahlt ist der garantiert auch nicht, da hat die ganze Verwandtschaft Geld zusammengelegt.

→ 25. **BMW versus Skoda**

yedi 22.07.2015

Das mag aus ihrer Schweizer Sicht heraus dumm erscheinen. In Starnberg aber zB, eine der reichsten Gegenden (wenn nicht die reichste) Deutschlands, ist gefühlt jedes dritte Auto ein BMW der Oberklasse. Und garantiert bezahlt. BMW genießt – soweit ich weiß zumindest in Bayern – durchaus einen guten Ruf und es ist keineswegs so, wie Sie es für die Schweiz darstellen.

→ 75. **Hahaha BMW**

ein-berliner 22.07.2015

BMW und Oberklasse ? Da hat der Schweizer schon Recht, Oberklasse beginnt bei den üblichen Ferraris. Wie gesagt – beginnt – als Zweitwagen.

→ 88. **Mal ganz ohne Witz:**

distel61 22.07.2015

Ferraris sind qualitativ oftmals eher so lala. Viel schöner Schein. Das wissen nur so wenige, weil die Dinger so teuer sind, dass sie kaum jemand fährt und die, die es doch tun, geben es meist nur ungerne zu. Außerdem hat man sehr häufig wechselnde Händler, weil die häufig pleite sind. Alles in allem verursacht Ferrari fahren eine Menge Stress und am besten kauft man gleich einen zweiten Ferrari als Ersatzwagen dazu, wenn man es trotz allem tun möchte. Für mich hat sich das Thema jedenfalls erledigt. Wenn Sportwagen, dann Porsche. Von mir aus auch Lambo, aber kein Ferrari.

→ 53.

rational_bleiben 22.07.2015

Ich finde es, gelinde gesagt, dumm, von BMW-fahrenden Balkan-Proleten auf die Verteilung der sozioökonomischen Stellung der BMW-Fahrer im alten Bundesgebiet zu schließen. Ich bin vom Balkan – und mein VW ist so alt, dass ich auch eine sexuelle Beziehung mit ihm eingehen dürfte (wenn ich denn wollte). Es horten ja auch nicht alle Schweizer 'ne halbe Million auf'm Konto.

→ 91.

distel61 22.07.2015

Ich glaube, Einwanderer bzw. deren Nachfahren aus der Türkei oder aus Ex-Jugoslawien haben, allen Unkenrufen zum Trotz, in Deutschland mittlerweile einen recht guten Ruf. Jedenfalls würde ich das für Baden-Württemberg so sehen. Und leider muss ich sagen, dass ein Freund von mir, in Deutschland aufgewachsen, mit jugoslawischen Wurzeln übel aus der Schweiz rausgeekelt wurde. Und das scheint seinen Recherchen zu folge kein Einzelfall gewesen zu sein. Von daher frage ich mich schon, wer hier in der Oberklasse spielt und wer nicht!?

108.

sojertzja 22.07.2015

>An der Verteilung teurer Automarken zeigt sich die geografisch ungleiche Verteilung des Vermögens in Deutschland< Gewagte These, wenn man bedenkt, dass in z.B. der Region Stuttgart massig fette Autos mit dem Stern rumfahren. Die Besitzer sind aber keineswegs zwangsläufig reich – sondern stehen oft beim ortsansässigen Daimler am Band und kommen deswegen günstig an einen Jahreswagen ran. Die Autos taugen folglich nicht als Indikator (auch wenn im Fall Stuttgart unterm Strich natürlich stimmt, dass es eine florierende Region ist)

→ 125.

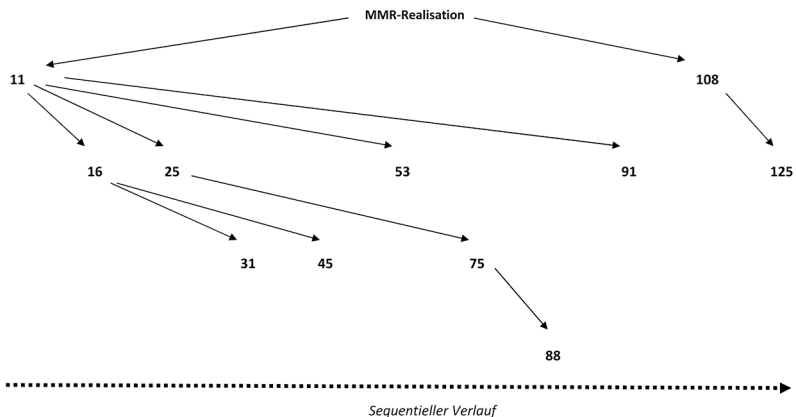
_derhenne 22.07.2015

Äh, wer »beim Daimler« am Band steht und Tariflohn kassiert, der geht hier in Ostdeutschland dicke als »reich« durch! Da sehen Sie wie unterschiedlich die Vorstellungen von Reichtum und Vermögen in den beiden Teilen Deutschlands sind

Das Beispiel lässt die Konsequenz von lokaler Interaktionalität als einzigen Mechanismus der diskursiven (und hier zunächst der diskursthematischen) Steuerung in zumindest dreifacher Weise erkennen: 1. Diskursthematische Grenzen sind in den Foren analog zu den traditionellen Interaktionsformen der Encounter-Öffentlichkeiten nicht gegeben. Die Sektorenwechsel bis hin zur Verhandlung der Frage, von welcher substanziellen Qualität Ferrari-Modelle sind (Beitrag 88), erfolgt in wenigen interaktionalen Zwischenschritten und ohne jeglichen Begründungs- (von Seiten des Beiträgers selbst) oder Akzeptanz- (von Seiten der anderen Foristen) Aufwands. 2. Die kollektive Konstitution des thematischen Feldes, das die Artikel bearbeiten, ist selbst in einer im Forum insgesamt eher randständigen Sequenz von verhältnismäßig geringem Umfang durchaus komplex und umfasst immerhin bis zu drei Bezugs-

ebenen. Sowohl im Rahmen traditioneller Versammlungs- als auch klassischer massenmedialer Öffentlichkeiten würde eine solche Komplexität, etwa durch Moderation oder durch redaktionelle Zuschnitte, entweder verhindert oder zu einer neuen Grundlage der gemeinsamen weiteren Interaktion geordnet. Dies fehlt hier. 3. Der Impulstext hat durchaus eine nachweisbare diskursthematische Bindungskraft für das Geschehen im Forum, die jedoch sehr schwach ist. Sie scheint sich aus der Sicht der Beiträger selbst als eher optional darzustellen: Ein Bezug auf die Aussagen des Impulstexts ist dort, wo explizite (z.B. durch graphisch dargestelltes Zitieren) Bezüge auf andere Foren-Beiträge vorliegen, obsolet. Andererseits ist zu jedem beliebigen Punkt im sequentiellen Verlauf des Forums auch ein nicht begründungspflichtiger unmittelbarer Bezug auf den Impulstext möglich (wie hier im Beitrag 108). Der Beiträger ignoriert hier – sei es absichtlich oder weil er den Vorlauf im Forum gar nicht gelesen hat – sämtliche vorangegangenen Posts dieses subthematischen Strangs vollständig, was – etwa durch den reaktiven Beitrag 125 – auch nicht reklamiert wird. Einige dieser Eigenschaften der Interaktionalität in den Foren werden in der graphischen Darstellung der Beiträge im Sequenzverlauf unmittelbar erkennbar:

Abbildung 1: Interaktionalität der Forenbeiträge im Sequenzverlauf



4.2 Dialogizität

Mehrere der interaktional aufeinander bezogenen Beiträge weisen auf der sprachlichen Oberfläche explizit Dialogizitätsmarker auf, etwa die in vielen Posts verwendete Anredeform »Sie«. Diese suggeriert eine direkte Ansprache des Autors desjenigen Beitrags, auf den man sich bezieht und simuliert damit den Austausch einer Face-to-Face-Interaktion. Will man demgegenüber den Niederschlag des grundsätzlich zu unterstellenden Bewusstseins von der all-

gemeinen, nicht kontrollierbaren Zugänglichkeit der Äußerung in den Daten nachweisen, erweist sich dies allein anhand eines einzelnen Beispiels als eher schwierig. Schließlich müssten dafür in den Daten selbst Hinweise ermittelt werden, was vermutlich erst auf der Ebene transtextueller Muster sinnvoll wird. Eine mögliche Spur wären jedoch die auch in dieser Sequenz deutlich nachweisbaren Versuche verschiedener Beiträger, mit der Interaktionsmodalität zu spielen, vor allen Dingen humorige Äußerungen zu produzieren, teilweise gar mit kabarettistischen Beiträgen in miniature für Aufmerksamkeit und Zustimmung zu sorgen. Als solche kann unter Umständen der gesamte Beitrag 88 (bezeichnenderweise überschrieben mit »Mal ganz ohne Witz«) gelesen werden, was hier aber These bleiben muss, da eine unmittelbare Reaktion ausbleibt, die direkte und indirekte Verstehensdokumentation zugänglich machen würde. Eindeutig in diesem Sinne zu lesen ist beispielsweise die Formulierung »mein VW ist so alt, dass ich auch eine sexuelle Beziehung mit ihm eingehen dürfte (wenn denn wollte)«. Solche offenkundig kalkulierten Erwartungsbrüche zur Steigerung der Attraktivität des eigenen Beitrags (und eventuell auch des in ihm steckenden Widerspruchspotenzials) könnten durchaus Versuche zur aktiven Adressierung der mitlesenden Dritten sein. Nachzuweisen wäre dies, wie gesagt, nur in systematischen Korpusanalysen.

4.3 Kommunikative Verantwortlichkeit

In der zuletzt angesprochenen Möglichkeit zur dialogischen Profilierung innerhalb der Foren könnte natürlich nicht zuletzt auch ein potenzielles Motiv für User stecken, das weitgehende Fehlen von kommunikativer Verantwortlichkeit in der Forenkommunikation auszunutzen. Wenn schon im Rahmen massenmedialer Realisationen, die wir auf dieser Achse ja relational in der Mitte angesiedelt hatten, Provokation eines der am meisten naheliegenden Mittel zur Sicherung von Aufmerksamkeit ist, so gilt dies für die Forenkommunikation umso mehr. Provokation wiederum kann im Wesentlichen auf zwei Weisen erfolgen: Entweder durch das Betreten eines auf der massenmedialen Ebene tabuisierten (oder von Teilen der Kommunikationsgemeinschaft als tabuisiert empfundenen) diskursthematischen Sektors oder der Realisation einer entsprechenden Aussage unter Verzicht auf distanzierende oder anderweitig absichernde sprachliche Mittel oder aber durch direkte Angriffe auf das persönliche Face konkreter Personen. Gerade hierin, in der »Sagbarkeit« solcher Äußerungen mit Blick auf die kommunikativen Konsequenzen liegt ja aufgrund der erwähnten Strukturunterschiede der vielleicht entscheidendste Unterschied zwischen TOR auf der Ebene der Encounter-Öffentlichkeit und MMR in den Massenmedien. Für die spezielle Sprecherattitüde, die auf der oft expliziten Inanspruchnahme des für Face-to-Face-Gespräche typischen Rechts auf unbedingt *freies* Sprechen basiert, gibt es alltagssprachliche Konzepte und

Begriffe wie das des *Stammtischs*, die sich in ihrer Komplexität linguistisch betrachtet am ehesten als Interaktionsmodalität beschreiben lassen (vgl. Roth 2017). Es wird eine wesentliche Aufgabe des anvisierten Projekts sein, die Übersetzung und Neukonstitution dieser Modalität in den Kommentarforen systematisch zu erfassen und zu beschreiben. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auch den typischen Eskalationsstrukturen gelten müssen, die diese Kommunikationsform regelmäßig und – was entscheidend ist – ganz themenunabhängig mit sich bringt.

So weist die hier zitierte thematische Sequenz zwar ein eher geringes Maß an Ausnutzung der mangelnden kommunikativen Verantwortlichkeit auf, entscheidend ist aber, dass sich provokative Keime, aus denen sich zum Beispiel in einem längeren sequentiellen Verlauf solche Eskalationen ergeben können, auf verschiedenen sprachlichen Ebenen doch auch hier bereits zahlreich vorhanden sind. Dies beginnt mit der klar kontrastiven Kategorientrennung zwischen »Schweizern« und »Türken und Leuten aus dem Balkan, die niedrige Einkommen haben« schon im ersten Post (11). In ihr steckt (in welchem Maß auch immer kalkuliert) eine ethnische Argumentation (oder die Möglichkeit zur entsprechenden Lesart) mit großem Potenzial zur Eskalation, das sich in der Sequenz zwar nicht vollständig entfaltet, aber sich doch immerhin andeutet: Der Post 91 greift die rassistische Lesart des ersten Posts explizit auf und weist nun wiederum der kategorialen Selbstidentifikation von dessen Autor (»Ich bin Schweizer ...«) einen abgewerteten Status zu (»... frage mich schon, wer hier in der Oberklasse spielt und wer nicht!?!«). Auch in kleineren lexikalischen Einheiten wie dem »gelinde gesagt dumm«, das der Eingangspost 11 noch auf den redaktionellen Artikel bezieht, Post 53 aber später wiederum auf dessen Autor selbst bezieht, zeigen sich solche Provokationskeime. Auch das Mündlichkeit emulierende Signal völligen Unverständnisses *Ähähm*, mit dem in Beitrag 125 gleich eingangs markiert wird, für wie grundsätzlich unhaltbar der Inhalt der vorangegangenen Realisationen gehalten wird, lässt sich in diese Richtung lesen.

5. AUSBLICK

Die vorliegenden Modellierungen von Öffentlichkeit und theoretischen Differenzierungen verschiedener Öffentlichkeiten scheinen als Grundlage für die linguistische Analyse neuer digitaler Kommunikationsformen wie den Kommentarforen, die wir eingehender untersuchen wollen, vielversprechend. Der Theorierahmen, den sie konstituieren, bedarf für die Zwecke empirischer linguistischer Forschung jedoch einer Operationalisierung, die auf die Ebene konkreter pragmatischer Realisationsbedingungen führt. Wir haben dafür in diesem Beitrag und an anderer Stelle (vgl. Pappert/Roth 2016) ein heuristisches

Modell vorgeschlagen, das aus den drei Bedingungsachsen der lokalen Interaktionalität, der Trialogizität und der kommunikativen Verantwortlichkeit besteht, auf denen Foren-Realisationen relational zu den teilnahmeorientierten (TOR) und den massenmedialen (MMR) charakterisiert werden können. Die beschränkte Anwendung auf ein begrenztes Beispiel zeigt, dass ein solches Vorgehen zielführend sein könnte. Zu bewähren hat es sich aber freilich im Rahmen systematischer Korpusanalysen.

LITERATUR

- Adamzik, Kirsten (2002): Interaktionsrollen. Die Textwelt und ihre Akteure. In: Adamzik, Kirsten (Hg.): *Texte, Diskurse, Interaktionsrollen. Analysen zur Kommunikation im öffentlichen Raum*. Tübingen: Stauffenburg, S. 211-255.
- Beck, Klaus (2006): *Computervermittelte Kommunikation im Internet*. München/Wien: Oldenbourg.
- Beißwenger, Michael (2016): *Praktiken in der internetbasierten Kommunikation*. In: Deppermann, Arnulf/Feilke, Helmut/Linke, Angelika (Hg.): *Sprachliche und kommunikative Praktiken. Jahrbuch 2015 des Instituts für Deutsche Sprache*. Berlin/New York: de Gruyter, S. 279-309.
- Bittner, Johannes (2003): *Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung*. Berlin: Erich Schmidt.
- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. New York: Lang.
- Burger, Harald/Luginbühl, Martin (2014): *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin/New York: de Gruyter.
- Dieckmann, Walter (1981): »Inszenierte Kommunikation«. Zur symbolischen Funktion kommunikativer Verfahren in (politisch-)institutionellen Prozessen. In: ders.: *Politische Sprache – politische Kommunikation. Vorträge, Aufsätze, Entwürfe*. Heidelberg: Winter, S. 255-279.
- Dürscheid, Christa (2005): *Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen*. In: *Linguistik online* 22/1, S. 3-16.
- Fandrych, Christian/Thurmair, Maria (2011): *Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht*. Tübingen: Stauffenburg.
- Fraas, Claudia/Meier, Stefan/Pentzold, Christian (2012): *Online-Kommunikation: Grundlagen, Praxisfelder und Methoden*. München: Oldenbourg.

- Fraas, Claudia/Meier, Stefan/Pentzold, Christian (Hg.) (2013): Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Diskursforschung. Köln: Herbert von Halem.
- Fraas, Claudia/Pentzold, Christian (2008): Online-Diskurse – Theoretische Prämissen, methodische Anforderungen und analytische Befunde. In: Warnke, Ingo H./Spitzmüller, Jürgen (Hg.): Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. Berlin/New York: de Gruyter, S. 287-322.
- Gerhards, Jürgen (1994): Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34) Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 77-105.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. (=FS III 90-101) Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Goffman, Erving (1997): Self-Presentation. In: Lemert, Charles/Branaman, Ann (Hg.): The Goffman Reader. Malden, Mass.: Blackwell, S. 21-25.
- Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (2008): Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. In: soFid – Sozialwissenschaftlicher Fachinformationsdienst 02/2008, Bonn: GESIS-IZ Sozialwissenschaften, S. 9-38.
- Hasebrink, Uwe/Hölig, Sascha (2014): Topographie der Öffentlichkeit. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 22-23/2014, S. 16-22.
- Höflich, Joachim R. (1997): Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonalen Kommunikation – der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In: Beck, Klaus/Vowe, Gerhard (Hg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin: Spiess, S. 85-104.
- Holly, Werner (1979): Imagearbeit in Gesprächen. Zur linguistischen Beschreibung des Beziehungsaspekts. Tübingen: Niemeyer.
- Holly, Werner (2011): Medien, Kommunikationsformen, Textsortenfamilien. In: Habscheid, Stephan (Hg.): Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen: Linguistische Typologien der Kommunikation. Berlin: de Gruyter, S. 144-163.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung. 3., grundlegend überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden: VS.

- Katzenbach, Christian (2008): *Weblogs und ihre Öffentlichkeiten: Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0*. München: Reinhard Fischer.
- Klemm, Michael (2012): *Doing being a fan im Web 2.0. Selbstdarstellung, soziale Stile und Aneignungspraktiken in Fanforen*. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 56, S. 3-32.
- Lorenz-Meyer, Lorenz (2005) *Resonanzraum: digitale Medienszene und klassischer Journalismus*. In: *epd medien*, 1, S. 30-34
- Münker, Stefan (2009) *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die Sozialen Medien im Web 2.0*. edition unseld. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Neidhardt, Friedhelm (1994): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34) Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 7-41.
- Neuberger, Christoph (2009): *Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs*. In: Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.): *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden: VS, S. 19-105.
- Pappert, Steffen (2003): *Politische Sprachspiele in der DDR: Kommunikative Entdifferenzierungsprozesse und ihre Auswirkungen auf den öffentlichen Sprachgebrauch*. Frankfurt a.M. u.a.: Lang
- Pappert, Steffen (2016): *Zur Konzeptualisierung von Kommunikationsereignissen*. In: Behrens, Ulrike/Gätje, Olaf (Hg.): *Mündliches und schriftliches Handeln im Deutschunterricht. Wie Themen entfaltet werden*. Frankfurt a.M. u.a.: Lang, S. 15-37.
- Pappert, Steffen/Roth, Kersten Sven (2016): *Diskursrealisationen in Online-Foren*. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 65, S. 37-66.
- Pędzisz, Joanna (2013): *Diskursive Blog-Interaktion: massenmediale oder interpersonale Diskursrealisation*. In: *text und diskurs* 6, S. 203-217.
- Pentzold, Christian/Fraas, Claudia/Meier, Stefan (2013): *Online-mediale Texte. Kommunikationsformen, Affordanzen, Interfaces*. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 41(1), S. 81-101.
- Roth, Kersten Sven (2015): *Diskursrealisationen. Grundlegung und methodischer Umriss einer pragmatisch-interaktionalen Diskurssemantik*. Berlin: Erich Schmidt.
- Roth, Kersten Sven (2017): *»Stammtisch 2.0«? Politiker-Kritik als interaktionale Ressource in Webforen*. In: Kämper, Heidrun/Wengeler, Martin (Hg.): *Protest – Parteienschelte – Politikverdrossenheit. Politikkritik in der Demokratie*. Bremen: Hempen, S. 77-97.
- Roth, Kersten/Spiegel, Carmen (Hg.) (2013): *Angewandte Diskurslinguistik. Felder, Probleme, Perspektiven*. Berlin: Akademie Verlag.
- Schmidt, Jan (2006): *Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie*. Konstanz: UVK.

- Schmidt, Jan (2009): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2013): Onlinebasierte Öffentlichkeiten: Praktiken, Arenen und Strukturen. In: Fraas, Claudia/Meier, Stefan/Pentzold, Christian (Hg.): Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung. Köln: Herbert von Halem, S. 35-56.
- Schmitz, Ulrich (2011): Sehflächenforschung. Eine Einführung. In: Diekmannshenke, Hajo/Klemm, Michael/Stöckl, Hartmut (Hg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: Erich Schmidt, S. 23-42.
- Schmitz, Ulrich (2015): Einführung in die Medienlinguistik. Darmstadt: WBG.
- Schuegraf, Martina/Meier, Stefan (2005): Chat- und Forenanalyse. In: Mikos, Lothar/Wegener, Claudia (Hg.): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UVK, S. 425-435.
- Sutter, Tilmann (2010): Der Wandel von der Massenkommunikation zur Interaktivität neuer Medien. In: Sutter, Tillmann/Mehler, Alexander (Hg.): Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen. Wiesbaden: VS, S. 83-105.
- Wichter, Sigurd (1999): Gespräch, Diskurs und Stereotypie. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 27, S. 261-284.