

Die Ideen von Bildung, Öffentlichkeit und Demokratie sind seit der Aufklärung aufs Engste miteinander verwoben. In einer demokratisch verfassten Gesellschaft kommt der politischen Öffentlichkeit eine Schlüsselrolle zu, diese Öffentlichkeit verlangt wissende Bürgerinnen und Bürger, die kritikfähig sind und sich artikulieren können, und die Voraussetzung dafür sind Erziehung und Bildung.

Die Öffentlichkeit der Aufklärung hat sich mehrfach gewandelt, zuletzt aufgrund medial-technischer Innovationen, die Wissen anders erzeugen und verbreiten. Die Frage ist, wie nun die kommunikativen Arenen der modernen Gesellschaft, die eine demokratische Selbstregulation gewährleisten, aussehen, und inwiefern das Bildung, Bildungspolitik, Bildungsorganisation und Bildungswissenschaft konfrontiert.

[www.juventa.de](http://www.juventa.de)

ISBN 978-3-7799-3638-1

9 783779 936381

**BELTZ JUVENTA**

Ulrich Binder | Jürgen Oelkers (Hrsg.)

## **Der neue Strukturwandel von Öffentlichkeit**

### **Reflexionen in pädagogischer Perspektive**

**BELTZ JUVENTA**

# Inhalt

Bildung, Öffentlichkeit und Demokratie im Wandel – Einleitung <i>Ulrich Binder und Jürgen Oelkers</i>	7
<b>Der neue Strukturwandel von Öffentlichkeit ...</b>	
Öffentlichkeit in mediatisierten Gesellschaften von heute. Von inhaltsbezogenen Kommunikationsformen zu medienbezogenem kommunikativen Handeln <i>Friedrich Krotz</i>	16
Mediendifferenzierung und der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit <i>Tilman Sutter</i>	31
Digitale Öffentlichkeit zwischen Fragmentierung und Mini-Publics <i>Caja Thimm</i>	49
Bewegungen im Web 2.0. Soziologische Beobachtungen zu einem Strukturwandel der Privatheit <i>Martin Stempfhuber</i>	61
ITube – von der repräsentativen zur individuellen Öffentlichkeit <i>Udo Thiedeke</i>	74
<b>... und Fragen der Bildung, Bildungspolitik, Bildungsorganisation und Bildungswissenschaft</b>	
Öffentliche Bildung ohne Öffentlichkeit? Zum Verhältnis von Allgemeinbildung, neuen Medien und den Bürgern <i>Jürgen Oelkers</i>	90
Sozialstrukturwandel, Bildung und Kinderöffentlichkeit <i>Michael Klundt</i>	118

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme.



Dieses Buch ist erhältlich als:  
ISBN 978-3-7799-3638-1 Print  
ISBN 978-3-7799-4633-5 E-Book (PDF)

1. Auflage 2017

© 2017 Beltz Juventa  
in der Verlagsgruppe Beltz - Weinheim Basel  
Werderstraße 10, 69469 Weinheim  
Alle Rechte vorbehalten

Herstellung: Hannelore Molitor  
Satz: text plus form, Dresden  
Druck und Bindung: Beltz Bad Langensalza GmbH, Bad Langensalza  
Printed in Germany

Weitere Informationen zu unseren Autoren und Titeln finden Sie unter: [www.beltz.de](http://www.beltz.de)

- Neuberger, Christoph (2014): Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit. Medien- und Kommunikationswissenschaft, Jg. 62, Heft 4, 567–587.
- Niedermaier, Hubertus (2008): Können interaktive Medien Öffentlichkeit herstellen? Zum Potential öffentlicher Kooperation im Internet. In: Stegbauer, Christian/Jäckel, Michael (Hrsg.): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 49–69.
- Oevermann, Ulrich (1983): Zur Sache. Die Bedeutung von Adornos methodologischem Selbstverständnis für die Begründung einer materialen soziologischen Strukturanalyse. In: Friedeburg, Ludwig von/Habermas, Jürgen (Hrsg.): Adorno-Konferenz 1983. Frankfurt/M.: Suhrkamp. S. 234–289.
- Peters, Hans Peter/Hennen, Leo (1990): Orientierung unter Unsicherheit. Bewertung der Informationspolitik und Medienberichterstattung nach „Tschernobyl“. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 42, Heft 2, S. 300–312.
- Schimank, Uwe (1996): Theorien gesellschaftlicher Differenzierung. Opladen: Leske & Budrich.
- Schmidt, Jan (2009): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK.
- Süss, Daniel (2004): Mediensozialisation von Heranwachsenden: Dimensionen – Konstanten – Wandel. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sutter, Tilmann (2003): Entmoralisierung und moralischer Subjektivismus. Reaktionen auf normative Verunsicherungen in der modernen Gesellschaft. In: Psarros, Nikos/Stekeler-Weithofer, Pirmin/Vobruba, Georg (Hrsg.): Die Entwicklung sozialer Wirklichkeit. Auseinandersetzungen mit der historisch-genetischen Theorie der Gesellschaft. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft. S. 179–200.
- Sutter, Tilmann (2010): Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sutter, Tilmann (2014): Folgen gesellschaftlicher Differenzierung: Normativismus, Subjektivismus, Schlichtung „Stuttgart 21“. Zeitschrift für Theoretische Soziologie, Jg. 3, Heft 2, S. 295–303.
- Sutter, Tilmann (2014a): Selbstsozialisation und Medienbildung. In: Marotzki, Winfried/Meder, Norbert (Hrsg.): Perspektiven der Medienbildung. Wiesbaden: Springer VS. S. 71–90.
- Trilling, Lionel (1983): Das Ende der Aufrichtigkeit. Frankfurt/Berlin/Wien: Ullstein.
- Wehner, Josef (1997): Interaktive Medien – Ende der Massenkommunikation? Zeitschrift für Soziologie, Jg. 26, Heft 2, S. 96–114.
- Wehner, Josef (2001): Elektronische Kommunikationsmedien und Zivilgesellschaft. Konturen vernetzter Öffentlichkeit. In: Maier-Rabler, Ursula/Latzer, Michael (Hrsg.): Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel. Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft. Konstanz: UVK. S. 95–109.

## Digitale Öffentlichkeit zwischen Fragmentierung und Mini-Publics

Caja Thimm

### 1. Digitale Gesellschaft – Wandelprozesse durch digitale Medien

Wie nur wenige globale Veränderungen hat das Internet individuelle, soziale und politische Kommunikations- und Handlungsformen verändert. Sichtbar wird diese neue Rolle von Medien in vielfältigen Kontexten. Sei es der Einfluss von Facebook oder Twitter im politischen Umbruch der arabischen Staaten im Jahr 2011, in denen das Internet Funktionen der Vernetzung und Echtzeitkommunikation entfaltet hat (Tufekci/Wilson 2012), das Computerspiel, das Strukturen von Unterhaltung revolutioniert oder Wikileaks, das ganze Staaten unter Druck gesetzt hat. Auch Politiker zeigen, wie zentral das Internet und insbesondere die Sozialen Medien für das politische System sind. War Barack Obamas Wahlkampf 2008 der noch von aller Welt bestaunte erste Entwurf einer „digital campaign“, in der vor allem YouTube als privater TV- und Werbekanal für die Politik entdeckt wurde (Thimm 2011), so steht nun die Diffusions- und Distributionskultur von Twitter im Zentrum des Interesses, wie die Auswertung von Twitter-Kommunikation im Europawahlkampf 2014 anschaulich verdeutlicht (Brachotte et al. 2017). Twitter hat es durch den 2016 gewählten US-Präsidenten Donald Trump nun zu neuer Berühmtheit gebracht: Botschaften in 140 Zeichen, ohne Links oder Hashtags, sind das Markenzeichen seiner Kommunikationspolitik – Trump wendet sich so mehrmals täglich mit einfachen, zumeist drastisch zugespitzten und simplifizierten Äußerungen nicht nur an sein Wahlvolk, sondern gleich an die ganze Welt, die sich ihrerseits ratlos an der Interpretation der Tweets versucht.

Aus der Dezentralisierung medialer Strukturen ergibt sich auch eine Distanzverringering zwischen den politischen Akteuren: Die klassische Rollenverteilung von Akteuren in und um das politische System ist nicht länger trennscharf. Politiker und Medien sind nicht mehr die ausschließlichen Produzenten von politischer Information, vielmehr treten jetzt auch Akteure der Zivilgesellschaft, also Bürgerinnen und Bürger, Vereine und weitere soziale Organisationen als Produzenten im politischen Diskurs auf. Die Kategorien der Produktion, Distribution und Rezeption sind also nicht mehr eindeutig auf die Akteure bzw. Institutionen der Medienschaffenden, Medienbetreibenden und Mediennutzer übertragbar.

Neben den Detailperspektiven auf die Nutzungskontexte und -technologien erscheint es zentral, die weitergehenden Implikationen dieser auf Teilnahme und Teilhabe basierenden Medienkulturen in den Blick zu nehmen. Es ist die Gesamtsicht auf die Vielfältigkeit, die das revolutionäre Moment dieser globalen Entwicklungen am besten beschreibt. Vielfältige Kommunikationsmodi und diverse mediale Nutzungskontexte bestimmen das Selbstverständnis einer Gesellschaft, die das Internet als gleichwertigen Lebensraum konstituiert hat. Dabei betrifft dies keineswegs mehr nur die jüngere Generation – auch Ältere haben das Netz seit Jahren für sich entdeckt. Die Integration der Medien in den Alltag im Sinne des Mediatisierungsansatzes, der von einem „Metaprozess der Mediatisierung“ ausgeht (Krotz 2007), ist ein Verweis auf die gesellschaftliche Durchdringung nahezu aller Lebensbereiche durch Medien.

## 2. Öffentlichkeit, Partizipation und Fragmentierung

Die skizzierte Diversität der medialen Optionen zur Herstellung politischer Debatten hat Erwartungen an eine kritische, rational argumentierende und tolerante Internetöffentlichkeit geschaffen, welche digitale Räume politischer Partizipation durch zivilgesellschaftliche Akteure erschließbar macht. Formuliert werden unter anderem Hoffnungen auf einen freieren Zugang zu Informationen, aber auch der Gedanke an eine grundsätzliche Teilnahmekultur hat nicht nur Aktivisten beflügelt.

Diese Vorstellungen von Öffentlichkeit im Sinne eines demokratischen Grundprinzips führt zunächst zu den Ausgangsüberlegungen von Habermas, der mit seinen Schriften (Habermas 1962/1992; 2008; 2013) nicht nur Grundlagen (Habermas 1962/1992), sondern auch weitere Diskussionsräume über den Charakter von Öffentlichkeit und ihrem Wandel im digitalen Zeitalter aufzeigt. Herausstellen lässt sich zunächst das Demokratieideal eines Raumes für Deliberation im Netz. Dieses Ideal sieht Habermas, trotz vieler negativer Zuschreibungen über den Zerstreungscharakter und die Oberflächlichkeit von Online-Kommunikation (vgl. Carr 2010) durchaus als möglich an:

„Das World Wide Web scheint freilich mit der Internetkommunikation die Schwächen des anonymen und asymmetrischen Charakters der Massenkommunikation auszugleichen, indem es den Wiedereinzug interaktiver und deliberativer Elemente in einen unreglementierten Austausch zwischen Partnern zulässt, die virtuell, aber auf gleicher Augenhöhe miteinander kommunizieren. Tatsächlich hat ja das Internet nicht nur neugierige Surfer hervorgebracht, sondern auch die historisch versunkene Gestalt eines egalitären Publikums von schreibenden und lesenden Konversationsteilnehmern [...] wiederbelebt“ (vgl. Habermas 2008, S. 161).

Weiterhin betont er, dass die erhöhte Komplexität der politischen Entwicklungen nicht nur einen Austauschprozess von Gedanken, Meinungen und Ideen benötigt, sondern deren „Komplexität [...] auf allen Stufen des politischen Prozesses eine zunehmende Zahl von formellen und informellen Gesprächen“ erfordert (Habermas 2008, S. 156). Dabei können diese Gespräche auch digitaler Natur sein.

Diese Perspektive auf die allgemeine Zugänglichkeit des Internets und die dadurch realisierte diskursive Transparenz wurde jedoch von Anbeginn digitaler Kommunikation von Bedenken im Hinblick auf Veränderungen von Öffentlichkeitsstrukturen begleitet. Besonders deutlich ist hierbei eine kritische Perspektive auf die Strukturmerkmale des Netzes als Begründung für die Gefahr des Zerfalls der Öffentlichkeit in desorganisierte Teilöffentlichkeiten, in denen sich „eine riesige Anzahl von zersplitterten, durch Spezialinteressen zusammengehaltene Zufallsgruppen“ bildet (Habermas 2008, S. 162).

Dieser Zerfall, der sich als *Fragmentierungsproblem digitaler Öffentlichkeit* bezeichnen lässt, ist keine neue Perspektive, sondern wurde bereits seit Aufkommen des Internets und weit vor den Zeiten der Sozialen Medien formuliert. Die weitgehende These vom „Zerfall der Öffentlichkeit“ (Jarren/Imhof/Blum 2000, S. 9) fand vielfach Beachtung und führte zur Befürchtung einer Massierung von „Zielgruppen mit Partikularinteressen“ (Blöbaum 2000, S. 136), zu einer „Entgrenzung medialer Öffentlichkeit“ oder zu „Teilpublika mit je gruppenspezifischen Interessenlagen“ (Holtz-Bacha 1998, S. 219). Betont wird, entweder explizit oder metaphorisch abgeschwächt, die Bedrohung der Demokratie durch die Ausbildung einer Nischenöffentlichkeit, manche sehen sogar die die Integration der Gesellschaft insgesamt gefährdet (vgl. Holz-Bacha 1998; Dahinden 2000).

Trotz dieser grundlegend kritischen Perspektiven auf das Internet, die es zu reflektieren gilt, bietet das Internet Raum für die Pluralisierung des Medienpublikums bzw. seiner Nutzerschaft und damit eine Möglichkeit des Diskurses „auf gleicher Augenhöhe“ (Habermas 2008, S. 161). Habermas sieht zudem die Andersartigkeit der Internetöffentlichkeit nicht zwangsläufig als Ausschlusskriterium für die Entwicklung deliberativer Diskurse: „Es ist ja keineswegs ausgemacht, dass die mediengestützte Massenkommunikation dem anspruchsvollen Kommunikationsmuster von Diskursen gleichen muss, wenn sie deliberative Politik fördern soll“ (Habermas 2008, S. 163).

Analysiert man die Einschätzungen der aktuellen Entwicklung, die durch Algorithmisierung und die Dominanz bestimmter Plattformen ausgezeichnet ist, so zeigt sich ein ausgesprochen heterogenes Bild. Viele Studien betonen nach wie vor das Potenzial des Netzes, politische Beteiligung zu demokratisieren und zu erweitern (vgl. Dahlgren 2009). Kritisch wird aber zunehmend die Rolle von „datafication“ oder der Filterfunktion von Algorithmen gesehen, so z. B. durch die Beeinflussung von Informationsflüssen großer Medienunternehmen, wie dies Eli Pariser (Pariser 2011) in seinem Modell der *Filter Bubble* befürchtet.

Noch weiter geht Morozov (Morozov 2011), der das Risiko von Überwachungsstrukturen aufseiten von Regierungen thematisiert und die Hoffnung auf eine netzbasierte Demokratisierung als reine Illusion („*net delusion*“) bezeichnet. Allerdings, so lässt sich kritisch anmerken, erscheinen diese Ansätze sehr pauschalisierend und wenig auf die konkreten Kontexte von öffentlichen Diskursen bezogen.

Besonders das Aufkommen Sozialer Medien und die durch sie gegebenen Möglichkeiten der eigenständigen Herstellung von Öffentlichkeit durch digitale Partizipation hat aber auch zu einer Ausdifferenzierung der Debatte geführt (vgl. Einspänner-Pflock/Dang-Anh/Thimm 2014). Das Internet bietet aus dieser Sicht „soziotechnische Tools, um Informationen über Normverletzungen zu gewinnen, alternative Deutungsmuster zu verbreiten und auch jenseits nationaler Grenzen Protestnetzwerke aufzubauen und zur Teilnahme an Protestaktionen zu mobilisieren“ (Baringhorst 2009, S. 630). Es sind aber nicht nur Online-Proteste denkbar, sondern auch eine Reihe weiterer formalisierter und nicht-formalisierter Partizipationsmöglichkeiten, wie beispielsweise die Nutzung von Online-Petitionen, die Diskussion über politische Themen in Chats oder Foren, die Möglichkeit Mailinglisten abrufen zu können, *Tweets* mit @-mentions direkt an Politiker zu schreiben oder auf *Facebook* zu posten. Durch neue Plattformen wird politische Kommunikation direkter, die Organisation von politischen Kampagnen flexibler und gemeinschaftliches Handeln vernetzter. Das Internet substituiert dabei nicht zwangsweise herkömmliche Formen politischer Partizipation, sondern ergänzt sie. Mit der steigenden Akzeptanz von Sozialen Medien bei den Nutzern geht demnach auch eine steigende Bedeutung für die politische Nutzung einher (Emmer/Vowe/Wolling 2011, S. 198). Aber auch die Nutzer/-innen werden im Gegenzug transparenter: Die Klarnamenpolitik von *Facebook* ermöglicht es, das Nutzerprofil auch in einer breiteren Öffentlichkeit zu sehen. Dies scheint aber die meisten Nutzer/-innen nicht zu stören, selbst wenn sie extreme Positionen dort veröffentlichen. So wurden auch viele rechtsradikale, fremdenfeindliche und rassistische Posts im Umfeld der Flüchtlingskrise unter Klarnamen veröffentlicht.

Betrachtet man den medialen Wandel und die oben skizzierten strukturellen Veränderungen der Konstruktion von Öffentlichkeit und öffentlichen Diskursen, so stellt sich die Frage, ob das grundlegende Modell von Habermas für diesen digitalen Strukturwandel noch Geltungskraft besitzt. Während die traditionelle Öffentlichkeit von journalistischen Recherche- und Selektionsprozessen und entsprechende Agenda-Setting-Prozessen bestimmt wird, gilt dies für die digitale Öffentlichkeit im *Social Web* nicht. Zudem herrschen hier andere Formen der Aufmerksamkeitskonstitution – so kann in der digitalen Öffentlichkeit auch „Mikro-Partizipation“ von Relevanz sein, und bereits ein Mausclick kann Millionen von Reaktionen zur Folge haben. Im Zusammenhang mit politischer Partizipation werden solche minimalen Aktivitäten allerdings noch

häufig abwertend als „slacktivism“ oder „clicktivism“ negativ etikettiert (Christensen 2011). Nicht beachtet wird dabei, dass das Liken, Posten oder Kommentieren von politischen Inhalten als eine Form von Mikro- bzw. Sub-Aktivismus verstanden werden muss, der einer dezidiert politischen Aktivität oft vorgelagert ist.

Vielmehr, so zeigen unsere Forschungen im DFG-Schwerpunkt „Mediatisierte Welten“, ist es nötig, die Prozesse zur Herstellung digitaler Öffentlichkeit genauer zu differenzieren. Dazu erscheint es nötig, auch solche Gruppen einzu-beziehen, die sich zwar als numerisch kleiner, aber nicht als politisch unwirksam darstellen, und sich „Mini-publics“ bezeichnen lassen.

### 3. Digitale Öffentlichkeit und „Mini-publics“

Als eine der gravierendsten aktuellen Entwicklungen des Internets lässt sich die zunehmende Ausprägung in Einzelmedien und Einzelplattformen anführen, die über die große Menge an Nutzern ihre ganz eigenen Gesetzmäßigkeiten und Logiken durchsetzen können. Daher muss das Internet heute als eine Medienumgebung angesehen werden, die immer mehr von institutionell und funktionell bestimmenden Medienlogiken wie die von *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* oder *YouTube* dominiert wird. Während sich im vordigitalen Zeitalter die Massenmedien als Gatekeeper und Agendasetter definierten, ist dies bei den Sozialen Medien bisher nicht explizit der Fall, obwohl sie in vielfältiger Art und Weise als öffentliche Plattformen fungieren. Zu beobachten ist jedoch eine andere Dynamik der Herstellung von Öffentlichkeit: Auch solche kleineren Foren oder Gruppen, die zunächst nur über eine geringe Beteiligung verfügen, können sich rasant zu massenhaften Bewegungen erweitern, wie an diversen „Shitstorms“ deutlich wird (Bieber/Härthe/Thimm 2015).

Die Ausprägung dieser Dynamiken digitaler Öffentlichkeit wurde von Thimm (Thimm 2015) in Form eines Modells der „Mini-publics“ konzipiert. Solche „Mini-publics“, die sich durch eine Verschränkung verschiedener Medien im Sinne einer „polymedialen“ Mediennutzung auszeichnen, werden im digitalen Umfeld zunehmend häufig beobachtet. Sie formieren sich entlang spezifischer Themen und Inhalte und entwickeln eigene Strukturmerkmale, die von Nutzerrollen, Themenentwicklung und Zeitrahmen beeinflusst werden. Mini-publics werden wie folgt definiert:

„A group of online users referring to a shared topic in a publicly visible and publicly accessible online space over a period of time, by means of individual activities such as textual or visual contributions“ (Thimm 2015, S. 177).

Dabei kann die Referenzgröße von Mini-Publics unterschiedlich gesetzt werden. So zeigen Studien von Thimm et al. (2012; 2013; 2014) zu Untersuchungen von Twitter als politischer Plattform, dass es häufig nicht die große Öffentlichkeit ist, in der politische Debatten geführt werden, sondern dass kleinere Gruppen mit intensiver Beteiligung hier eine besondere Rolle spielen. Dabei sind diese Gruppen durchaus einflussreich, weil gerade Twitter als hochgradig polymediales Medium gelten kann: ein ganz großer Teil von Tweets ist mit Links auf externe Webseiten versehen, die ihrerseits Tweets in ihre Seiten integrieren. Ähnlich auch bei Facebook: die simultanen visuellen Präsenzen von Tweets und weitergehende Netzinformationen verdeutlichen die starke Polymedialität der strukturellen Koppelung der Plattformen.

Diese medialen Praxen verweisen darauf, dass eine normativ abwertende Haltung gegenüber kleineren Öffentlichkeiten, die potenziell jederzeit auch massenmedial anwachsen können, der Realität der Konstruktionsformen digitaler Öffentlichkeit nicht mehr entspricht. So ist in den letzten Jahren ein vielfach geäußertes Theoriedefizit entstanden, das auf das Bedürfnis verweist, die Frage der „digital public sphere“ neu zu stellen. Bereits seit einigen Jahren wird zunehmend ein „rethinking of the public sphere“ (Lunt/Livingston 2013) gefordert. Selbst Habermas (Habermas 2013) sieht in seinen neuen Schriften die „digitale Revolution“ als einen weiteren Schritt in der „kommunikativen Vernetzung und Mobilisierung der Bürgergesellschaft“ (ebd., S. 68). Für ihn stellt „die kommunikative Verflüssigung der Politik“ den „soziologischen Schlüssel für den realistischen Gehalt des Begriffs deliberativer Politik“ (ebd.) dar. Er plädiert daher für eine Neubewertung deliberativer politischer Prozesse unter dem Eindruck ihrer zunehmenden Mediatisierung.

Um jedoch sowohl die realen Nutzungspraxen im Netz als auch die unterschiedlichen Diffusions- und Plattformkulturen zu berücksichtigen, soll das Konzept der „Mini-Publics“ als Beschreibungsebene genutzt werden. Dazu sollen die folgenden Typen von Mini-publics unterschieden werden:

1. *Nutzer/-innen-initiierte Mini-publics*: Das Diskursthema wird von den Nutzern initiiert, die in einigen medialen Umfeldern auch die Rolle des Moderators annehmen können (wie z. B. in Blogs). Dafür braucht es keinen konkreten Anlass.
2. *Ereignisbezogene Mini-publics*: Realweltliche Ereignisse können intensive Beteiligung und weitergehende Aktivitäten auslösen. Dies können z. B. Naturkatastrophen und Unfälle, politische Ereignisse (wie Wahlen) oder kulturelle (Popkonzerte) sowie sportliche Ereignisse (Olympiade, Fußball-Weltmeisterschaften) sein. Diese Form der „Mini-publics“ ist durch hochverdichtete und zeitlich beschränkte Aktivitätsmuster ausgezeichnet, die sich mit zunehmendem zeitlichem Abstand zum Ursprungsereignis abschwächen. Diese Form der „Mini-publics“ beginnt zumeist als „ad hoc mini-public“. Ne-

ben diesen intensiven und zeitlich begrenzten „Mini-publics“ existieren aber auch andere Formen solcher kleinerer Öffentlichkeiten, die sich als „Overtime mini-publics“ bezeichnen lassen und Themen längerfristig in der Diskussion halten.

3. *Kommerziell gelaunchte Mini-publics*: Immer mehr Unternehmen haben die Macht kleinerer Öffentlichkeiten für ihr Marketing entdeckt. So kann digitales Empfehlungsmarketing als virales Marketing („word-of-mouth“) erfolgreicher sein als große Werbekampagnen. Nicht immer jedoch funktioniert die Herstellung von Öffentlichkeit wie von den Unternehmen gewünscht, so sind auch „digitale Feuerstürme“ oder „Shitstorms“ (Bieber/Härthe/Thimm 2015) keine Seltenheit.

Solche kleineren Öffentlichkeiten entstehen, wie erwähnt, häufig aus einer realweltlichen Situation als *ad-hoc Mini-publics*. Ein typischer Fall ist das Verkehrsprojekt „Stuttgart 21“, das zur Herausbildung des Begriffs des „Wutbürgers“ beigetragen hat (Thimm/Bürger 2013).

Betrachtet man die Vielzahl dieser Mini-publics, so muss betont werden, dass diese keineswegs als minderwertig oder „victims of fragmentation“ anzusehen sind, wie einige Forscher meinen (Webster/Ksiazek 2012). Vielmehr sind sie eine eigenständige Formierung von Öffentlichkeit in einer zahlenmäßig kleineren diskursiven Umgebung, wie z. B. einem Forum oder einer Facebook-Gruppe, die zur Meinungsbildung beiträgt. Aus dieser Sicht sollten Mini-publics als ein konstitutives Subset und als festes Element der digitalen Öffentlichkeit angesehen werden. Dazu gehört auch die Einbeziehung häufig abgewerteter Partizipationsformen, die unter „lurking“, „clicktivism“ oder „slacktivism“ subsumiert werden (Christensen 2011).

Diese zunehmende Verlagerung traditioneller politischer Aktivitäten in das Social Web wird begleitet von einer entsprechenden Entwicklung: einzelne Plattformen entwickeln jeweils spezielle Nutzerkulturen, die sich immer weiter ausdifferenzieren und ihre Funktionalitäten wandeln. Neben den großen Playern wie Amazon, Google, YouTube oder Ebay, haben eine Vielzahl von digitalen Plattformen ihre ganz eigenen Nutzergruppen kultiviert und mit immer neuen Erweiterungen beibehalten. So hat beispielsweise Twitter über die Erweiterung durch das live-reporting Tool „Periscope“ seine Funktionalität als Diffusionsmedium erweitert und den Aspekt der visuellen simultanen Berichterstattung hinzugefügt. Facebook ist vom reinen interpersonalen Freundesnetzwerk zu PR-Plattform, Marktplatz und Nachrichtenportal avanciert. Dazu kommen immer wieder neue Plattformen mit einer eigenen Kommunikationskultur, wie z. B. die Fotocommunity Instagram oder das flüchtige Unterhaltungsnetzwerk Snapchat. Dieser kontinuierliche und massive Ausbau von digitalen Plattformen verweist auf die Herausbildung einer eigenen Plattformsystematik, die die unterschiedlichsten Nutzerbedürfnisse abdeckt. Diese „platformization“ (Hel-

mond 2015) ist Teil einer Entwicklung hin zur Ausbildung einer „platform society“ (van Dijck 2013), die in sich einerseits über digitale Partizipationsformen verbunden sind, sich andererseits jedoch auch ausdifferenziert: nahezu für jede Interessenlage findet sich heute eine eigene digitale Plattform. Betrachtet man die plattformbezogenen Analysen von Partizipation, so zeigt sich, dass Twitter und Facebook auch in der Politik eine Rolle spielen – jedoch im nicht-formalisierten politischen Prozess. Es sind vielmehr interpersonale Interaktionen und Debatten innerhalb von Mini-publics, die die Partizipation dominieren. Davon zeugen z. B. Analysen der Distributionsfunktion von Informationen auf Twitter während der Europawahl 2014 (Thimm et al. 2016), in den Landtagswahlen 2013 (Thimm et al. 2014), der Bundestagswahl 2013 (Thimm et al. 2014) oder den Revolutionen im arabischen Raum (Tufekci/Wilson 2012).

Auch andere Studien betonen, dass Soziale Medien Chancen für eine breitere gesellschaftliche und politische Teilhabe bieten und keine per se fragmentierende Funktion haben. So zeigen Gil de Zúñiga et al. (Zúñiga et al. 2009, S. 558), dass neue kommunikative Praktiken auf Social-Media-Plattformen Einfluss auf politische Entscheidungsprozesse haben können: „Participating in politics might make one more likely to talk about politics in the future, but the relationship between talking about politics today and participating in the future is stronger.“ Aber inwieweit diese Form der digitalen Teilhabe wirklich eine breitere neue Beteiligungskultur innerhalb der Politik fördert, ist nach wie vor umstritten und wird höchst kontrovers diskutiert. So stellen beispielsweise Lindner/Riehm (Lindner/Riehm 2011 S. 1) heraus, dass Onlinepartizipation in einigen Kontexten Ungleichheiten repliziert und nicht zur Erweiterung von Beteiligungsgruppen beiträgt: „According to our findings, the Internet-based participation channel e-petitioning seems to amplify existing inequalities in participation patterns as they predominantly attract highly mobilised and politically active individuals with a disproportionately high socio-economic status.“

Fasst man diese Beobachtungen zusammen, so wird deutlich, dass Partizipation nicht als ein eindimensionales Prinzip anzusehen ist, sondern als mehrdimensionales Konstrukt konzipiert werden muss. Dabei kann die Konzeption von Mini-publics als konstitutive Elemente von Öffentlichkeit dazu beitragen, dass solche spezifischen, bisher als Interessengruppen angesehenen Öffentlichkeiten, ihren Platz für die Ausformung politischer Meinungen und gesellschaftlicher Diskurse finden. Nichts könnte falscher sein, als diese kleineren Gruppen in ihrer gesellschaftlichen Einflusskraft zu unterschätzen. Viele dieser digitalen „Mini-publics“ beziehen Traditionsmedien insofern ein, als dass sie über Querverweise auf andere Medien einen polymedialen Raum schaffen, der eine größere Menge an Aufmerksamkeit erhält, ohne dass ihre eigene Diskursqualität verändert wird.

#### 4. Fazit

Es lässt sich festhalten, dass für alle Gesellschaften durch die digitalen Medien und insbesondere die Sozialen Medien wie Facebook, YouTube, Twitter oder Instagram, neue kommunikative Umwelten entstehen, die sich den üblichen Mechanismen von Kontrolle und den bisher vertrauten Formen der Informationsdistribution entziehen. Die alltägliche Nutzung der populären Plattformen ist für viele ein eher oberflächlicher Automatismus. Parallel zur Alltagsroutine bildet sich aber, und dies ist ein alarmierender Befund im Hinblick auf die Ausbildung digitaler Ungleichheit, eine digitale Elite heraus. Hier zeichnen sich neue Herausforderungen einer digitalen Gesellschaft im Bereich der Bildungspolitik ab – die Erkenntnis, dass digitale Literalität ein Kernthema gesellschaftlicher Entwicklung ist, beginnt sich erst sehr zögerlich zu etablieren.

In Bezug auf die pessimistische Perspektive auf den Zusammenhang zwischen der Herausbildung digitaler Öffentlichkeiten und Demokratie sollte man von den durch die Strukturen der Traditionsmedien beeinflussten und normativ aufgeladenen Bewertungen absehen. Nicht nur, dass sie den Blick auf die medialen Alltagspraxen verstellen, sie berücksichtigen auch die enge Vernetzung zwischen den Sozialen Medien und den Traditionsmedien nicht, denn häufig werden auf Facebook und Twitter Themen der Traditionsmedien aufgegriffen und weiterdiskutiert.

Eher berechtigt scheint die Sorge zu sein, dass im Internet die Vertreter/-innen unterschiedlicher Meinungen nicht mehr aufeinanderstoßen, weil sich homogene Gruppen von Gleichgesinnten bilden, die über die sozialen Filter der Algorithmisierung sortiert werden. Es bleibt entsprechend zu konstatieren, dass Orte im Internet, an denen der öffentliche Diskurs ausgetragen wird, eher als Mini-publics erscheinen und weniger als breiter, massenmedialer Diskursraum. Dass solche Diskurse stattfinden und dabei die Regeln der Deliberation von den Kontrahenten eingehalten werden, erscheint in Zeiten von „hate speech“ als eine weitere Herausforderung des Internets. Habermas hat Kriterien aufgestellt, denen der öffentliche Diskurs gerecht werden soll: Neben der Offenheit für Akteure und Themen sind dies die wechselseitige Bezugnahme, die Rationalität der Auseinandersetzung und der Respekt, den die Kontrahenten voneinander haben sollen. Die Welle an Hasspostings, die aktuell viele politische Debatten bestimmt, lässt hier eher Zweifel aufkommen.

Auch zukünftig bleibt es daher relevant, diesen Paradigmenwechsel verstärkt als interdisziplinäres Forschungsfeld zu verstehen und die Grenzverschiebung – oder Grenzauflösung – zwischen vormals klarer getrennten Bereichen wie Öffentlichkeit und Privatheit oder Individuum, Institution und Gesellschaft weiter theoretisch und empirisch zu beforschen. Öffentlichkeitstheoretische Perspektiven bleiben dabei zentrale Kategorien der Dynamiken aktueller und zukünftiger Stadien von gesellschaftlichem Wandel unter den Bedingungen digitaler

Medien. Der Einfluss der Digitalisierung auf den Strukturwandel der Öffentlichkeit darf als eine der gegenwärtig zentralen Manifestationen der Digitalisierung angesehen werden.

## Literatur

- Baringhorst, Sigrid (2009): Politischer Protest im Netz – Möglichkeiten und Grenzen der Mobilisierung transnationaler Öffentlichkeit im Zeichen digitaler Kommunikation. In: Marcinkowski, Frank/Pfetsch, Barbara (Hrsg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden: VS Verlag. S. 609–634.
- Bieber, Christoph/Härthe, Constantin/Thimm, Caja (2015): Erregungskampagnen in Politik und Wirtschaft: Digitale Öffentlichkeit zwischen Shit- und Candystorms. Bonn: BAPP.
- Blöbaum, Bernd (2000): Strukturwandel des Journalismus – Strukturwandel der Öffentlichkeit. In: Jarren, Otfried/Imhof, Kurt/Blum, Roger (Hrsg.): Zerfall der Öffentlichkeit? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 135–147.
- Brachotte, Gilles/Frame, Alex/Mercier, Arnaud/Thimm, Caja (Hrsg.) (2017): Political Campaigning on Twitter: the EU Elections 2014 in the Digital Public Sphere. Frankfurt, New York: Lang.
- Carr, Nicolas (2010): The shallows. What the internet is doing to our brains. New York: Atlantic Books.
- Christensen, Henrik (2011): Political activities on the internet. Slacktivism or political participation by other means? In: First Monday 16, H. 2, o. S.
- Dahlgren, Peter (2009): Media and political engagement. Citizens, Communication and Democracy. New York: Cambridge University Press.
- Einspänner, Jessica/Dang-Anh, Mark/Thimm, Caja (Hrsg.) (2014): Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz. Berlin: Lit.
- Einspänner-Pflock, Jessica/Anastasiadis, Mario/Thimm, Caja (2015): Ad hoc mini-publics on Twitter: citizen participation or political communication? Examples from the German National Election 2013. In: Frame, Alex/Brachotte, Gilles (Hrsg.): Forms and Functions of Political Participation in a Digital World. Routledge: London. S. 52–59.
- Emmer, Martin/Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2011): Bürger online. Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland. Konstanz: UVK.
- Dahinden, Urs (2000): Demokratisierung dank Internet? Zum Austauschverhältnis zwischen neuen elektronischen und massenmedialen Öffentlichkeiten. In: Jarren, Otfried/Imhof, Kurt/Blum, Roger (Hrsg.): Zerfall der Öffentlichkeit? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 240–254.
- Gil de Zúñiga, Homer/Puig-I-Abril, Eulàlia/Rojas, Hernando (2009): Weblogs, traditional sources online and political participation: an assessment of how the internet is changing the political environment. *New media & Society* 11, H. 4, S. 553–574.
- Habermas, Jürgen (1962/1992): Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (2008): Ach, Europa. Kleine politische Schriften XI. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (2013): Im Sog der Technokratie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Helmond, Anne (2015): The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. In: *Social Media & Society* 1, H. 2, o. S.

- Holtz-Bacha, Christina (1998): Fragmentierung der Gesellschaft durch das Internet? In: Gellner, Winand/von Korff, Fritz (Hrsg.): Demokratie und Internet. Baden-Baden: Nomos. S. 219–227.
- Jarren, Otfried/Imhof, Kurt/Blum, Roger (2000): Einleitung: „Zerfall der Öffentlichkeit“. In: dies. (Hrsg.): Zerfall der Öffentlichkeit? Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 9–15.
- Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag.
- Lindner, Ralf/Riehm, Ulrich (2011): Broadening Participation Through E-Petitions? An Empirical Study of Petitions to the German Parliament. In: *Policy and Internet* 3, H. 1, www.psocommons.org/policyandinternet/vol3/iss1/art4 (Abruf 05.03.2017).
- Lunt, Peter/Livingstone, Sonia (2013): Media studies' fascination with the concept of the public sphere: critical reflections and emerging debates. In: *Media, Culture and Society* 35, H. 1, S. 87–96.
- Morozov, Evgeny (2011): The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom. Philadelphia: Public Affairs.
- Pariser, Eli (2011): The Filter Bubble. What the Internet is hiding from you. New York: Penguin Group.
- Thimm, Caja (2011): The Visuals of Online Politics: Barack Obama's Web Campaign. In: Depkat, Volker/Zwingenberg, Maike (Hrsg.): Visual Cultures – Transatlantic Perspectives. Publications of the Bavarian American Academy 12, S. 185–203.
- Thimm, Caja/Einspänner, Jessica/Dang-Anh, Mark (2012): Politische Deliberation online – Twitter als Element des politischen Diskurses. In: Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.) (2012): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden: VS Verlag. S. 95–117.
- Thimm, Caja/Bürger, Tobias (2013): Digitale Partizipation im politischen Kontext – „Wutbürger“ online. In: Friedrichsen, Mike/Kohn, Roland (Hrsg.): Digitale Politikvermittlung. Chancen und Risiken interaktiver Medien. Wiesbaden: VS Verlag. S. 255–272.
- Thimm, Caja/Anastasiadis, Mario/Bürger, Tobias/Einspänner, Jessica (2014): Die Bundestagswahl online – Twitter im politischen Diskurs. Bonn: BAPP.
- Thimm, Caja/Dang-Anh, Mark/Einspänner, Jessica (2014): Mediatized Politics – Structures and Strategies of Discursive Participation and Online Deliberation on Twitter. In: Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.): Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age. Basingstoke: Palgrave Macmillan. S. 253–269.
- Thimm, Caja (2015): The mediatization of politics and the digital public sphere: Participatory dynamics in mini-publics. In: Frame, Alex/Brachotte, Gilles (Hrsg.): Forms and Functions of Political Participation in a Digital World. London: Routledge. S. 167–183.
- Thimm, Caja/Frame, Alex/Einspänner-Pflock, Jessica/Leclercq, Eric/Anastasiadis, Mario (2016): The EU-Election on Twitter: Comparison of German and French Candidates' Tweeting styles. In: Holz-Bacha, Christina (Hrsg.): Europawahlkampf 2014. Internationale Studien zur Rolle der Medien. Wiesbaden: Springer VS. S. 175–204.
- Tufekci, Zeynep/Wilson, Christopher (2012): Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square. In: *Journal of Communication* 62, H. 2, S. 363–379.
- Van Dijck, Jose (2013): The culture of connectivity: A critical history of social media. New York, NY: Oxford University Press.
- Webster, James/Ksiazek, Thomas (2012): The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media. In: *Journal of Communication* 62, H. 1, S. 39–56.

Zipfel, Theodor (1998): Online-Medien und politische Kommunikation im demokratischen System. In: Hagen, Lutz M. (Hrsg.): Online-Medien als Quelle politischer Information. Empirische Untersuchungen zur Nutzung von Internet und Online-Diensten. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 20–53.

## Bewegungen im Web 2.0

### Soziologische Beobachtungen zu einem Strukturwandel der Privatheit

Martin Stempfhuber

Für die deutschsprachige Soziologie ist es nicht selbstverständlich, dass sie mit der Kategorie der „Privatheit“ arbeitet oder einen spezifischen Gegenstand analysiert, der als „das Private“ bezeichnet werden kann. Dass es gar so etwas wie eine spezielle „Soziologie des Privaten“ (Hahn/Koppetsch 2011) geben kann, ist noch weniger selbstverständlich und erst in jüngster Zeit den Interventionen einiger einflussreicher Autoren zu verdanken (ebd.; Burkart 2002; Schneider 2002; Lenz 2009). Das hat diverse Gründe: die Schwierigkeit eines (eingeschränkten) soziologischen Zugangs zum Bereich des Privaten; die historische Besetzung des Themas der Privatheit durch die traditionelle Familiensoziologie; die theoretischen Unklarheiten, die mit der Definitionsvielfalt der Privatheit und des Privaten einhergehen; letztlich auch die dringliche Frage, ob es sich bei der Kategorie und dem Begriff des Privaten um mehr als einen schwammigen Sammelbegriff handelt, unter dem heterogene Phänomene unreflektiert subsummiert werden. Die folgenden Beobachtungen gehen nicht davon aus, dass all diese Probleme von einer neuen Soziologie der Privatheit bzw. des Privaten zufriedenstellend gelöst worden sind. Dennoch lassen sich meines Erachtens im Hinblick auf soziologische Beobachtungen des Strukturwandels der Privatheit Konvergenzen erkennen, die in zukünftigen Forschungen weiterhin fruchtbar gemacht werden könnten.

Der Titel dieser Überlegungen weist schon auf die grundlegenden Merkmale hin, die die divergenten Ansätze zu einer Soziologie der Privatheit gemeinsam haben könnten. Die Formulierung eines (neuen) Strukturwandels der Privatheit kann freilich nur vor dem Hintergrund des von Jürgen Habermas (Habermas 1990) in den 60er Jahren auf die Tagesordnung gesetzten Strukturwandels der Öffentlichkeit berechtigt erscheinen. Für die Soziologie sind Öffentlichkeit und Privatheit relationale Begriffe. Das bedeutet nun gerade nicht, dass Öffentlichkeit und Privatheit ausschließlich als Gegensätze wahrgenommen werden sollen. Ganz im Gegenteil geht es hier um den praktischen Umgang mit einer Unterscheidung, die keine klare Grenze markiert, sondern beständig neu ausgehandelt werden muss. Monika Wohlrab-Sahr schlägt beispielsweise vor, die Soziologie des Privaten als „Schwellenanalyse“ zu betreiben (Wohlrab-Sahr 2011, S. 37) – mit der Stoßrichtung, dass so nicht nur diskursive und semantischen