

Oliver Hahn
Ralf Hohlfeld
Thomas Knieper
(Hrsg.)

Digitale Öffentlichkeit(en)

HERBERT VON HALEM VERLAG

Dieser Band geht zurück auf die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DG PuK) 2014 in Passau.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Oliver Hahn / Ralf Hohlfeld / Thomas Knieper (Hrsg.)
Digitale Öffentlichkeit(en)
Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft, Band 42
Köln: Halem, 2017

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2015 (978-3-86764-560-7)

ISBN 978-3-7445-0857-5 (Print)

ISBN 978-3-7445-0859-9 (ePDF)

Redaktion: Anne-Christin Hoffmann, Passau
Printed in Germany

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22, 51063 Köln
Tel.: +49(0)221-92 58 29 0
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

Einführung

<i>Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld und Thomas Knieper</i> Digitale Öffentlichkeit – Digitale Öffentlichkeiten	11
---	----

Teil 1 Digitale Interaktionen und Diskurse: Folgen für die Öffentlichkeitsentstehung

<i>Christoph Neuberger</i> Interaktionsmodi und Medienwandel	21
---	----

<i>Uwe Hasebrink</i> Kommunikationsrepertoires und digitale Öffentlichkeiten	35
---	----

<i>Marian Adolf</i> Öffentliche Kommunikation und kommunikative Öffentlichkeiten. Zur Konstitution von Öffentlichkeit im Zeitalter der digitalen Medien	51
--	----

<i>Christian Pentzold und Claudia Fraas</i> Framing Big Data: Methode und Ergebnisse einer multimodalen, transmedialen Diskursanalyse der Handygate-Affäre 2011	65
--	----

Christian Strippel und Martin Emmer

Proxy-Logfile-Analyse: Möglichkeiten und Grenzen der automatisierten Messung individueller Online-Nutzung 85

Teil 2 Digitaler Wandel des Journalismus: Herausforderungen und Perspektiven

Tobias Eberwein

Journalistisches Erzählen im Wandel. Ergebnisse einer Mehrmethodenstudie 107

Cornelia Wolf

Zwischen Imitation und Innovation – Anwendungsoptionen und redaktionelle Aneignung von Apps im Journalismus 121

Alexander Godulla

Mehr als lousy pennies? Etablierte vs. alternative Geschäftsmodelle im Online-Journalismus 135

Corinna Oschatz, Marcus Maurer und Jörg Haßler

Klimawandel im Netz: Die Digitalisierung von Informationskanälen und ihre Folgen für die Öffentlichkeit 149

Michael Brüggemann und Sven Engesser

Skeptiker müssen draußen bleiben: Weblogs und Klimajournalismus 165

Daniel Klenke und Stefan Meier

„Through My Eye, Not Hipstamatic’s“: Befunde und Hypothesen zu (digitalen) Ästhetisierungspraktiken in der aktuellen fotojournalistischen Kriegsberichterstattung 183

Teil 3	Neue Formen und Formate der Online-Kommunikation im privaten und öffentlichen Raum	
	<i>Pepe Strathoff und Christoph Lutz</i>	
	Gemeinschaft schlägt Gesellschaft – Die vermeintliche Paradoxie des Privaten	203
	<i>Bernadette Kneidinger</i>	
	„Social TV“ als Tor zu digitalen Öffentlichkeiten. Virtuelle Fernsehgespräche und Vergemeinschaftung durch Second Screens	217
	<i>Axel Maireder und Stephan Schlögl</i>	
	Identifikation, Messung und Interpretation von Twitter-Öffentlichkeiten am Beispiel der Europawahlen 2014	231
	<i>Marc Ziegele, Timo Breiner und Oliver Quiring</i>	
	Nutzerkommentare oder Nachrichteninhalte – Was stimuliert Anschlusskommunikation auf Nachrichtenportalen?	249
	<i>Cornelia Brantner und Katharina Lobinger</i>	
	„Weil das absolute Poserbilder sind!“ Die Wahrnehmung expressiver Authentizität digitaler Selbstbilder und Selfies	267
	Autorinnen und Autoren	285

Einführung

Einführung: Digitale Öffentlichkeit – Digitale Öffentlichkeiten

Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld und Thomas Knieper

Die Verwendung des Begriffs Öffentlichkeit hat sich unter dem Einfluss der Digitalisierung verändert. In der Vergangenheit war Öffentlichkeit ein Singularantum, heute ist die Verwendung im Plural nicht nur statthaft, sie gewinnt sogar auch außerhalb der Fachwissenschaft an Bedeutung. Der Zusammenhang mit der Digitalisierung ist evident. Das Internet mitsamt seinen Formen computervermittelter Kommunikation hat zu einer Fragmentierung der Öffentlichkeit geführt. Als Tatsache ist dies unumstritten, über die Folgen der digitalen Teil- bzw. Nischenöffentlichkeiten etwa für die gesellschaftliche Integration herrscht dagegen Uneinigkeit. Die Frage, ob solche „persönlichen Öffentlichkeiten“ sozialer Netzwerke zur Atomisierung des Publikums und zum Leben in einer „Filter Bubble“ sensu Eli Pariser führen, wird derzeit unterschiedlich beantwortet. Sicher dagegen ist: Wir sprechen zwar noch von der „digitalen Gesellschaft“ im Singular, aber die sie umgebende Sphäre der digitalen Öffentlichkeiten wandelt sich allmählich zum Pluraletantum.

Die gesellschaftlichen Ereignisse des Jahres 2014 haben gezeigt, dass das Thema „Digitale Öffentlichkeit(en)“ für die 59. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) vom 28.-30. Mai 2014 an der Universität Passau optimal gewählt war. Im Nachhinein hat das Jahr offenbart, dass die Zeit reif war für den Blick aus der Vogelschau. In Abwandlung Victor Hugos: Nichts ist überzeugender als

ein Thema, dessen Zeit gekommen ist. Es begann mit einer zunächst noch vereinzelt Medienkritik von Laien an der Ukraine-Berichterstattung öffentlich-rechtlicher Rundfunksender sowie überregionaler Tageszeitungen und verdichtete sich stetig zu einer selbst ernannten Ständigen Publikumskonferenz der öffentlich-rechtlichen Medien. Am Ende gipfelten Zuschauerpetitionen gegen das ZDF wie „Lanz muss weg“ und die allgemeine Kritik an den sogenannten Mainstreammedien und deren angeblich einseitig pro-westlicher Berichterstattung in regelmäßigen Montagsdemonstrationen, die wiederum schließlich zu großen Teilen in der Bewegung Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlands (PEGIDA) aufgingen. Dabei entbehrt es nicht der bitteren Ironie, dass zeitnah zum blutigen Anschlag auf das Satireblatt *Charlie Hebdo* in Paris Anfang Januar 2015 der Begriff „Lügenpresse“ in Deutschland das Rennen um das Unwort des Jahres machte.

Ist die digitale Verdichtung der Publikumskritik in den sozialen Netzwerken noch zu erwarten gewesen, so besitzt die Kumulation der Unzufriedenheit, die in den Reihen der Scientific Community auch als „digitale Empörungsdemokratie“ deklariert wurde, in genuinen Onlineforen, aber auch in den Kommentarbereichen der Onlinemedien, ein eher überraschendes Ausmaß. Vorempirisch drängt sich der Eindruck auf, dass virtuelle Publikumsverbände als Ausformungen der digitalen Themen- und Versammlungsöffentlichkeit konventionelle Massenmedien unterdessen vor sich hertreiben. Prominente Vertreter des Nachrichtenjournalismus haben sich dem Druck von Nutzerkommentaren in Foren gebeugt, mussten sich erklären, entschuldigen und öffentlich Abbitte leisten. Seit die als konsonant empfundene Ukraine-Berichterstattung der deutschen Nachrichtenmedien ab dem Herbst 2014 immer vehementer kritisiert wurde und auch der ARD-Programmebeirat die Publikumskritik zu teilen begann, hat sich die Tonalität der Berichte schleichend gewandelt, sie sind vorsichtiger und zaghafter geworden, formulieren ständig Kautelen.

So steigt unterdessen die gefühlte Relevanz der interpersonal-öffentlichen Anschlusskommunikation. Damit gehen Verschiebungen in der Tektonik der Öffentlichkeit einher. Die Bedeutung der Medienöffentlichkeit scheint allmählich zu schrumpfen, Formen der Themen- und Versammlungsöffentlichkeit gewinnen qualitativ und quantitativ an Bedeutung, Muster der Öffentlichkeitsentstehung verlaufen vermehrt entlang von Bottom-up-Prozessen.

Die beschriebenen Formen der Empörung- und Protestkommunikation sowie der digitalen Medien- und Journalismuskritik sind öffentlichkeitstheoretisch spannende Phänomene. Sie haben der Kommunikationswissenschaft gezeigt, dass es höchste Zeit wird, die Öffentlichkeitstheorien und -modelle des Fachs auf den Prüfstand zu stellen und den neuen Prozessen der Herstellung von Öffentlichkeit(en) anzupassen: Zu den massenmedial vermittelten Formen der Öffentlichkeit haben sich neue digitale Öffentlichkeitsformen hinzugesellt, zur einseitigen Medienkommunikation sind erweiterte sequentielle Interaktionsmodi hinzugesetreten. Das fordert etwa das etablierte Schichtenmodell der Öffentlichkeit mit den Sphären der Encounter-, Versammlungs- und Medienöffentlichkeit heraus.

Gleichzeitig ist die Fachwissenschaft selbst in die Zentrifuge der digitalen Empörung hineingeraten. Kolleginnen und Kollegen, die sich prominent in der Sphäre der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation zu Wort gemeldet oder an fachöffentlichen Diskursen über methodische Fragen der Berechtigung nichtprofessioneller Journalismuskritik teilgenommen haben, finden sich unversehens im Zentrum dieser kritischen Themenöffentlichkeiten. Die Fachdisziplin wird zur Zielscheibe von Protesten, die neben der Publizistik auch deren Wissenschaft ins Visier nimmt. Die Kommunikationswissenschaft ist hier als Fach herausgefordert, sich nicht für individuelle oder kollektive Interessen instrumentalisieren zu lassen.

*

Das Thema „Digitale Öffentlichkeit(en)“ gibt nun vor allem einer jüngeren Generation von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern Gelegenheit, aktuelle Forschungsprojekte vorzustellen und innovative methodische Designs zu präsentieren, mit denen Triebkräfte des Medienwandels und Strukturen des Öffentlichkeitsumbruchs beobachtet und analysiert werden können.

Der Band dokumentiert ausgewählte Beiträge zur DGPK-Jahrestagung in Passau. Er präsentiert Überlegungen und Befunde zu(r) digitalen Öffentlichkeit(en) in drei Abschnitten mit einer Dramaturgie, die trichterförmig vom Allgemeinen zum Speziellen führt.

Den Einstieg bilden Aufsätze, deren Autorinnen und Autoren digitale Interaktionen und Diskurse und deren Folgen für die Öffentlichkeitsentstehung beschreiben und analysieren.

Christoph Neuburger beschäftigt sich in seinem Beitrag („Interaktionsmodi und Medienwandel“) mit der Neuausrichtung der Kommunikationswissenschaft, die durch den beschleunigten Medienwandel notwendig wurde. Gerade das Internet und die dortige Verkettung von Kommunikationsakten ermöglicht es, neben den Relationen auch den Ablauf in der Zeit zu berücksichtigen. Er regt daher die Verknüpfung von Netzwerk- mit Inhaltsanalysen an. Dabei entwickelt er ein Forschungsprogramm für die Mikro-, Meso- und Makroebene.

Uwe Hasebrink greift in seinem Beitrag „Kommunikationsrepertoires und digitale Öffentlichkeiten“ das Thema digitale Öffentlichkeiten aus der Perspektive der Nutzungsforschung auf. Er stellt einen konzeptionellen Ansatz vor, mit Hilfe dessen untersucht werden kann, wie sich die Mitglieder digitalisierter Gesellschaften an öffentlicher Kommunikation auf der Basis ihrer kommunikativen Praxen und Kommunikationsrepertoires beteiligen und welche Konsequenzen dies für die kommunikativen Figurationen von Öffentlichkeiten hat. Für die Analyse digitaler Öffentlichkeiten soll sich diese Konzeption insofern als hilfreich erweisen, als sie die vorab vorgenommene Festlegung auf bestimmte Medien oder bestimmte Kommunikationsformen vermeidet, sondern nur die von den Nutzern selbst für relevant gehaltenen Informationsquellen untersucht – diese aber vollständig und in ihrem Zusammenspiel.

Auch *Marian Adolf* geht in seinem Beitrag („Öffentliche Kommunikation und kommunikative Öffentlichkeiten: Zur Konstitution von Öffentlichkeit im Zeitalter der digitalen Medien“) von einer veränderten Struktur gesellschaftlicher Kommunikation aus. Mit der Etablierung der neuen Medien ist eine Unterscheidung zwischen privater und öffentlicher Kommunikation nicht mehr trivial. Er reflektiert in seinem Beitrag den Zusammenhang zwischen medientechnologischem und kommunikationspraktischem Wandel, die Öffentlichkeit als veränderliches Konstrukt und die Veränderung der kommunikativen Öffentlichkeit in ihrer Gesamtheit. Er schließt seine Betrachtungen mit möglichen Implikationen, die sich daraus für eine moderne Öffentlichkeitsforschung ergeben.

Christian Pentzold und *Claudia Fraas* plädieren in ihrer Studie („Framing Big Data: Methode und Ergebnisse einer multimodalen, transmedialen Diskursanalyse der Handygate-Affäre 2011“) für eine Verbindung von Methoden der Sprach- und Sozialwissenschaften, um sich dem Forschungsgegenstand des Kommunizierens im digitalen Strukturwandel von Öffentlichkeiten mit Hilfe einer qualitativ-interpretativen Analyse von Diskursen angemessen nähern zu können.

In ihrem Beitrag („Proxy-Logfile-Analyse: Möglichkeiten und Grenzen der automatisierten Messung individueller Online-Nutzung“) loten *Christian Strippel* und *Martin Emmer* das Potential und die Beschränkungen von drei verschiedenen Varianten der Proxy-Logfile-Analyse als Methode zur Messung individueller Online-Nutzung aus. Hierbei zeigen sie relevante Einschränkungen, insbesondere bei der mobilen Online-Nutzung, auf.

Teil zwei des Tagungsbands versammelt Beiträge zum digitalen Wandel des Journalismus und zu den individuellen und kollektiven Herausforderungen, die sich daraus ergeben.

Tobias Eberwein ergründet in seinem Aufsatz „Journalistisches Erzählen im Wandel. Ergebnisse einer Mehrmethodenstudie“, ob digitale Formen journalistischer Berichterstattung wie das multimediale Storytelling die Effektivität narrativer journalistischer Darstellungsmuster steigern können. Seine Mehrmethodenstudie zeigt, dass Internetreporter zwar hinsichtlich der Wirkungsrelevanz optimistisch sind, aber die Rezipienten multimediale und interaktive Webreportagen allenfalls emotionaler wahrnehmen, während sie jedoch die verarbeiteten Inhalte klassischer Printtexte besser verstehen und behalten können.

Cornelia Wolf geht in ihrem Beitrag („Zwischen Imitation und Innovation – Anwendungsoptionen und redaktionelle Aneignung von Apps im Journalismus“) der Frage nach, wie sich der Journalismus das technische und ökonomische Potenzial von Apps derzeit aneignet und sieht im Ergebnis ihrer Untersuchung das Trägheitsprinzip bei der Institutionalisierung neuer Medien im Journalismus auch für journalistische Apps bestätigt.

In seinem Beitrag („Mehr als lousy pennies? Etablierte vs. alternative Geschäftsmodelle im Online-Journalismus“) vergleicht *Alexander Godulla* Erlösmodelle von journalistischen Online-Auftritten in den USA und Deutschland. Hierbei kann er zeigen, dass Verlage aktuell wenig mit alternativen Erlösformen wie Social Payment experimentieren.

Zwei Beiträge beschäftigen sich mit dem digitalen Klimajournalismus. Im Kapitel „Klimawandel im Netz: Die Digitalisierung von Informationskanälen und ihre Folgen für die Öffentlichkeit“ untersuchen *Corinna Oschatz*, *Marcus Maurer* und *Jörg Haßler* mit Hilfe eines Multi-Methoden-Designs das komplexe Phänomen Klimawandel und dessen Online-Aufbereitung. Gerade Akteure aus Politik und Wissenschaft haben dank Internet die Möglichkeit, sich mit Informationen direkt an die Bürger zu wenden. Das wiederum führt die Autorin und die Autoren zu der spannenden Frage, ob Onlinemedien stärker zum Wissenserwerb über die Ursachen und Folgen des Klimawandels beitragen als klassische Medien. Die Rolle von Social Media im Klimajournalismus nehmen *Michael Brüggemann* und *Sven Engesser* in ihrer Studie („Skeptiker müssen draußen bleiben: Weblogs und Klimajournalismus“) unter die Lupe und kommen unter anderem zu dem Ergebnis, dass im konventionellen Klimajournalismus eine fachspezifische Blogosphäre offenbar nur wenig Gewicht habe.

Daniel Klenke und *Stefan Meier* gehen in ihrem Beitrag („Through My Eye, Not Hipstamatic`s“: Befunde und Hypothesen zu (digitalen) Ästhetisierungspraktiken in der aktuellen fotojournalistischen Kriegsberichterstattung“) auf den Diskurs um Normen und Grenzen digitaler Ästhetisierungspraktiken innerhalb des Fotojournalismus ein, der infolge des Einsatzes der Smartphone-Fotografie und digitaler Filtersoftware – etwa durch den Fotojournalist Damon Winter bei seiner Fotostrecke *A Grunt's Life* – ausgelöst wurde. Ihr Fazit zur neuen Art der Authentizität in der digitalen Bildlichkeit: Es steht nicht mehr allein das fotografierte Objekt im Mittelpunkt, das als indexikalische Spur ins Bild getreten ist, sondern die Produktionssituation tritt hervor, die durch das Bild initiiert wurde.

Im abschließenden dritten Abschnitt des Sammelbands befassen sich Autorinnen und Autoren mit neuen Formen und Formaten der Onlinekommunikation im privaten und öffentlichen Raum, die Anschlusskommunikation auslösen.

In ihrem Kapitel („Gemeinschaft schlägt Gesellschaft – Die vermeintliche Paradoxie des Privaten“) wollen *Pepe Strathoff* und *Christoph Lutz* zeigen, wie sich das sogenannte Privacy Paradox vor dem sozialtheoretischen Hintergrund von Ferdinand Tönnies, der Dualität von Gemeinschaft und Gesellschaft, auflösen lässt. Damit suchen sie nach einem anderen theoretischen Bezugsrahmen als dem Rational-Choice-Modell des sogenannten Privacy

Calculus, wonach Internet-Nutzer die Vorteile der Datenpreisgabe höher gewichten als die Risiken.

Bernadette Kneidinger interessiert sich im Kapitel „Social TV“ als Tor zu digitalen Öffentlichkeiten. Virtuelle Fernsehgespräche und Vergemeinschaftung durch Second Screens“ für die Frage, welche Motive hinter der Nutzung von Social TV-Angeboten stehen und inwieweit die Parallelnutzung mehrerer Bildschirme zum Alltag der Fernsehnutzer gehört. Die Ergebnisse ihrer empirischen Studie deuten darauf hin, dass der tatsächlich interaktive Austausch innerhalb der Gruppe der Fernsehzuschauer bzw. zwischen Fernsehzuschauern und -produzenten bislang noch auf eine eher kleine aktive Nutzergruppe beschränkt ist.

In ihrer Twitter-Studie („Identifikation, Messung und Interpretation von Twitter-Öffentlichkeiten am Beispiel der Europawahlen 2014“) belegen *Axel Maireder* und *Stephan Schlögl*, wie eine Strukturanalyse von Accountnetzwerken zur Beschreibung und Interpretation öffentlicher Kommunikationsprozesse auf Twitter beitragen kann. Sie zeigen dabei zudem auf, dass sich ihr Instrument auch auf andere Kontexte außerhalb des Europawahlkampfes übertragen lässt und damit auf Twitter geführte Diskurse effizient untersuchbar werden.

Marc Ziegele, *Timo Breiner* und *Oliver Quiring* kommen im Kapitel „Nutzerkommentare oder Nachrichteninhalte – Was stimuliert Anschlusskommunikation auf Nachrichtenportalen?“ auf der Basis einer experimentelle Untersuchung zu dem Schluss, dass in integrierten Öffentlichkeiten sowohl Eigenschaften der Massen- als auch der Individualkommunikation den Diskussionswert von Online-Nachrichten konstituieren. Diskussionsfaktoren in Nutzerkommentaren verursachten in drei von vier Experimenten zusätzliches (negatives) affektives Involvement, das die Bereitschaft erhöhte, auf die entsprechenden Kommentare zu antworten.

Abschließend zeigen *Cornelia Brantner* und *Katharina Lobinger* in ihrem Beitrag zur „Wahrnehmung expressiver Authentizität digitaler Selbstbilder und Selfies“ auf der Basis einer Q-Sort Studie, dass verschiedene, durchaus konträre subjektive Sichtweisen auf die Authentizität von digitalen Selbstfotos existieren und diese insbesondere von Alter, Fotoexpertise und eigenen Bildpraktiken beeinflusst werden.

Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld und Thomas Knieper

Die hier versammelten Beiträge spiegeln allesamt das weite Feld wider, das der Untersuchungsgegenstand digitale Öffentlichkeit(en) für Anschlussforschung künftig bietet.

*

Als Herausgeber dieser Anthologie und als Organisatoren der 59. DGPUK-Jahrestagung 2014 in Passau sind wir dem Vorstand unserer Fachgesellschaft für dessen tatkräftige Unterstützung bei der Ausrichtung der Konferenz sehr verbunden. Auch allen, die vorgetragen, und jenen, die teilgenommen haben, danken wir für instruktive Präsentationen und rege Diskussionen. Besondere Erwähnung verdienen ferner unsere Universitätsleitung, Verwaltung, Sekretariate, Techniker, wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie zahlreichen Studierenden, ohne deren helfenden Hände und Köpfe eine solche Veranstaltung gar nicht zu realisieren gewesen wäre. Herzlicher Dank und großes Lob gelten aber insbesondere unserer wissenschaftlichen Mitarbeiterin, *Anne-Christin Hoffmann*, für deren unermüdliches Engagement beim Tagungsmanagement und bei der Publikation dieses Bandes.

Passau, im Januar 2015

Oliver Hahn, Ralf Hohlfeld und Thomas Knieper