



Einleitung

Marie-Luis Merten und Daniel Knuchel*

Digitale Öffentlichkeit(en). Linguistische Perspektiven

Digital public sphere(s). Linguistic perspectives

<https://doi.org/10.1515/zgl-2024-2001>

Abstract: In this thematic volume we ask how digitalization and mediatization are transforming public communication and its conceptual understanding. This introductory text delves into the historical shift from oral and body media to written media in societal communication, highlighting the evolution through telecommunication mass media to the replacement of analog communication by digital forms. It addresses the lack of consensus on the definition of ‘publics’ and public communication, underscoring the multidimensional, heterogeneous, and fluid nature of these concepts.

We ask how digitalization and mediatization processes raise questions about fundamental changes in publics due to new technological-communicative possibilities. Furthermore, we discuss the concept of publics as communicatively constructed and maintained, shaped by media and community ideologies.

We propose a continuum model for digital/digitized publics, ranging from dyadic communication to multi-party communication. It emphasizes four key aspects for linguistic engagement with digital publics: communicative construction, technical and social affordances, multiplicity of addressing, and practices of digital community formation. With this model and the contributions following the introduction we contribute to a nuanced understanding of digital publics, considering their scale, complexity, and the dynamics of content creation and audience interaction.

- 1 Mediatisierung und Digitalisierung: Wandel von Öffentlichkeit(en)?
- 2 Sprachlich-kommunikative Konstruktion digitaler Öffentlichkeiten
- 3 Zu einem Kontinuum digital-öffentlicher Kommunikation
- 4 Übersicht über das Themenheft
Literatur

***Kontaktpersonen:** Prof. Dr. Marie-Luis Merten: Universität Zürich, Deutsches Seminar, Schönberggasse 2, CH-8001 Zürich, E-Mail: mlmerten@ds.uzh.ch

Dr. Daniel Knuchel: Universität Zürich, Deutsches Seminar, Schönberggasse 2, CH-8001 Zürich, E-Mail: daniel.knuchel@ds.uzh.ch

1 Mediatisierung und Digitalisierung: Wandel von Öffentlichkeit(en)?

Mit dem historischen Wechsel von Oral- bzw. Körpermedien zu Schreibmedien in der gesellschaftlich relevanten (Stadt-)Kommunikation (vgl. Goody et al. 2016; Merten 2018), dem Aufkommen telekommunikativer Massenmedien wie dem Hörfunk und Fernsehen im letzten Jahrhundert (vgl. Merten 1999; Luhmann 2000) sowie dem voranschreitenden Ablösen analoger Kommunikationsformen durch digitale Angebote (vgl. König & Oloff 2019; Seeliger & Seignani 2021) haben sich Öffentlichkeit(en) und die (normative) Sicht auf öffentliche Meinungsbildung und -kommunikation bereits mehrfach neu ausgerichtet und strukturiert. Obwohl die Erforschung von Öffentlichkeit(en) und öffentlicher Kommunikation auf eine lange Tradition zurückblickt, herrscht keineswegs Einigkeit über ihre begriffliche Bestimmung (zur Begriffsgeschichte Bock & Antos 2019, Kap. 1.1). Mediatisierungs- und Digitalisierungsprozesse lassen zudem die Frage aufkommen, ob sich Öffentlichkeit(en) angesichts neuer technisch-kommunikativer Möglichkeiten grundlegend verändert hat/haben (vgl. Couldry & Hepp 2017): Zum einen lässt sich dieser Umstand der divergierenden Begriffsbestimmung von Öffentlichkeit(en) auf verschiedene und durchaus konkurrierende Perspektiven sowie fachliche Schwerpunktsetzungen zurückführen (vgl. Schiewe 2004; Reder 2021, Kap. 2). Zum anderen entzieht sich der Phänomenbereich kommunikativ hervorgebrachter Öffentlichkeit(en) in seiner Mehrdimensionalität, Heterogenität und Fluidität einer allzu vereinfachenden und strikten Abgrenzung – etwa zu Kontexten der Nicht-Öffentlichkeit oder Privatheit – wie auch einer entsprechenden Binnengliederung. In diachron-kommunikationsgeschichtlicher Hinsicht begegnen unterschiedliche Formen der Öffentlichkeit(en) (vgl. Habermas 1962; Seeliger & Seignani 2021); ebenso divergieren Praktiken der (digital-)öffentlichen Kommunikation über verschiedene Anlässe unseres gegenwärtigen Kommunikationsalltags hinweg. Dennoch liegen durchaus breit rezipierte Auseinandersetzungen zur Typisierung und Skalierbarkeit von Öffentlichkeit(en) – u. a. mit dem Mehrebenen-Modell von Gerhards & Neidhardt (1990) sowie dem auf dem Begriff der Arenen aufbauenden Beitrag von Schmidt (2013, 2018) – vor. Mit einem Schwerpunkt auf Twitter-Kommunikation schlagen u. a. Bruns & Burgess (2011) sowie Bruns & Moe (2014) ein Modell verschiedener prozesshaft ineinandergreifender Öffentlichkeitsebenen vor (dazu Androutopoulos & Maas in diesem Heft sowie Merten in diesem Heft).

In der aktuellen Forschung – ob etwa linguistischer, kommunikationswissenschaftlicher oder soziologischer Provenienz – herrscht weitgehend Konsens darüber, dass nicht von einer massenmedial hervorgebrachten und aufrechterhaltenen Öffentlichkeit auszugehen ist, sondern dass uns eine Vielzahl an (digitalen

und episodischen) Öffentlichkeiten unterschiedlicher Reichweite und Reziprozität begegnet, die jeweils kommunikativ konstruiert werden (u. a. Breese 2011; Jarren & Donges 2011; Schäfer 2015; Bruns 2018; Hauser et al. 2019; Habermas 2022). Mithin lassen sich (digital-)kommunikativ hervorgebrachte Öffentlichkeiten grundsätzlich als skaliert – d. h. hinsichtlich ihrer Größe variabel – betrachten (vgl. Gal & Irvine 2019, 217–241; Spitzmüller 2022, 244–246; Spitzmüller & Pfadenhauer in diesem Heft). Die zunehmende Plattformisierung digitaler Kommunikation (vgl. Poell et al. 2019; Eisenegger & Schäfer 2023), in der soziale Netzwerke und Software-Technologie-Anwendungen wie Twitter, YouTube, Instagram, TikTok usw. beginnen, als „new intermediaries, ‚re-intermediating‘ (Seeliger & Servignani 2011, 11) public communication“ (Eisenegger & Schäfer 2023, 65) zu funktionieren, schlägt sich in einer entsprechenden Diversifikation digital-öffentlicher Kommunikation nieder. Keineswegs sei damit jedoch marginalisiert, dass öffentliche Kommunikation auch in analogen Zeiten als komplex und in verschiedenen medialen Formaten konstituiert zu betrachten ist (dazu Spitzmüller & Pfadenhauer in diesem Heft).

In Abschnitt 3 dieser Einleitung unterbreiten wir den Vorschlag, digitale bzw. digitalisierte Öffentlichkeiten als ein Kontinuum zu modellieren, das sich zwischen dem dyadischen Kommunikationstyp als Minimalform von Öffentlichkeit auf der einen Seite und einer mehrfachadressierten (und häufig anonymen) Mehrparteien-Kommunikation auf der anderen Seite aufspannt. Auf diese Weise wird es möglich, die Beiträge dieses Themenheftes mit Blick auf ihre theoretisch-begrifflichen sowie empirisch-phänomenologischen Gemeinsamkeiten und Unterschiede einzuordnen. Uns erscheinen insbesondere vier Gesichtspunkte für die linguistische Beschäftigung mit digitalen Öffentlichkeiten relevant; sie werden in den Beiträgen an verschiedenen Stellen aufgegriffen und auf die jeweils beleuchtete Form von digitaler Öffentlichkeit bezogen:

- 1) **Kommunikative Konstruktion von Öffentlichkeiten:** Öffentlichkeiten werden kommunikativ hergestellt und aufrechterhalten. Erwartungen, die an (digital-)öffentliche Kommunikationsformen herangetragen werden, sind von Medien- und Vergemeinschaftungsideologien geprägt (dazu insbesondere Spitzmüller & Pfadenhauer in diesem Heft). Dieser Aspekt wird angesichts seiner Relevanz für die linguistische Auseinandersetzung mit digital-öffentlicher Kommunikation eingehender in Abschnitt 2 dieser Einleitung thematisiert.
- 2) **Technisch-mediale sowie sozial-kommunikative Affordanzen:** Technische (plattformenspezifische) Angebotsstrukturen sowie Routinen der Vergemeinschaftung in digitalen Kommunikationsräumen legen gewisse sprachlich-kommunikative Verwendungsweisen nahe; sie gehen aber dennoch mit Spielräumen der konkreten Nutzung einher (vgl. Reckwitz 2014, 21). Insbesondere Möglichkeiten der technisch niederschweligen Reproduzierbarkeit und Shareability von Inhalten kennzeichnen digitale Kommunikationsformate und

-inhalte (hierzu u. a. Hauser in diesem Heft sowie Merten in diesem Heft), die unterschiedlichen Dynamiken der De- und Rekontextualisierung unterliegen (vgl. Androutsopoulos 2016). Prozesse der Datafizierung – als die Quantifizierung und digitale Speicherung unseres (kommunikativen) Alltags (vgl. Mejias & Couldry 2019) – erhöhen die Persistenz wie auch (Nach-)Nutzbarkeit von digital hinterlassenen Kommunikaten und Informationen.

- 3) **(Mehrfach-)Adressierung öffentlicher Kommunikation:** Digital-öffentliche Kommunikationsformen zeichnen sich in zahlreichen Fällen durch ihre Mehrfachadressierung aus. Angesprochen sind wiederkehrend nicht nur – mittels Verlinkungen, Zitation, Reply-Funktion usw. – direkt adressierte Akteur:innen, sondern ebenso imaginierte Publika (vgl. Marwick & Boyd 2011, 117), also generalisierte Dritte, die unter Umständen als passiv Rezipierende nicht die kommunikative Bühne betreten (vgl. Litt & Hargittai 2016; zur Differenzierung von intendiertem, adressiertem, empirischem sowie potenziellem Publikum auch Schmidt 2013). Ebenso können (potenziell) Lesende, Zuschauende sowie Zuhörende angesprochen sein, die sich im weiteren Verlauf des öffentlichen Kommunikationsereignisses aktiv an der Auseinandersetzung beteiligen, beispielsweise im Zuge anschlusskommunikativer Kommentare zu Initialbeiträgen verschiedenen Formats (zur Erforschung von Anschlusskommunikation Pfurtscheller in diesem Heft, Androutsopoulos & Maas in diesem Heft, Bender, Bubenhofer & Janich in diesem Heft sowie Merten in diesem Heft).
- 4) **Praktiken der (digital-kommunikativen) Vergemeinschaftung:** Digitale Öffentlichkeiten sind häufig sozial-relationale Räume der Vergemeinschaftung. Sie dienen keineswegs ausschließlich dem Austausch und der sachbezogenen Aushandlung von Informationen; vielmehr ist stets auch die soziale Dimension – als Beziehungsebene zu modellieren – mehr oder weniger prominent angesprochen und Gegenstand der gemeinsamen Bearbeitung. Digitale Öffentlichkeiten werden durch Praktiken der sprachlich-kommunikativen Vergemeinschaftung hervorgebracht. Auf sprachlich-kommunikative Weise bestätigen digitale Gemeinschaften – wie beispielsweise Follower:innen-Communitys (vgl. Hauser in diesem Heft sowie Merten in diesem Heft) – einander ihre Zugehörigkeit (vgl. Chayko 2020, Kap. 6.3; Leuckert 2020; Paßmann 2023), die nicht nur durch ein gemeinsames Interesse an ausgewählten Themen fundiert ist, sondern die sich ebenfalls in Form eines geteilten kommunikativen Repertoires abzeichnen kann. Damit lassen sich digitale Gemeinschaften als Communitys of Practice perspektivieren, die ein gemeinsames Verständnis digital-kommunikativer Praktiken und ihres musterhaften Vollzugs eint (vgl. Lave & Wenger 1991; soziolinguistisch perspektiviert von Eckert & McConnell-Ginet 1992; im digital-kommunikativen Zusammenhang Leuckert 2020, Kap. 7.2). Orte der Zusammenkunft sind in diesem Fall virtueller Natur.

Mit dieser Zusammenstellung sind (Basis-)Annahmen adressiert, die grundsätzlich betrachtet auch für eine Vielzahl an analogen Formen der (öffentlichen) Kommunikation bedeutsam bis hin zu charakteristisch sind. Zentrale Unterschiede bestehen hierbei sowohl mit Blick auf die genutzten und potenziell nutzbaren Kommunikationstechnologien als auch hinsichtlich sozio-kommunikativer Logiken unserer digitalen Lebenswelt. Es begegnen in digitalen Kommunikationssettings divergierende Verhältnisse von Produzent:innen und Rezipient:innen (bzw. Konsument:innen); die Abgrenzung von Urheber:in, Autor:in, Kreativeur:in und Kommunikationsverantwortlicher:em gestaltet sich in Fällen von (multimodalen) Remix-Kommunikaten durchaus schwierig; interpersonale (schriftliche) Öffentlichkeitskommunikation, die den Anschein sequenziell organisierter Interaktion erweckt, kennzeichnet ihre fehlende Wahrnehmungswahrnehmung usw. Die Beiträge dieses Themenheftes widmen sich diesen und weiteren Charakteristika digital-öffentlicher Kommunikation eingehend.

2 Sprachlich-kommunikative Konstruktion digitaler Öffentlichkeiten

Die Beiträge dieses Themenheftes teilen ein konstruktivistisches Verständnis von Öffentlichkeit: Öffentlichkeit ist keineswegs ein prä-kommunikativ gegebener Raum des (Meinungs-)Austausches, der für eine breite Masse an Interessierten zugänglich ist und im übertragenen Sinne betreten und wieder verlassen werden kann. Stattdessen stellt Öffentlichkeit – in ihren divergierenden Erscheinungsformen und Größenordnungen (dazu Abschnitt 3 dieser Einleitung) – eine gemeinsame kommunikative Herstellungsleistung mindestens zweier Akteur:innen dar (zu dieser Minimalanforderung an Öffentlichkeit Oloff & König in diesem Heft). In linguistischer Hinsicht stellt sich die Frage, wie verschiedene Formen der digitalen Öffentlichkeit sprachlich-kommunikativ hervorgebracht werden, welche Muster der sprachlichen Konstruktion sich beobachten lassen, in welchen Partizipationsrollen die an digital-öffentlicher Kommunikation Beteiligten auftreten (u. a. Dynel & Chovanec 2015) und – für das vorliegende Themenheft von besonderem Interesse – inwiefern sich der digital-kommunikative Rahmen auf die sprachliche Hervorbringung auswirkt (vgl. Schäfer 2015; Eisenegger & Schäfer 2023). Wesentliche Unterschiede zu analogen Kommunikationsformen sind bereits in Abschnitt 1 aufgegriffen worden. Vor allem niedrige Kommunikationshürden (vgl. Schmidt 2018, 27; Pappert & Roth 2019), das Sichtbarwerden und die erhöhte Persistenz von (anonymer) Anschlusskommunikation (vgl. Hauser et al. 2019) sowie technisch unterstützte Rekontextualisierungsmöglichkeiten von Kommunikaten (vgl. Androutsopoulos 2016) spielen hierbei eine bedeutende Rolle.

Mediatisierungs- und Digitalisierungsprozesse führen zur Konsolidierung und stetigen Weiterentwicklung mediatisierter Praktiken, die Androutopoulos & Maas (in diesem Heft) zufolge „vordigitale Muster und Ressourcen auf die spezifischen techno-sozialen Rahmenbedingungen digitaler Plattformen neu konfigurieren“. Ein Großteil der Beiträge in diesem Heft nähert sich ausgewählten mediatisierten Praktiken unter Bezugnahme auf zentrale Konzepte der angewandt-linguistischen Forschung. Diese sprachwissenschaftlichen Theorieentwürfe verbindet, dass sie das sprachlich-kommunikativ Rekurrente und zugleich für eine (digitale) Sprachgemeinschaft sozial Verbindliche wie auch Bewährte in den Vordergrund rücken. Hauser (in diesem Heft) nimmt die kommunikative Gattung des Fancalls auf YouTube in den Blick (zu kommunikativen Gattungen Luckmann 1989), Androutopoulos & Maas (in diesem Heft) stellen das kommunikative Repertoire der Polizei Hamburg auf Twitter in den Mittelpunkt ihrer Beschäftigung (zum Repertoire-Begriff Hymes 1974). Merten (in diesem Heft) widmet sich sprachlich musterhaften Positionierungs- und Evaluationspraktiken auf YouTube; epistemische Positionierungsroutinen im Wissenschaftsblog stehen bei Bender, Bubenhofer & Janich (in diesem Heft) im Vordergrund (zur affektiven sowie epistemischen Positionierungspraxis Du Bois 2007). Sequenzielle Muster des interpersonalen Austausches werden sowohl für den (politischen) Live-Ticker von Pfurtscheller (in diesem Heft) als auch für die Face-to-Face-Interaktion von Oloff & König (in diesem Heft) behandelt (zu interaktional-linguistischen Zugängen Imo & Lanwer 2019). Herausgearbeitet werden damit jeweils Korrelationen von kommunikativen Handlungen und semiotischen Handlungsmitteln, die im Dienste der sprachlich-multimodalen Vergemeinschaftung stehen.

Dass es sich bei digitalen Öffentlichkeiten um ein kommunikationsideologisch aufgeladenes und dynamisches, mithin veränderliches und aushandelbares Konstrukt handelt, arbeiten Spitzmüller & Pfadenhauer (in diesem Heft) eindrücklich heraus. Vorstellungen, Bewertungen, Erwartungen und Grenzziehungen, die mit dieser Konstruktion von (digitaler) Öffentlichkeit einhergehen, sind in der Lebenswelt von Akteur:innen handlungsleitend. Eng daran geknüpft und auf komplexe Weise miteinander verwoben sind zugleich Medien- und Vergemeinschaftungsideologien; sie machen die gesellschaftliche Wirklichkeit für Akteur:innen begreif- und (zu-)ordenbar. Zugänglich werden diese (kontextabhängigen) Projektionen, Erwartungshaltungen und Evaluationen u. a. im Rahmen metapragmatischer Zugänge (vgl. Spitzmüller 2022, Kap. 7.5.6), die sich dem Entwurf sozialer Positionen in der jeweiligen Kommunikationssituation widmen. In Anlehnung an metapragmatische Überlegungen arbeitet Merten (in diesem Heft) heraus, welches Verständnis von *öffentlich* und *privat* im digitalen Zeitalter Kommentierende in einer Diskussion auf YouTube hervorbringen und aushandeln.

3 Zu einem Kontinuum digital-öffentlicher Kommunikation

Als das Ergebnis kommunikativer Herstellungsleistungen in verschiedentlich konfigurierten Kommunikationsräumen variieren digitale Öffentlichkeiten mit Blick auf ihre Größenordnung und Reichweite. Im Sinne einer Minimalform von digitalisierter Öffentlichkeit begreifen Oloff & König (in diesem Heft) bereits die dyadische Face-to-Face-Kommunikation unter Nutzung von mobilen Geräten als öffentliche Kommunikation. Sie zeigen das zeitlich koordinierte Zusammenspiel von Online- und Offline-Kommunikation bzw. lokalem und virtuellem Raum auf und verdeutlichen, dass es sich bei der von ihnen untersuchten Form von digitaler Öffentlichkeit um ein von Koordinationsarbeit geprägtes interaktives Accomplishment handelt. Am anderen Ende der erforschten Typen digitaler Öffentlichkeit lassen sich solche Kommunikationskonstellationen einordnen, in denen eine Vielzahl von Akteur:innen erreicht wird, die zugleich die Möglichkeit haben, sich aktiv am jeweiligen Austausch zu beteiligen. Hierunter fällt etwa die Twitter-Präsenz der Polizei Hamburg (vgl. Androutopoulos & Maas in diesem Heft), die sich nicht nur angesichts der entsprechenden Follower:innen-Zahlen und einer einschlägigen Hashtag-Nutzung durch reichweitenstarke Posts auszeichnet, sondern die ebenso User:innen-Kommunikation auf Encounter-Ebene unterhalb der Tweets integriert. Wir gehen in diesem Themenheft mithin von einem Kontinuum digital-öffentlicher Kommunikation und damit auch digitaler Öffentlichkeiten aus (dazu Abb. 1). Zudem zeichnen sich zahlreiche der untersuchten Fälle – von der erwähnten Twitter-Polizeikommunikation über den politischen Live-Ticker bis hin zu YouTube-Videos, auf die zahlreiche Zuschauer:innen-Kommentare folgen – durch die Verschränkung verschiedener Öffentlichkeitsdimensionen aus (vgl. Jarren & Donges 2011; Bruns & Moe 2014; Schmidt 2013, 2018).

Als Beschreibungsdimensionen mit unterschiedlicher Ausprägung lassen sich die folgenden Gesichtspunkte ansetzen: (1) die Reichweite bzw. Sichtbarkeit von öffentlicher Kommunikation (rezeptionsbezogene Perspektive), die auch als Grad an Zugänglichkeit zu Inhalten (vgl. Dürscheid 2007, 30 sowie Oloff & König in diesem Heft) gefasst werden kann; (2) die Möglichkeit zur Partizipation, also zur Mitgestaltung des jeweiligen Kommunikationsraums (produktionsbezogene Perspektive); (3) die Adressierung von Rezipierenden, die sowohl mit Blick auf die Größe eines Publikums als auch hinsichtlich der Anzahl an (heterogenen) Publika als Adressatenkreise divergieren kann; (4) der Bekanntheitsgrad der an der digital-öffentlichen Kommunikation Partizipierenden, wobei hier nicht nur das Verhältnis von stärker aktiven und eher passiven Akteur:innen (etwa Polizei und Follower:innen), sondern etwa auch die Bekanntheit der Adressierten (z. B. Community einer: Influencer:in) angesprochen ist; (5) die Relevanz der verhandelten Inhalte, die nicht in gleichem Maße als gesellschaftlich bedeutsam einzustufen sind; (6) die Vergänglichkeit bzw. Verfüg-

Minimalform		Maximalform
<i>gering</i>	REICHWEITE / SICHTBARKEIT	<i>hoch</i>
<i>beschränkt</i>	PARTIZIPATION	<i>unbeschränkt</i>
<i>einfach</i>	ADRESSIERUNG	<i>mehrfach</i>
<i>bekannt</i>	BEKANNTHEITSGRAD	<i>unbekannt</i>
<i>persönlich</i>	RELEVANZ	<i>gesellschaftlich</i>
<i>flüchtig</i>	VERGÄNGLICHKEIT	<i>persistent</i>
<i>kontrolliert</i>	DEUTUNGSHOHEIT	<i>unkontrolliert</i>

Abb. 1: Kontinuum (digital-)öffentlicher Kommunikation

barkeit der kommunikativ konstruierten Öffentlichkeit, hier unterscheiden sich Fälle der nicht-aufgezeichneten/-dokumentierten Kommunikation (Face-to-Face-Kommunikation, aber etwa auch Live-Stream, der nicht gespeichert wird) von solchen, die persistent sind (u. a. YouTube-Videos, Tweets, Blogs, der Großteil der Anschlusskommunikation); (7) die (potenzielle) Deutungshoheit über hervorgebrachte Inhalte, die etwa in dyadischen Face-to-Face-Situationen durch die Möglichkeit, unmittelbar auf mögliche Missverständnisse und Fehlinterpretationen mit entsprechenden Richtigstellungen zu reagieren, als durchaus kontrolliert (bzw. kontrollierbarer) anzusetzen ist. Persistente Kommunikate in digitalen Kommunikationsräumen laufen potenziell allzeit Gefahr, (in „Abwesenheit“ der Urheber:innen) in neuen Kontexten sinnverstellend eingesetzt zu werden. Insbesondere die schnelllebige und vom Prinzip des Remixing charakterisierte Internet-Meme-Kultur ist hierfür ein anschauliches Beispiel (vgl. Merten & Bülow 2019). Auch dass ein Teil digitaler Öffentlichkeiten einer Form der Kuration bis hin zur Moderation unterliegt, fällt unter den Aspekt der Kontrolle bzw. des Kontrollverlustes, wie er etwa im Beitrag von Merten (in diesem Heft) aus Perspektive der Akteur:innen thematisiert wird.

Die untersuchten Typen digitaler Öffentlichkeit lassen sich auf diesem Kontinuum mit Blick auf die einzelnen Dimensionen an verschiedener Stelle platzieren. Während gewisse Konstitutiva über alle Formen von Öffentlichkeit hinweg gesetzt sind – etwa ein gemeinsamer Aufmerksamkeitsfokus, die gemeinsame Herstellungsleistung, die Prozesshaftigkeit, die Kommunikation inhärent ist –, variieren Reichweite, Adressatenkreise, Partizipationsmöglichkeiten usw. Wie bereits angedeutet, integrieren einige der untersuchten Phänomene (beispielsweise auf Twitter, YouTube, SciLogs, Nachrichtenseiten mit Live-Ticker) verschiedene Kommunikations- bzw. Öffentlichkeitstypen. Hier setzen Mehrebenenmodelle an, die – u. a. auf Basis der in Abb. 1 dargelegten Gesichtspunkte – zwischen digital-öffentlicher

Makro-, Meso- und Mikroebene unterscheiden (vgl. Bruns & Moe 2014; Lörcher & Taddicken 2019, Kap. 7.3). Während auf der Makroebene etwa Öffentlichkeitsformen mit entsprechend hoher Sichtbarkeit und Reichweite, von im weitesten Sinne gesellschaftlicher Relevanz und samt Adressierung eines großen sowie heterogenen Publikums einzuordnen sind, finden sich auf Mikroebene Kontexte des interpersonalen Austausches – etwa User:innen-Diskussionen in Kommentarspalten zu Initialbeiträgen –, die zwar durchaus potenziell sichtbar sind, deren Wahrnehmungswahrscheinlichkeit durch ein entsprechend großes (und interessiertes) Publikum jedoch als äußerst gering einzustufen ist.

4 Übersicht über das Themenheft

Nachfolgend geben wir eine tabellarische Übersicht über die Beiträge des vorliegenden Themenheftes. Aufgenommen in die Darstellung sind der untersuchte Gegenstand (G) samt fokussierter Plattform (P), der zur Untersuchung herangezogene Datentyp (D), die gewählte Methodik (M) sowie zentrale Ergebnisse, die der jeweilige Beitrag bespricht. Die Übersicht ist als Angebot für Leser:innen zu verstehen, die sich einen auf wesentliche Gesichtspunkte konzentrierten Überblick über dieses Themenheft verschaffen möchten.

Tab. 1: Übersicht über die Beiträge des Themenheftes

Beitrag: Gegenstand, Datentyp, Methodik	Zentrale Ergebnisse (u. a.)
<p>[1] JÜRGEN SPITZMÜLLER & MICHAELA PFADENHAUER G + P: Kommunikative Hervorbringung und vergemeinschaftungsideologische Imagination des digital-öffentlichen Raums Besonderheit: Es handelt sich um einen theoretischen Beitrag.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Modelle digitaler Öffentlichkeiten sind in erster Linie Vereinfachungen kommunikativer Praktiken und sozialer Prozesse, die vor dem Hintergrund von „Allerweltswissen“ und (inter-)disziplinären Theoriediskussionen entworfen werden.
<p>[2] JANNIS ANDROUTSOPOULOS & NIKOLAUS MAAS G + P: Institutionelle Kommunikation der Polizei Hamburg auf Twitter D: Dreimonatige Kompletterhebung der öffentlichen Twitter-Aktivitäten der Polizei Hamburg sowie Dokumentation von Hospitation und Interview mit dem Social-Media-Team der Polizei Hamburg M: Pragmatische Analyse kommunikativer Ressourcen (kodierter Datensatz)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Bürger:innen-Beamten-Interaktion ist kontextspezifisch, sprachlich-semiotisch heterogen ausgestaltet und bidirektional. – Kommunikative und interaktive Ressourcen werden je nach Öffentlichkeitsideologie der kommunizierenden Akteur:innen angepasst und situationsgebunden eingesetzt.

Tab. 1 (fortgesetzt)

Beitrag: Gegenstand, Datentyp, Methodik	Zentrale Ergebnisse (u. a.)
<p>[3] MARIE-LUIS MERTEN G + P: Metapragmatische Reflexionen zum Bodyshaming auf YouTube D: YouTube-Video samt dazugehörigen 2.118 Kommentaren M: Rekonstruktion metapragmatischer Positionierungen durch Triangulation qualitativer und korpusgestützter Analysen</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Durch intermediale Bezugnahmen werden die Öffentlichkeitsarenen des YouTube-Videos und der Anschlusskommunikation miteinander verengt und Interaktionsnormen verhandelt. – Auf Grundlage metapragmatischer Positionierungen wird die vermeintliche Konvergenz von Öffentlichkeit und Privatheit thematisiert und eine Interaktionsgemeinschaft als begrenzter öffentlicher Raum konstituiert.
<p>[4] DANIEL PFURTSCHELLER G + P: Live-Öffentlichkeiten in parlamentarischen Live-Tickern D: 45.332 journalistische Live-Ticker-Einträge (DerStandard.at) M: Medienlinguistische Analyse mit Fokus auf der dynamischen Kommunikationsentfaltung</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Live-Ticker konstituieren eine episodische Öffentlichkeit, die ihre Multimodalität und Kommunikationsdynamik charakterisieren. – Diese Form der (schriftbasierten) Live-Öffentlichkeit ist ereignisorientiert, nachrichtengebunden und hat vergemeinschaftendes Potenzial. – In Fancalls stellen telefonierende YouTuber:innen und Follower:innen gemeinsam Öffentlichkeit in Form einer Konvergenz von Publikation und Konversation her. – Fancalls stellen eine medienkonvergente Social-Media-Gattung mit persönlich-emotionalem Duktus im Admirationskontext dar.
<p>[5] STEFAN HAUSER G + P: Praktiken explizit performativer Beziehungsgestaltung in Fancalls auf YouTube D: 6 transkribierte Fancalls, die insgesamt 39 einzelne (gefilmte) Telefonanrufe umfassen M: Multimodale Interaktionsanalyse in Kombination mit einer mediensemiotischen Gattungsanalyse</p>	<ul style="list-style-type: none"> – In kopräsenten Interaktionsdyaden kann mit der Veröffentlichung digitaler Inhalte eine Minimalform digitaler Öffentlichkeit gemeinsam geschaffen werden. – Die Teilnehmenden leisten aktiv Koordinationsarbeit, um einen geteilten Wahrnehmungsfokus auf ausgewählte auditive oder visuelle Objekte einer digitalen Kommunikation herzustellen; zu beobachten ist ein koordiniertes zeitliches Nacheinander von digitalen und nicht-digitalen Handlungsräumen.

Tab. 1 (fortgesetzt)

Beitrag: Gegenstand, Datentyp, Methodik	Zentrale Ergebnisse (u. a.)
<p>[7] MICHAEL BENDER, NOAH BUBENHOFER & NINA JANICH G + P: Öffentliche Aushandlungspraktiken von Expertise auf dem Wissenschaftsblog SciLogs D: SciLogs-Subkorpus zur Klimathematik (1.291 Blogposts samt 37.083 Kommentaren und Replies) M: Mixed-Methods-Ansatz, der quantitative und qualitative Korpusanalysen integriert (Fokus: Tri-Gramme)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Die dynamische und Öffentlichkeit konstituierende Interaktion auf SciLogs ist von einer konzeptionellen Schriftlichkeit und mithin förmlichen Distanziertheit geprägt. – In den erforschten (wissensbezogenen) Interaktionsverläufen zu Konfliktthemen wie Klimawandel wird wiederkehrend von der argumentativen Sachverhaltsebene auf eine von Ironie und Emotionalität geprägte Beziehungsebene gewechselt; die untersuchte Form der Öffentlichkeit steht damit auch im Zeichen affiliiativer Positionierungen.

Literatur

- Androutsopoulos, Jannis (2016): Mediatisierte Praktiken: Zur Rekontextualisierung von Anschlusskommunikation in den Sozialen Medien. In Deppermann, Arnulf, Helmuth Feilke & Angelika Linke (Hg.): *Sprachliche und kommunikative Praktiken*. Berlin, Boston: De Gruyter, S. 337–367.
- Bock, Bettina & Gerd Antos (2019): ‚Öffentlichkeit‘ – ‚Laien‘ – ‚Experten‘: Strukturwandel von ‚Laien‘ und ‚Experten‘ in Diskursen über ‚Sprache‘. In Antos, Gerd, Thomas Niehr & Jürgen Spitzmüller (Hg.): *Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit*. Berlin, Boston: De Gruyter, S. 54–79.
- Breese, Elizabeth B. (2011): Mapping the variety of public spheres. In *Communication Theory* 21.2, S. 130–149.
- Bruns, Axel & Hallvard Moe (2014): Structural Layers of Communication on Twitter. In Weller, Katrin, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt & Cornelius Puschmann (Hg.): *Twitter and Society*. New York u. a.: Peter Lang, S. 15–28.
- Bruns, Axel & Burgess, Jean (2011): The Use of Twitter Hashtags in the Formation of Ad Hoc Publics. In *Proceedings of the 6th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference 2011*, S. 1–9.
- Chayko, Mary (2020): Rethinking Community in Communication and Information Studies: Digital Community and Community ‚to go‘. In Jansen, Bettina (Hg.): *Rethinking Community through Transdisciplinary Research*. Cham, Schweiz: Palgrave Macmillan, S. 99–110.
- Couldry, Nick & Andreas Hepp (2017): *The mediated construction of reality*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- Du Bois, John W. (2007): The stance triangle. In Englebretson, Robert (Hg.): *Stancetaking in Discourse. Subjectivity, evaluation, interaction*. Amsterdam: John Benjamins, S. 139–182.
- Dürscheid, Christa (2007): Private, nicht öffentliche und öffentliche Kommunikation im Internet. In *Neue Beiträge zur Germanistik* 6.4, S. 22–41.
- Dynel, Marta & Jan Chovanec (Hg.) (2015): *Participation in Public and Social Media Interactions*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.

- Eckert, Penelope & Sally McConnell-Ginet (1992): Think Practically and Look Locally: Language and Gender as Community-Based Practice. In *Annual Review of Anthropology* 21, S. 461–490.
- Eisenegger, Mark & Mike S. Schäfer (2023): Editorial: Reconceptualizing public sphere(s) in the digital age? In the role and future of public sphere theory. In *Communication Theory* 33.2–3, S. 61–69.
- Gal, Susan & Judith T. Irvine (2019): *Signs of Difference. Language and Ideology in Social Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gerhards, Jürgen & Friedhelm Neidhardt (1990): *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze*. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Goody, Jack, Ian Watt & Kathleen Gough (2016): *Entstehung und Folgen der Schriftkultur*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1962): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Luchterhand.
- Habermas, Jürgen (2022): *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik*. Berlin: Suhrkamp.
- Hauser, Stefan, Roman Opilowski & Eva L. Wyss (Hg.) (2019): *Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung*. Bielefeld: transcript.
- Hepp, Andreas, Matthias Berg & Cindy Roitsch (2014): Kommunikative Grenzziehung. Kommunikatives Grenzmanagement und die Grenzen der Gemeinschaft. In Hepp, Andreas, Matthias Berg & Cindy Roitsch (Hg.): *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Medien, Kultur, Kommunikation*. Wiesbaden: Springer, S. 175–197.
- Hymes, Dell (1974): *Foundations in Sociolinguistics*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Imo, Wolfgang & Jens Lanwer (2019): *Interaktionale Linguistik. Eine Einführung*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Jarren, Otfried & Patrick Donges (2011): *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer.
- König, Katharina & Florence Oloff (2019): Mobile Medienpraktiken im Spannungsfeld von Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymität. In *Journal für Medienlinguistik* 2, S. 1–27.
- Lave, Jean & Étienne Wenger (1991): *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Leuckert, Sven (2020): Rethinking Community in Linguistics: Language and Community in the Digital Age. In Jansen, Bettina (Hg.): *Rethinking Community through Transdisciplinary Research*. Cham, Schweiz: Palgrave Macmillan, S. 111–125.
- Litt, Eden & Eszter Hargittai (2016): The Imagined Audience on Social Network Sites. In *Social Media & Society* 2.1, S. 1–12.
- Lörcher, Ines & Monika Taddicken (2019): Online-Öffentlichkeitsarenen. Ein theoretisches Konzept zur Analyse verschiedener Formen öffentlicher Onlinekommunikation am Fallbeispiel Klimawandel. In Neverla, Irene, Monika Taddicken, Ines Lörcher & Imke Hoppe (Hg.): *Klimawandel im Kopf. Studien zur Wirkung, Aneignung und Online-Kommunikation*. Wiesbaden: Springer, S. 175–201.
- Luckmann, Thomas (1989): Kultur und Kommunikation. In Haller, Max, Hans-Joachim Hoffmann-Nowotny & Wolfgang Zapf (Hg.): *Kultur und Gesellschaft: Verhandlungen des 24. Deutschen Soziologentags, des 11. Österreichischen Soziologentags und des 8. Kongresses der Schweizerischen Gesellschaft für Soziologie in Zürich 1988*. Frankfurt a. M.: Campus, S. 33–45.
- Luhmann, Niklas (2000): *The reality of the mass media*. Stanford: Stanford University Press.
- Marwick, Alice E. & Danah Boyd (2011): I tweet honestly, I tweet passionately: twitter users, context collapse, and the imagined audience. In *New Media & Society* 13.1, S. 114–133.
- Mejias, Ulises A. & Nick Couldry (2019): Datafication. In *Internet Policy Review* 8.4, S. 1–10.

- Merten, Klaus (1999): Öffentlichkeit in systemtheoretischer Perspektive. In Szyszka, Peter (Hg.): *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation*. Wiesbaden: Springer, S. 49–66.
- Merten, Marie-Luis (2018): *Literater Sprachausbau kognitiv-funktional. Funktionswort-Konstruktionen in der historischen Rechtsschriftlichkeit*. Berlin, Boston: De Gruyter.
- Merten, Marie-Luis & Lars Bülow (2019): Zur politischen Internet-Meme-Praxis: Bild-Sprache-Texte kognitiv-funktional. In Bülow, Lars & Michael Johann (Hg.): *Politische Internet-Memes – Theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*. Berlin: Frank & Timme, S. 197–229.
- Pappert, Steffen & Kersten Sven Roth (2019): Diskurspragmatische Perspektiven auf neue Öffentlichkeiten in Webforen. In Hauser, Stefan, Roman Opilowski, Eva L. Wyss (Hg.): *Alternative Öffentlichkeiten. Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung*. Bielefeld: transcript, S. 19–52.
- Paßmann, Johannes (2023): Mediengeschichte des Followers. In Ganzert, Anne, Philipp Hauser & Isabell Otto (Hg.): *Following. Ein Kompendium zu Medien der Gefolgschaft und Prozessen des Folgens*. Berlin, Boston: De Gruyter, S. 17–28.
- Poell, Thomas, David Nieborg & José van Dijck (2019): Platformisation. In *Internet Policy Review* 8.4, S. 1–13.
- Reder, Michael (2021): Performativität, Differenz und Kritik. Für einen neuen Begriff der (politischen) Öffentlichkeit. In Kaelin, Lukas, Andreas Telser & Illaria Hoppe (Hg.): *Bubbles & Bodies. Neue Öffentlichkeiten zwischen sozialen Medien und Straßenprotesten*. Bielefeld: transcript, S. 19–38.
- Schäfer, Mike S. (2015): Digital Public Sphere. In Mazzoleni, Gianpietro (Hg.): *The International Encyclopedia of Political Communication*. London: Wiley Blackwell, S. 322–328.
- Schiewe, Jürgen (2004): *Öffentlichkeit. Entstehung und Wandel in Deutschland*. Paderborn: UTB.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2013): Onlinebasierte Öffentlichkeiten: Praktiken, Arenen und Strukturen. In Fraas, Claudia, Stefan Meier & Christian Pentzold (Hg.): *Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Onlineforschung*. Köln: von Halem, S. 35–56.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2014): Twitter and the Rise of Personal Publics. In Weller, Katrin, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt & Cornelius Puschmann (Hg.): *Twitter and Society*. New York u. a.: Peter Lang, S. 3–14.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2018): *Social Media*. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.
- Seeliger, Martin & Sebastian Sevignani (Hg.) (2021): *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit?* Baden-Baden: Nomos.
- Spitzmüller, Jürgen (2022): *Soziolinguistik: Eine Einführung*. Stuttgart: Metzler.