

PREPRINT

Erscheint in: Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Imhof, Kurt/Jarren, Otfried/Wyss, Vinzenz (Hg.) (2015): *Demokratisierung durch Social Media? Mediensymposium Band 13*. Wiesbaden: Springer VS, S. 199–212.

Social Media, Massenmedien und Öffentlichkeit – eine soziologische Einordnung

Jan-Felix Schrape

Das Internet löst als Universalmedium die technischen Grenzen zwischen den eingespielten Medienformen zunehmend auf. Von den damit verbundenen Potentialen aber unmittelbare Veränderungen in den grundsätzlichen Strukturen gesellschaftlicher Öffentlichkeit abzuleiten, wäre ein technikdeterministischer Fehlschluss, der in den letzten Jahren immer wieder zu übersteigerten Veränderungsvorstellungen geführt hat. Vor diesem Hintergrund entwickelt vorliegender Beitrag auf der Grundlage von empirischen Beobachtungen und strukturtheoretischen Überlegungen ein Einordnungsmodell für Social Media und Massenmedien, das zunächst die unterschiedlichen Wirkungsbereiche beider Medienformen herausarbeiten will, um daran anknüpfend drei explizit onlineinduzierte Verschiebungen in den Öffentlichkeitsstrukturen zu identifizieren.

1. Erwartungen und empirische Beobachtungen

An neue Medien werden seit jeher hohe Erwartungen geknüpft (Schrape 2012) und auch im Kontext des Internets erhofften sich bereits in den 1990er Jahren zahlreiche Kommentatoren einen neuerlichen Strukturwandel der Öffentlichkeit, der in einer „Verwirklichung der normativen Ansprüche des liberalen Öffentlichkeitsmodells nach Habermas“ und einem Ende der vielkritisierten Massenkommunikation münden sollte (Neuberger 2004: 15). Und obwohl sozialwissenschaftliche Beobachter wie z.B. Wehner (1997) oder Jarren (1997) schon in dieser ersten Diskussionsphase um die Potentiale des Netzes grundsätzliche soziostrukturelle Probleme der Demokratisierung, Aktivierung und Partizipation benannt hatten, die einem schnellen Wandel entgegenstehen, wurden ab 2005 im diskursiven Fahrwasser um das zuerst eher internetökonomisch belegte Schlagwort ‚Web 2.0‘ (O’Reilly 2006) ähnliche Vorhersagen erneut formuliert:

- Dan Gillmor (2004: 270) beschrieb das ‚Web 2.0‘ als das erste ‚many-to-many‘-Medium der Menschheitsgeschichte und prägte die Vorstellung *der Substitution massenmedialer Strukturen durch nutzerzentrierte Austauschprozesse*: „Grassroots journalists are dismantling Big Media’s monopoly on the news, transforming it from a lecture to a conversation“.

- Rheingold (2002) reaktivierte die Diskussion um eine Erweiterung der kollektiven Intelligenz durch das Internet (bereits: Lévy 1997) und Surowiecki (2004) popularisierte wenig später die Idee der *Weisheit der Vielen*, mit der nicht zuletzt die Vorstellung einer zunehmenden *Auflösung der Rollenverteilung zwischen Produzenten und Konsumenten* einherging (Bruns 2010).
- Diese Annahmen zusammengenommen beförderten überdies die These einer allgemeinen *Demokratisierung gesellschaftlicher Entscheidungsprozesse*, denn durch das Web erhalte die „Macht der Ströme [...] Vorrang vor den Strömen der Macht“ (Castells 2001: 429 u. 435, 2012).

Zumindest bezogen auf die deutsche Gesamtbevölkerung sprechen die verfügbaren empirischen Daten bislang allerdings kaum dafür, dass sich die genannten Erwartungen in ihrer Radikalität zeitnah erfüllen könnten (Schrape 2010, 2013):

- Zwar lassen sich in der Frage, wer „zumindest selten“ Angebote im Social Web nutzt, für 2012 relativ hohe Diffusionswerte feststellen. In der mindestens wöchentlichen Nutzung wiesen aber nur Social Networks und Videoportale Werte über 30 Prozent auf, während Blogs und *Twitter* mit 1 bis 2 Prozent auf einem niedrigen Niveau verharrten (ARD/ZDF 2012).
- Die jungen Alltagsnutzer von Social Media scheinen eher an Unterhaltung und weniger an politischer Information interessiert zu sein (IMUK 2012; Busemann/Gscheidle 2012). Die meistgeklickten Videos auf *Youtube.de* z.B. bestanden 2012 zu fast zwei Dritteln aus kommerziellen Musikvideos oder TV-Ausschnitten; Nachrichten spielten mit 2 Prozent kaum eine Rolle.
- Das Interesse daran, aktiv Inhalte im Netz zu veröffentlichen, steigerte sich in den letzten Jahren nicht: Auch 2012 zeigten sich lediglich 8 Prozent der Onliner über 14 Jahren (2006: 10 Prozent) und 12 Prozent der 14- bis 29-Jährigen (2006: 14 Prozent) sehr interessiert daran, etwas online zu publizieren (Busemann/Gscheidle 2009–2012; Fisch/Gscheidle 2007, 2008).
- Qualitative Analysen deuten darauf hin, dass Blogs i.d.R. einen geringen Eigenrechercheanteil aufweisen, sich die meisten *Tweets* um private oder unterhaltende bzw. kaum politische Inhalte drehen und die Inhalte massenmedialer Anbieter auch die Liste der meistempfohlenen Seiten im Social Web dominieren (Schmidt et al. 2009; Karbautzki 2011; Schröder 2012).

Die Intensivnutzer der neuen kommunikativen Möglichkeiten speisen sich also aus eng umrissenen Bevölkerungssegmenten mit ausgeprägten Unterhaltungsinteressen. Das heißt nun gerade nicht, dass deren Präferenzen keine Effekte auf die gesellschaftlichen Medienstrukturen hätten (Dolata/Schrape 2013); die gene-

rellen Nutzungsmuster sprechen bis dato aber kaum für eine Erosion der Massenkommunikation oder einen ubiquitären Relevanzverlust professioneller Content-Anbieter: Die ‚Schwarmintelligenz‘ scheint zwar im Falle von Projekten wie *Wikipedia* auf langfristiger Ebene und auf der Basis eines kleinen Kernautorenkreises verlässlich genug zu funktionieren, um viele Rezipienten zu binden; die tagesaktuellen Inhalte im Social Web bleiben bislang jedoch zu kontingent, um für das Gros der Bevölkerung als regelmäßige Bezugsgrundlage zu dienen.

Nichtsdestotrotz existiert eine wachsende Zahl an Angeboten, die sich gegenüber den Massenmedien in einer ergänzenden Rolle sehen und neue Rechercheoptionen bieten. Was die Blogosphäre punktuell leisten kann, zeigen z.B. die Verbreitungswellen um Horst Köhlers Afghanistan-Interview im Frühjahr 2010: Tage bevor die Mainstream-Medien das Thema aufgegriffen haben, wurden die Passagen, die zu seinem Rücktritt führten, in der Blogosphäre intensiv diskutiert (Lupe 2010), wobei der in der Affäre zentrale Blogger Schaible (2010) resümierte: „Auch alle Blogger Deutschlands zusammen haben Horst Köhler nicht gestürzt. [...] Was die Gesamtheit der Blogs wohl getan hat, war, [...] den etablierten Medien [zu] signalisieren: Hier interessieren sich Menschen für das Deutschlandradio-Interview.“ Auch wenn die Blogosphäre in der Aufdeckung von Missständen „weit hinter dem zurückbleib[t], was professioneller Journalismus täglich leistet“ (Neuberger 2007: 107), können deren Inhalte ergo fallweise rasch Eingang in die massenmediale Berichterstattung finden. Machill et al. (2008, vgl. auch: Machill/Beiler 2011) stellten in einer nichtteilnehmenden Beobachtung von Redakteuren allerdings fest, dass der Daueranteil von sozialen Medien in der Recherche lediglich bei 0,5 Prozent lag, und Neuberger et al. (2011) kamen in einer Befragung zu dem Ergebnis, dass Social Media in zwei Dritteln der Redaktionen selten bis nie, aber von 30 Prozent häufig als Recherchemittel eingesetzt wurden – wobei der Schwerpunkt mithin auf aktuellen Stimmungsbildern lag.

Angesichts solcher empirischer Evidenzen setzt sich in den Sozialwissenschaften zunehmend die Einsicht durch, dass „wohl doch kein so tiefgreifender Wandel von einseitigen Massenmedien zu vernetzten Medien“ (Sutter 2011: 456) erfolgen wird und die moderne Gesellschaft auf massenmediale Strukturen bzw. funktionale Äquivalente angewiesen bleibt, die ihre „dezentralisierten Botschaften wieder auffangen, selegieren und in redigierter Form synthetisieren“ (Habermas 2008: 161): Die von Donges/Jarren (1999), Neidhardt (1994) und Habermas (1992) identifizierten sowie u.a. nach Reichweite und Kommunikationsdichte differenzierten Öffentlichkeitsebenen (episodisch/spontan – thematisch/organisiert – abstrakt/massenmedial) lösen sich durch die soziale Aneignung der Onlinetechnologien nicht auf, sondern treten in veränderte Wechselbeziehungen, die analytisch gleichwohl erst auf der Basis einer trennscharfen Differenzierung der Wirkungsbereiche der jeweiligen Medienformen hervortreten.

2. Ebenen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion

‘Öffentlichkeit’ erscheint aus strukturtheoretischer Sicht freilich als ein „Begriff von bemerkenswerter Schwammigkeit“ (Negt/Kluge 1972: 17), der zudem häufig normativ aufgeladen wird, in der deutschen Sprache (anders: *public sphere*) eine Einheitlichkeit suggeriert, die realiter kaum erreicht werden kann, und insofern bis zu einem gewissen Grad eine „Fiktion“ bleibt (Merten/Westerbarkey 1994: 201; Neuberger 2004). Aus diesem Grund schlägt das im Folgenden skizzierte Einordnungsmodell vor, zunächst nicht nach Öffentlichkeitsebenen, sondern nach Ebenen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion zu unterscheiden, um die Wirkungsbereiche von Social Media und Massenmedien trennscharf voneinander abgrenzen zu können. Die Überlegungen folgen dabei den Einsichten des nachkommend vorgestellten operativen Konstruktivismus.

2.1 Operativer Konstruktivismus

Ähnlich wie die neuere Kognitionswissenschaft (z.B. Tomasello 2009) fußt der operative Konstruktivismus auf der Annahme, dass Wissender und Wissen untrennbar miteinander verknüpft sind (Luhmann 1988). Die Existenz einer ontologischen Realität als Beobachtungshorizont wird zwar nicht bestritten – diese kann aber keinesfalls beobachterunabhängig erfasst werden, weshalb übergreifende Bezugsgrundlagen wie die Zeiteinteilung notwendig werden, um Kompatibilität zwischen den unzähligen Realitätssichten zu schaffen. Aber nicht nur das Bewusstsein, auch kommunikative Systeme operieren aus dieser Perspektive selbstreferenziell bzw. geschlossen: Jegliche Inhalte einer Kommunikation müssen symbolisch encodiert werden, bevor sie decodiert bzw. verarbeitet werden können; was nicht in ihren Sinnkontext eingeführt wird, kann in der Kommunikation nicht referenziert werden (Luhmann 1992: 346; Tang 2007). Sozial kristallisierte Symbolstrukturen wie die Sprache sorgen nun zum einen dafür, dass diese Sinn Grenzen in der Beobachtung verschwimmen, und tragen zum anderen dazu bei, die Wahrscheinlichkeit erfolgreicher Kommunikation zu steigern. Daneben macht Luhmann (1997) soziale Funktionssysteme aus, die entlang symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien (z.B. Geld) und binärer Codes (z.B. Zahlung/Nichtzahlung) Komplexität in spezifischen Kontexten reduzieren.

Die allgemeine Kommunikation hingegen kann sich an keinem dieser spezialisierten Sinnsysteme ausrichten. Vor diesem Hintergrund haben sich weitrezipierte Selektions- und Synthetisierungsstellen herausgebildet, die kurzfristig definieren, was gesamtgesellschaftlich relevant gesetzt wird. Ebendiese Funktion erfüllen die Massenmedien, verstanden nicht als Konglomerat aus Organisationen und Kanälen, sondern als Sinnsystem, das seine Umwelt ausgerichtet an

der unspezifischen Differenz ‚Information/Nichtinformation‘ beobachtet und so eine Beschreibungslücke füllt, die früher „über (konkurrenzlose) Repräsentation geregelt war“ (Luhmann 1997: 1103). Das Resultat ihrer Auswahlleistungen ist eine hochgradig komplexitätsreduzierte Gegenwartsbeschreibung, die sich von den Rezipienten nicht auf gleicher Verbreitungsebene retournieren lässt. Folglich kann den Massenmedien zurecht unterstellt werden, Themen aus dem öffentlichen Diskurs auszuschließen (so z.B. Sennett 1991); dies ändert allerdings nichts an dem Bedarf an allgemeinen Bezugsgrundlagen in der Kommunikation und an der Notwendigkeit zur Selektion in der gesamtgesellschaftlichen Wirklichkeitskonstruktion, denn nur weniges kann übergreifend verbreitet werden.

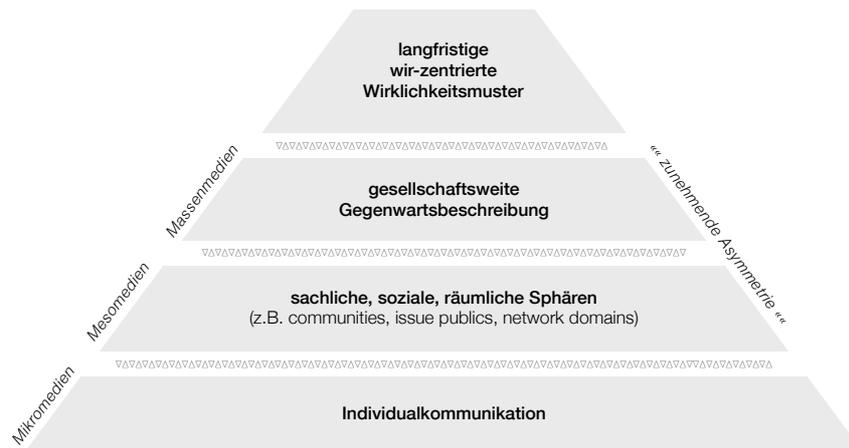
2.2 Evolutionäre Prozesse

Sobald die Massenmedien als soziales Funktionssystem gefasst werden, kommt indes rasch der Verdacht einer statischen Theorielage auf, die Spielräume für ‚bottom-up‘-Veränderungen kaum denkbar erscheinen lässt. Luhmanns (1997: 44) Fassung von ‚Sinn‘ als „Produkt der Operationen, die Sinn benutzen“ reflektiert jedoch durchaus die Möglichkeit zu graduelltem Wandel: Ebenso, wie psychische Systeme zur Erfüllung ihrer Bedürfnisse nicht auf die Internalisierung der Referenzen sozialer Funktionssysteme verzichten können, erhalten sich soziale Systeme einzig durch kollektive Reproduktion. Da jedoch die Bezugsgrundlagen eines Sinnsystems stets situativ interpretiert werden, oszillieren diese Rückbezüge realiter beständig um die jeweiligen Referenzpunkte – und u.a. diese *fuzziness* ermöglicht auch deren Veränderung. Als kurzfristige kommunikative Objekte können innovative Inhalte dabei relativ schnell übergreifende Bekanntheit erlangen (z.B. als Schlagzeile), um sich aber langfristig als wirtzentrierte Wirklichkeitsmuster zu stabilisieren, müssen Sinnvariationen strenge Selektionskriterien erfüllen: So konnte sich etwa die von *Swatch* vermarktete Internet-Zeit „beat“ nicht durchsetzen, da ihr Orientierungsgewinn trotz globaler Kompatibilität nicht groß genug war (Spork 2004). ‚Top-down‘ lassen sich zwar relativ zügig Anpassungen provozieren, in einer funktional differenzierten Gesellschaft geschieht dies aber i.d.R. kaum ohne Risiko (Luhmann 1997: 747). Vielmehr lässt sich vermuten, dass sich innovative Sinnangebote meist in sozialen Gebilden auf Meso-Ebene verbreiten, bevor sie ggf. von funktionalen Sinnsystemen bzw. von den Massenmedien für die allgemeine Gegenwartsbeschreibung selektiert werden: Während z.B. ‚Klimaschutz‘ und ‚Nachhaltigkeit‘ lange Zeit primär thematische Domänen ökologischer Bewegungen waren, finden sich die entsprechenden Begriffe heute in den Programmen aller politischen Kräfte wieder und auch die massenmediale Berichterstattung richtet ihre Bewertungen vermehrt an entsprechenden Konzepten aus (Grober 2010; Tremmel 2003).

2.3 Wirkungsbereiche von Mikro-, Meso- und Massenmedien

Die gesellschaftliche Wirklichkeitskonstruktion lässt sich folglich ähnlich dem evolutionsbiologischen Konzept der „hierarchical levels“ (Gould 2002) als ein Mehrebenenprozess denken, der durch zahlreiche komplexitätsreduktive Selektionsstufen und Interaktionen zwischen diesen einzelnen Ebenen gekennzeichnet ist (Abb. 1): *Variationen* verdichten sich auf geringer ausdifferenzierten Kommunikationsebenen, bis sie fallweise auf höherer Selektionsebene als relevante Abweichung erkannt werden (*Selektion*) und so den Zustand des jeweils beobachtenden Sinnsystems verändern (*Restabilisierung*), wobei alle Zustandsänderungen auf Makro-Ebene *vice versa* auch wieder auf die Meso- bzw. Mikroebenen zurückwirken (ausführlicher: Schrape 2011: 424).

Abbildung 1: Ebenen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion



Quelle: Schrape 2011, 2013 (modifiziert)

Aus Sicht eines solchen Modells effektivieren Medien – also „komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“ (Saxer 1980: 532) – die wir-zentrierte Sinnbildung jeweils auf spezifische Weise (Zerdick et al. 2004: 24; Stöber 2004): Auf der Ebene der Individualkommunikation flexibilisieren *Mikromedien* wie der Brief, das Telefon, E-Mails oder Chats den Austausch zwischen einer überschaubaren Zahl an Personen; *Mesomedien* wie etwa Social Media im Web vereinfachen die Kommunikation in sachlich spezialisierten bzw. räumlich oder sozial eingegrenzten

Sinnsphären – also z.B. in ‚communities of interest‘ (Hillery 1955; Mayntz 2010), ‚issue publics‘ (Lippmann 1925), ‚network domains‘ (Fuhse 2009) oder in organisationalen sowie funktionalen Kontexten; und *Massenmedien* definieren unter andauernder Konkurrenz der einzelnen Content-Anbieter auf der Ebene der übergreifenden Gegenwartsbeschreibung (d.h. der Arena einer sogenannten ‚allgemeinen Öffentlichkeit‘), was kurzfristig gesellschaftsweit relevant gesetzt wird, indem sie aus der Menge an den auf Meso-Ebene zirkulierenden Inhalten jene Sinnangebote synthetisieren, welche sich durch eine hohe antizipierte allgemeine Anschlussfähigkeit auszeichnen, die sich zum Großteil wiederum aus den zuvor übergreifend verbreiteten Beschreibungen ableitet.

Aus strukturtheoretischer Perspektive lassen sich die genuinen Wirkungsbereiche von Social Media und Massenmedien dementsprechend auf zwei unterschiedlichen Ebenen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion verorten:

- *Social Media im Web* effektivieren die Austauschprozesse und damit die Genese und Diffusion von innovativen Inhalten auf der Meso-Ebene gesellschaftlicher Kommunikation, wobei die Bandbreite an parallel zirkulierenden Sinnangeboten und Realitätssichten hier insgesamt weitaus höher ist als in der gesamtgesellschaftlich als bekannt markierten Gegenwartsbeschreibung. Sofern die Evolution sozialer Sinnsysteme als „Theorie des Wartens auf nutzbare Zufälle“ (Luhmann 1997: 417) umschrieben werden kann, erweitert sich auf diese Weise der Pool an sichtbaren Variationen wie z.B. alternativen Realitätssichten und innovativen Inhalten, aus dem Sinnsysteme auf höherer Selektionsebene wählen können.
- *Massenmedien* liefern unspezifische Bezugsgrundlagen in der Kommunikation, indem sie die auf mittlerer Ebene distribuiert ablaufenden Prozesse beobachten und relevante Diskontinuitäten in den allgemeinen Diskurs einbringen. Eine gesamtgesellschaftliche Gegenwartsbeschreibung bleibt dabei nicht nur mit Blick auf übergreifende Entscheidungen notwendig, sondern auch im Horizont der prinzipiellen Knappheit zeitlicher wie kognitiver Ressourcen: Zwar bietet das Web viele Optionen, sich spezifisch zu informieren, hinsichtlich ihrer Anschlussfähigkeit werden aber selbst ‚information seekers‘ versuchen, sich einen rudimentären Überblick über allgemeine Entwicklungen zu erhalten, was sich u.a. auch in den nutzerseitigen Erwartungen an Social Media sowie Massenmedien widerspiegelt (Neuberger 2012). Da jedoch Massenmedien seit der Konvergenz technischer Plattformen nicht mehr an Formatgrenzen gebunden sind, können neue Content-Provider (z.B. *Huffington Post*) durchaus mit etablierten Medienanbietern in Konkurrenz treten. Sie verlieren dann aber zunehmend ihren interaktiven Charakter und werden ebenso zu asymmetrischen Vermittlungsstellen.

Insofern lässt sich das Verhältnis von Social Media und Massenmedien weniger als Konkurrenz, sondern eher als *komplementäre Koexistenz* beschreiben: Wie schon das Radio entgegen vieler Vorhersagen nicht die Zeitung und die Television nicht den Hörfunk obsolet gemacht hat, konterkariert auch das Web (2.0) nicht alle bisherigen medialen Strukturen, denn unabhängig von der Entkopplung der Inhalte an spezifische Trägermedien wirken Massenmedien bzw. ihre Online-Derivate und individualkommunikative bzw. semiprivat ausgerichtete Vernetzungsmedien auf unterschiedlichen Ebenen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion. Zwischen diesen Ebenen entstehen durch die beschleunigten und durchlässigeren Kommunikationsstrukturen mithin eine Vielzahl an neuen Austauschprozessen, die wiederum auf die etablierten funktionalen, organisationalen und institutionellen Strukturen im Medienbereich zurückwirken.

3. Onlineinduzierte Verschiebungen

Eine solche Differenzierung zwischen den Wirkungsbereichen einzelner Medienformen betont zunächst die Persistenzen in der gesellschaftlichen Wirklichkeitskonstruktion und bewahrt so ein Stück weit davor, „ohne Gesamtanalyse [...] das gerade Neue (oder das, was dafür gehalten wird) in den Mittelpunkt der Gesellschaftsbeschreibung“ (Luhmann 1997: 1096) zu rücken bzw. schon zuvor angestoßene Entwicklungen – z.B. die „Entflechtung der medial erschlossenen Räume von den politischen Geltungsräumen“ (Imhof 2006: 200) – exklusiv der sozialen Aneignung der Online-Technologien zuzurechnen. Nichtsdestoweniger lassen sich auf der Basis des vorgestellten Modells drei onlineinduzierte Verschiebungen in den Strukturen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion feststellen: (1) Die Entstehung algorithmisch vermittelter semiprivate Kommunikationssphären; (2) das erleichterte Auftreten sekundärer Leistungsrollen in funktionalen Kontexten; und (3) die Intensivierung der Austauschprozesse zwischen der Meso- und Makroebene gesellschaftlicher Kommunikation.

3.1 Algorithmisch vermittelte semiprivat Kommunikationssphären

Mischformen zwischen ‚privater‘ und ‚öffentlicher‘ Kommunikation sind – wie individuelle *Filter Bubbles* – kein exklusives Phänomen der Internetgesellschaft (Hauser 1987). Eine neue Qualität aber bergen algorithmisch vermittelte semiprivat Kommunikationssphären, in denen sich Nutzer von Social-Networking-Diensten wie *Facebook* bewegen. Sie zeichnen sich nicht nur durch die dauerhafte Auffindbarkeit, Übertragbarkeit, Skalierbarkeit und Durchsuchbarkeit ihre Inhalte aus (Schmidt 2009: 107), sondern darüber hinaus durch automati-

sierte zeitliche, sachliche und soziale Strukturierungsleistungen, die sich an der Plattformidentität des jeweiligen Nutzers bzw. an seinen geknüpften Kontakten und durch Klicks explizierten Interessen ausrichten (Dickel 2013). Diese algorithmisch unterfütterten Filterstrukturen effektivieren das individuelle Beziehungs-, Identitäts- und Informationsmanagement und bieten auf diese Weise einen Ausweg aus zahlreichen kognitiven Überforderungslagen, die aus dem Auftreten des Internet resultieren. Ipso facto geben die Nutzer von Social Networks aber zwangsläufig auch einen Teil ihrer Entscheidungsautonomie an die Programmstrukturen der Plattform ab, wodurch Technik implizit „zur Teilnehmerin sozialer Wirklichkeit“ wird (Braun-Thürmann 2002): Die hinter den jeweiligen Filterleistungen liegenden Algorithmen bleiben nutzerseitig trotz vordergründiger Konfigurationsmöglichkeiten intransparent und das erscheint insbesondere in einem oligopolistisch strukturierten Markt problematisch, in dem nur wenige Unternehmen die Kontrolle über diese technologischen Infrastrukturen ausüben.

3.2 Sekundäre Leistungsrollen in funktionalen Kontexten

Anders als vielfach erwartet, erfährt der professionelle Journalismus durch den Laienjournalismus im Web bis dato keine grundsätzliche Konkurrenz. Gleichwohl wird die Dichotomie zwischen Leistungs- und Publikumsrollen ein Stück weit aufgebrochen, da die erweiterten Kommunikationsstrukturen die partielle Ausführung journalistischer Tätigkeiten durch ‚sekundäre Leistungsrollenträger‘ (Stichweh 2005) deutlich erleichtern: Wie z.B. das *GuttenPlag-Wiki* zeigt, können soziale Formationen im Web die Integration bestimmter Themen in die gesamtgesellschaftliche Gegenwartsbeschreibung erheblich befördern – und davon wiederum aufmerksamkeitsökonomisch profitieren (Reimer/Ruppert 2013). Die aktiv partizipierenden Onliner unterscheiden sich dabei vom reinen Publikumsstatus, indem sie themenzentriert journalistische Recherche-, Selektions- und Ordnungsprogramme prozessieren; sie lassen sich aber auch eindeutig von den primären Leistungsrollenträgern abgrenzen, weil sie zentrale Merkmale journalistischer Identität wie Universalität oder Periodizität (Neuberger et al. 2009: 200) nicht erfüllen: Da unbezahlte Laienjournalisten in kein organisationales Setting eingebunden sind, ist ihre Arbeit in der Regel primär durch kurzfristige Anreize wie Spaß oder Anerkennung motiviert und an ihre individuellen Interessen gekoppelt. Gerade dadurch können aber auch Themen für die massenmediale Berichterstattung urbar gemacht werden, die ansonsten aus deren Horizont gefallen wären. Somit tragen die Onlinetechnologien zu einer Binnendifferenzierung des Feldes zwischen Publikums- und Leistungsrollen bei, die sich derzeit im journalistischen Bereich prominent beobachten lässt, aber auch in anderen funktionalen Kontexten (vgl. z.B. www.lobbyplag.eu) voranschreitet.

3.3 Intensivere Austauschprozesse zwischen Meso- und Makroebene

Die erweiterten (z.T. algorithmisch vermittelten) Vernetzungsmöglichkeiten im Web tragen dementsprechend erheblich zur Verdichtung der Kommunikationsprozesse (sowie des Agenda-Settings) auf der Meso-Ebene wir-zentrierter Wirklichkeitskonstruktion bei und erhöhen so nicht nur die Konstitutionschancen für themenzentrierte Sinnsphären („communities of interest“, „issue publics“ etc.), sondern darüber hinaus auch die nutzerzentrierte Diffusion von innovativen bzw. alternativen Inhalten und Stellungnahmen (z.B. entlang von *#Hashtags* auf *Twitter*), die auf diese Weise in sehr kurzer Zeit eine große Zahl an interessierten Onlinern erreichen können (Lachenmayer 2013). Diese Verbreitungswellen auf Meso-Ebene vollziehen sich dabei im Netz für die Leistungsträger gesellschaftlicher Funktionssphären deutlicher sichtbarer, als dies früher in der Offline-Welt der Fall war, woraus sich zahlreiche neue Rückkoppelungs- und Interaktionsmöglichkeiten ergeben (vgl. z.B. zu den *ACTA*-Protesten: Herweg 2013). Mit Blick auf das Verhältnis von Social Media und Massenmedien lässt sich daraus ableiten, dass für professionelle Journalisten sowohl die Zahl an (Themen-) Quellen, aber auch der Integrations- und Aktualitätsdruck erheblich ansteigt. Zudem lässt sich durch die neuen Diffusions- und Austauschmöglichkeiten rascher nachvollziehen, ob die Leistungen journalistischer Anbieter von den Erwartungen abweichen, die an die Massenmedien als Sinnsystem gerichtet werden, da Rezipienten und Semi-Professionals im Social Web nunmehr deutlich unkomplizierter auf Irregularitäten aufmerksam machen können.

4. Fazit

Aus der skizzierten Perspektive bleiben also erwartungssichere sowie universell ausgerichtete Selektions- und Synthetisierungsstellen wie die Massenmedien notwendig, um kontinuierlich eine allgemeine Gegenwartsbeschreibung zu aktualisieren, die in der individuellen Wahrnehmung Orientierung und in der Kommunikation kontextübergreifende Bezugspunkte bieten kann – und um diese Leistungen regelmäßig zu erbringen, erscheinen professionelle Leistungsrollenträger bzw. Organisationsstrukturen nach wie vor unabdingbar. Entsprechend zeigen die Daten zur täglichen Mediennutzung in der BRD, dass der Daueranteil für Radio (1990: 173 min., 2012: 191 min.) und TV (1990: 137 min., 2012: 242 min.) trotz einer stetig intensiveren Nutzung des Internets (2012: 83 min.) keineswegs abgenommen hat (ARD/ZDF 2012; Ridder/Engel 2010). Die Werte für gedruckte Zeitungen gingen zwar leicht zurück (1990: 29 min; 2010: 23 min.), allerdings gilt es zu berücksichtigen, dass die Webportale führender Printanbieter wiederum zu den meistaufgerufenen Angeboten im Netz zählen (Alexa 2013).

Tabelle 1: Mikro-, Meso- und Massenmedien (idealtypische Klassifikation)

	Mikromedien	Mesomedien	Massenmedien
Reichweite (Personen)	< 100 individualkommunikativ	100–100.000 spezialisiert	100.000–10+ Mio. übergreifend »»
hohe Asymmetrie		z.B. Spartensender	z.B. große Rundfunk-Sender, große Zeitungen oder Online-Newsportale, Buch-/Film-Bestseller
keine Asymmetrie	z.B. Telefon, Brief, SMS, Videotelephonie, Chats, E-Mail, Facebook- Messages	Videoportale Podcasts Weblogs Microblogs Facebook-Gruppen	

Quelle: In Anlehnung an Zerdick et al. 2004: 24

Das Potential von Social Media zeigt sich insofern weniger in der Substitution massenmedialer Leistungen auf der Ebene der gesellschaftsweiten Gegenwartsbeschreibung („allgemeine Öffentlichkeit“), sondern als paradigmatische Mesomedien (Tab. 1) in einer Erleichterung der Entfaltung innovativer Sinnangebote und einer effektivierten nutzerseitigen Diffusion von Inhalten auf mittlerer Ebene gesellschaftlicher Kommunikation (z.B. in „issue publics“). Die flexibilisierten Vernetzungsstrukturen im Netz steigern so nicht nur die Konstitutionschancen für themenzentrierte Kommunikationssphären, sondern intensivieren zudem die Austauschprozesse zwischen den unterschiedlichen Ebenen sozialer Wirklichkeitskonstruktion, wodurch z.B. Lücken in der massenmedialen Berichterstattung zeitnaher sichtbar werden können. Daraus aber per se ein demokratisierendes Momentum abzuleiten, erscheint nach gegenwärtigem Stand verfrüht: Einerseits speist sich die relativ kleine Zahl an aktiven Onlinern im Social Web (noch) aus sehr spezifischen Bevölkerungsteilen (u.a. jung, gebildet, technikaffin); andererseits bilden sich in der Blogosphäre zunehmend wenige vielrezipierte Knotenpunkte heraus, während das Gros der dargebotenen Inhalte kaum Beachtung findet (Mayer-Schönberger/Zappia 2011; Schenk et al. 2011).

Es lässt sich dementsprechend bilanzieren, dass die Onlinetechnologien in naher Zukunft kaum zu einer fundamentalen Erosion der kristallisierten komplexitätsreduktiven Konfigurationen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion führen werden; nichtsdestoweniger aber wurden durch ihre bisherige soziale Aneignung zahlreiche inkrementelle Verschiebungen angestoßen. Sofern diese Entwicklungen als ein neuerlicher Strukturwandel der Öffentlichkeit beschrie-

ben werden sollen, lässt sich dieser Wandel indes weniger als eruptiver oder krisenhafter Umbruch, sondern eher als gradueller und vielschichtiger Transformationsprozess fassen, der durch ein facettenreiches Ineinandewirken eingespielter und neu entstehender medialer Architekturen geprägt ist. Die komplementäre Koexistenz ‚neuer‘ sozialer Medien im Web und ‚alter‘ Massenmedien führt zu einer Erweiterung des Spektrums an Kommunikationsformen auf allen Ebenen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion und steigert darüber hinaus die Interaktionsfrequenz zwischen ebendiesen Arenen, wodurch sich auch das Diffusionspotential für innovative Inhalte erhöht. Kritisch zu hinterfragen bleibt dabei allerdings die zunehmende Bedeutung von algorithmischen Filterstrukturen, die sich bislang in der Hand weniger marktdominierender Unternehmen befinden.

Literatur

- Alexa Internet Inc. (2013): *Top Sites Germany*. <http://www.alexa.com/topsites/countries/DE> (zuletzt aufgesucht: 1.2.2013).
- ARD/ZDF Medienkommission (2007–2012): *ARD/ZDF-Onlinestudie 2007–2012*. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de> (zuletzt aufgesucht: 1.2.2013).
- Braun-Thürmann, Holger (2002): *Künstliche Interaktion. Wie Technik zur Teilnehmerin sozialer Wirklichkeit wird*. Wiesbaden: Westdeutscher.
- Bruns, Axel (2010): Vom Prosumenten zum Produzent. In: Blättel-Mink, Birgit/Hellmann, Kai-Uwe (Hrsg.), *Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte*, S. 191–205. Wiesbaden: VS.
- Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph (2010): Web 2.0: Nutzung steigt, Interesse an aktiver Teilhabe sinkt. In: *Media Perspektiven* 7-8/2010, S. 359–368.
- Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph (2011): Web 2.0: Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. In: *Media Perspektiven* 7-8/2011, S. 360–399.
- Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph (2012): Web2.0: Habitualisierung der Social Communitys. In: *Media Perspektiven* 7-8/2012, S. 380–390.
- Castells, Manuel (2001): Bausteine einer Theorie der Netzwerkgesellschaft. In: *Berliner Journal für Soziologie* 11(4), S. 432–439.
- Castells, Manuel (2012): *Networks of Outrage and Hope*. Cambridge: Polity Press.
- Dickel, Sascha (2013): Im Netz der Selbstreferenz. Facebook-Kommunikation als Antwort auf die ‚Katastrophe‘ des Internet. In: Dolata, Ulrich/Schrape, Jan-Felix (Hrsg.), *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien*, S. 331–356. Berlin: edition sigma.
- Dolata, Ulrich/Schrape, Jan-Felix (Hrsg.) (2013): *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien*. Berlin: edition sigma.
- Donges, Patrick/Jarren, Otfried (1999): Politische Öffentlichkeit durch Netzkommunikation? In: Kamps, Klaus (Hrsg.), *Elektronische Demokratie?*, S. 85–108. Wiesbaden: Westdeutscher.
- Fisch, M./Gscheidle, Christoph (2007): Das Mitmach-Netz im Breitbandzeitalter. In: *Media Perspektiven* 7/2007, S. 393–405.
- Fisch, M./Gscheidle, Christoph (2008): Mitmachnetz Web 2.0. In: *Media Perspektiven* 7/2008, S. 356–364.
- Fuhse, Jan A. (2009): Lässt sich die Netzwerkforschung besser mit der Feldtheorie oder Systemtheorie verknüpfen? In: Häußling, Roger (Hrsg.), *Grenzen von Netzwerken*, S. 55–80. Wiesbaden: VS.
- Gillmor, Dan (2004): *We the Media*. Sebastopol: O'Reilly.
- Gould, Steven J. (2002): *The Structure of Evolutionary Theory*. Cambridge: Belknap.

- Grober, Ulrich (2010): *Die Entdeckung der Nachhaltigkeit*. München: Kunstmann.
- Habermas, Jürgen (1992): *Faktizität und Geltung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (2008): *Ach Europa*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hauser, Kornelia (1987): *Strukturwandel des Privaten?* Berlin/Hamburg: Argument-Verlag.
- Herweg, Sarah (2013): *Politische Diskursnetzwerke und der Konflikt um das Anti-Piraterie-Abkommen ACTA*. PIPE Working Paper 15/2013. Berlin: Arbeitsstelle Politische Ökonomie.
- Hillery, George (1955): Definitions of Community: Areas of Agreement. In: *Rural Sociology* 20, S. 111–123.
- Imhof, Kurt (2006): Mediengesellschaft und Medialisierung. In: *Medien & Kommunikation* 2(2), S. 191–215.
- IMUK Institut für Medien und Konsumforschung (Hrsg.) (2012): *Typologie der Wünsche 2012*. <http://www.tdwi.com/> (zuletzt aufgesucht: 11.12.2012).
- Jarren, Otfried (1997): Politische Öffentlichkeit und politische Kommunikation durch Internet? In: *Medienwissenschaft Schweiz* 2/1997, S. 28–37.
- Karbautzki, Louisa (2011): What are they doing? Nutzungsmuster und Nutzertypologie privater TwitternutzerInnen. In: Elsler, Monika (Hrsg.), *Die Aneignung von Medienkultur*, S. 73–88. Wiesbaden: VS.
- Lachenmayer, Jan/Holste, Jens/Perkovic, Toni et al. (2013): *Internet-Tsunamis. Politische Massen im digitalen Zeitalter*. Berlin/Frankfurt a.O.: xaidialoge/Europa-Universität Viadrina.
- Lévy, Pierre (1997): *Die kollektive Intelligenz*. Mannheim: Bollmann.
- Lippmann, Walter (1925): *The Phantom Public*. New York: Macmillan.
- Luhmann, Niklas (1988): *Erkenntnis als Konstruktion*. Bern: Benteli.
- Luhmann, Niklas (1992): Die Beobachtung der Beobachter im politischen System. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.), *Öffentliche Meinung*, S. 77–86. Freiburg: Alber.
- Luhmann, Niklas (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Lupe-Blog (2010): Köhler weggebloggt? In: *Lupe-Blog* vom 1.6.2010. <http://swiss-lupe.blogspot.com/2010/06/kohler-weggebloggt-die-rolle-der.html> (zuletzt aufgesucht: 1.2.2013).
- Machill, Marcel/Beiler, Markus (2011): How does the Internet change journalistic investigation and how should communication science deal with this issue? In: Papathanassopoulos, Stylianos (Hrsg.), *Media perspectives for the 21st century*, S. 166–190. London: Routledge 2010.
- Machill, Marcel/Beiler, Markus/Zenker, Martin (2008): *Journalistische Recherche im Internet*. Berlin: Vistas.
- Mayer-Schönberger, V./Zappia, Z. (2011): *Participation and Power: Intermediaries of Open Data*. Paper for the 1st Berlin Symposium on Internet and Society. http://berlinsymposium.org/sites/berlinsymposium.org/files/participation_and_power.pdf (zuletzt aufgesucht: 1.2.2013).
- Mayntz, Renate (2010): Global Structures: Markets, Organizations, Networks – and Communities? In: Djelic, Marie-Laure/Sigrid Quack (Hrsg.), *Transnational Communities. Shaping Global Economic Governance*, S. 37–54. Cambridge: University Press.
- Merten, Klaus/Westerbarkey, Joachim (2004): Public Opinion and Public Relations. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien*, S. 188–211. Opladen: Westdeutscher.
- Negt, Oskar/Kluge, Alexander (1972): *Öffentlichkeit und Erfahrung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.) (1994): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Opladen: Westdeutscher.
- Neuberger, Christoph (2004): *Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Internet*. Gutachten für den Deutschen Bundestag. Vorgelegt dem Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Bundestag.
- Neuberger, Christoph (2012): Journalismus im Internet aus Nutzersicht. Ergebnisse einer Onlinebefragung. In: *Media Perspektiven* 1/2012, S. 40–55.
- Neuberger, Christoph/Hofe, Hanna Jo v./Nuernbergk, Christian (2011): *Twitter und Journalismus*. Düsseldorf: LfM.

- Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2007): Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? In: *Media Perspektiven* 2/2007, S. 96–112.
- Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hrsg.) (2009): *Journalismus im Internet*. Wiesbaden: VS.
- O'Reilly, Tim (2006): Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. In: *O'Reilly Radar* vom 10.12.2006. <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html> (zuletzt aufgesucht: 1.2.2013).
- Reimer, Julius/Ruppert, Max (2013): GuttenPlag-Wiki und Journalismus. In: Dolata, Ulrich/ Schrape, Jan-Felix (Hrsg.), *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien*, S. 303–329. Berlin: edition sigma.
- Rheingold, Howard (2002): *Smart Mobs. The Next Social Revolution*. Cambridge: Perseus.
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard (2010): Massenkommunikation 2010: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. In: *Media Perspektiven* 11/2010, S. 537–548.
- Saxer, Ulrich (1980): Grenzen der Publizistikwissenschaft. In: *Publizistik* 25, S. 525–543.
- Schaible, Jonas (2010): Köhler und ich. In: *beim-wort-genommen* vom 2.6.2010. <http://beim-wort-genommen.de/2010/06/02/blogger-sturzen-kohler-eine-klarstellung/> (zuletzt aufgesucht: 1.2.2013).
- Schenk, Michael/Wolf, Malthe/Wolf, Anne/Schmitt-Walter, Nikolaus (2011): *Nutzung und Akzeptanz von Internet und E-Commerce 2010*. Hohenheim: Universität Hohenheim.
- Schmidt, Jan (2009): *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Konstanz: UVK.
- Schmidt, Jan/Frees, Beate/Fisch, Martin (2009): Themenscan im Web 2.0. In: *Media Perspektiven* 2/2009, S. 50–59.
- Schrape, Jan-Felix (2010): *Neue Demokratie im Netz? Eine Kritik an den Visionen der Informationsgesellschaft*. Bielefeld: Transcript.
- Schrape, Jan-Felix (2011): Social Media, Massenmedien und gesellschaftliche Wirklichkeitskonstruktion. In: *Berliner Journal für Soziologie* 21, S. 407–429.
- Schrape, Jan-Felix (2012): *Wiederkehrende Erwartungen an neue Medien*. Glücksstadt: Hülsbusch.
- Schrape, Jan-Felix (2013): Komplementarität statt Konkurrenz: Social Media und Massenmedien in der gesellschaftlichen Wirklichkeitskonstruktion. In: Dolata, Ulrich/Schrape, Jan-Felix (Hrsg.), *Internet, Mobile Devices und die Transformation der Medien*, S. 277–302. Berlin: edition sigma.
- Schröder, Jens (2012): Anti-Nazi-Shirt war der Social-Media-Hit des Jahres. In: *Hyperland* vom 3.1.2012. <http://blog.zdf.de/hyperland/2012/01/anti-nazi-shirt-war-der-social-media-hit-des-jahres/> (zuletzt aufgesucht: 1.2.2013).
- Sennett, Richard (1991): *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Spork, Peter (2004): *Das Uhrwerk der Natur. Chronobiologie*. Reinbek: Rowohlt.
- Stichweh, Rudolf (2005): *Inklusion und Exklusion*. Bielefeld: Transcript.
- Stöber, Rudolf (2004): What media evolution is. In: *European Journal of Communication* 19, S. 483–505.
- Sutter, Tilmann (2011): Die Suche nach Neuem – Herausforderungen der soziologischen Internetforschung. In: *Soziologische Revue* 34(4), S. 453–462.
- Tang, Chih-Chieh (2007): Struktur/Ereignis: Eine unterentwickelte, aber vielversprechende Unterscheidung in der Systemtheorie. In: *Soziale Systeme* 13(1), S. 86–98.
- Tomasello, Michael (2009): *Die Ursprünge der menschlichen Kommunikation*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Tremmel, Jörg (2003): *Nachhaltigkeit als politische und analytische Kategorie*. München: oekom.
- Wehner, Josef (1997): Interaktive Medien: Ende der Massenkommunikation? In: *Zeitschrift für Soziologie* 26(2), S. 96–114.
- Zerdick, Axel/Picot, Arnold/Schrape, Klaus/Burgelman, Jean-Claude et al. (2004): *E-Merging Media: Kommunikation und Medienwirtschaft der Zukunft*. Berlin/New York: Springer.