

Aufsätze

Jürgen Spitzmüller und Michaela Pfadenhauer*

Der ‚digital-öffentliche Raum‘ als kommunikative Figuration und vergemeinschaftungsideologische Imagination

The ‘digital-public space’ as a communicative figuration and communitarian ideological imagination

<https://doi.org/10.1515/zgl-2024-2002>

Abstract: This paper assesses the notion of ‘digital public spaces’ and grasps it as a discursive conglomerate which combines multiple ideology-laden concepts: the ‘public sphere’ as an ‘open’ and ‘democratic’ space (as opposed to closed private ‘bubbles’), and ‘digital communication’, which is often strictly divided from the non-digital and perceived as either a threat or the great promise of social assemblage. From the perspective of metapragmatic sociolinguistics and the sociology of knowledge, we follow discursive traces of the ‘the public sphere’ and its suturing with ‘digital communication’ within and outside of our own fields in order to show how the conceptual conglomerate ‘digital public spaces’ is bound to evaluations, expectations and projections which need more critical reflection in media studies in order to escape ideological short circuits and simplifications that haunt the field. On the other hand, we argue that the notion of ‘digital public spaces’ serves important discursive functions in the lifeworlds of media users, as it fuels into contingency-reducing ideological complexes: *ideologies of communication* (*Kommunikationsideologien*) which guide social actors’ interaction, and related *ideologies of communification* (*Vergemeinschaftungsideologien*) which guide them in the ways they socially align with each others.

***Kontaktpersonen:** Univ.-Prof. Dr. Jürgen Spitzmüller: Universität Wien, Institut für Sprachwissenschaft, Sensengasse 3a, A-1090 Wien, E-Mail: juergen.spitzmueller@univie.ac.at

Univ.-Prof. Dipl.-Pol. Univ. Dr. Michaela Pfadenhauer: Universität Wien, Institut für Soziologie, Rooseveltplatz 2, A-1090 Wien, E-Mail: michaela.pfadenhauer@univie.ac.at

- 1 Einleitung
- 2 Die kommunikative Konstruktion der ‚Öffentlichkeit‘
- 3 Fluide Figurationen
- 4 Die ‚(digitalen) Öffentlichkeit(en)‘: eine Chimäre?
- 5 Fazit und (forschungsprogrammatischer) Ausblick
Literatur

1 Einleitung

Dass ‚Öffentlichkeit‘ keine ontologisch gesicherte Tatsache ist, sondern eine diskursiv konstruierte Sphäre, die immer einen (ebenso konstruierten) Gegenpol (wie ‚das Private‘, ‚die Hinterzimmer‘ oder gerne auch ‚die Wissenschaft‘) impliziert, wurde bereits vielfach besprochen (bspw. Gal & Woolard [2001] 2014; Gal 2005; Warner 2002; Spitzmüller 2019). Dennoch wird auch in der sprach- und sozialwissenschaftlichen Forschung immer noch gerne nach den Grenzen und Spezifika des ‚öffentlichen Raumes‘ gesucht, eines Raumes, der gerne meliorisiert wird zu der Sphäre, in der ‚relevante‘, ‚authentische‘ und mithin für die Forschung ‚wahrhaft interessante‘ Kommunikation stattfindet.

Vielfach trägt die Forschung hierbei die ideologische Aufladung, mit dem das Konzept ‚Öffentlichkeit‘ seit seiner Entstehung fest verbunden war (vgl. Schiewe 2004; Graham 2008), unreflektiert mit und befeuert es gar noch, betrachtet also Öffentlichkeit als klar umreißbares ‚Feld‘, das zu betreten ist, und weniger als dynamisches diskursives Konstrukt und ideologisches Objekt, dessen Konstruktion und ‚Refiguration‘ (Christmann, Knoblauch & Löw 2022) – auch im Forschungsprozess – es zunächst einmal zu analysieren gilt.

Ähnliches gilt für Parzellierungen dieser diskursiv konstruierten Sphäre in kleinere – wie ‚Öffentlichkeit‘ und ‚Nichtöffentlichkeit‘ ideologisch aufeinander verwiesene – Teilsphären wie eben die ‚digitale(n) Öffentlichkeit(en)‘, die im Mittelpunkt dieses Themenheftes stehen. Sie importieren und verarbeiten gesellschaftlich verbreitete Vorstellungen zur Ausprägung, Wirkung und Funktion von Digitalisierungs- (Koch 2017) und Mediatisierungsprozessen (Hepp 2020), nämlich: Medien- und Vergemeinschaftungsideologien, die der ‚digitalen Öffentlichkeit‘ ihre Gestalt geben und sie mit Erwartungen belegen. Von ‚Ideologie‘ sprechen wir hier nicht im Verstande eines falschen Bewusstseins oder einer verzerrten Weltansicht, sondern als Gesamtheit von Ideen, die sich zur Weltansicht einer Person oder Gruppe amalgamieren (vgl. Spitzmüller 2022c: 269). Anders ausgedrückt ist es das für die Definition einer Situation konstitutive Alltagswissen, das als Alltagswissen immer auch theoretische Ideen und expertisegestützte Wirklichkeitsdefinitionen beinhaltet (vgl. Pfadenhauer 2010; Keller 2006: 122).

Der vorliegende Beitrag diskutiert aus der Verbindung einer soziolinguistischen und wissenssoziologischen Sicht, was es für ein Konzept und die Analyse ‚digitaler Öffentlichkeit‘ bedeutet, wenn man diese als (diskursiv-kommunikatives) Konstrukt betrachtet, das Bewertungen, Erwartungen und Grenzziehungen unterliegt.

Wir betrachten hierfür zunächst einmal das Konzept der ‚Öffentlichkeit‘ selbst und zeichnen dessen historische Entwicklung zu einem Hochwertwort demokratischer Gesellschaften nach, das sich, wie wir zeigen, in den rezenten Debatten um eine ‚Fragmentierung‘ von Öffentlichkeit und Gesellschaft im Zuge der Digitalisierung niederschlägt (Abschnitt 2). Dies kontrastieren wir anschließend mit medienlinguistischen und mediensoziologischen Befunden, die Medien als komplex verwobene Bestandteile der Lebenswelt von Akteur:innen betrachten und Substanztialisierungen von Medien und Gesellschaft eine Absage erteilen (Abschnitt 3). Schließlich diskutieren wir, inwiefern solche Substanztialisierungen aber dennoch im (Medien-)Alltag eine zentrale Rolle zugesprochen werden kann (Abschnitt 4). Ein Fazit mit Ausblick beschließt den Beitrag (Abschnitt 5).

2 Die kommunikative Konstruktion der ‚Öffentlichkeit‘

So schwierig es ist, ‚Öffentlichkeit‘ als Begriff zu fassen, so *offensichtlich* [sic!] ist es, dass dieser Begriff relativ bald nach seiner Bildung Ende des 18. Jahrhunderts und insbesondere in Folge der Rezeption der Französischen Revolution in Deutschland zu einem Hochwertwort (Hermanns 1994: 18) avanciert ist (vgl. Schiewe 2004: 53–54). Was „offen, d. h. vor jedermanns Augen ist oder geschieht, wohin jedermann Zutritt hat“, wie der glühende Demokrat und Revolutionsanhänger Joachim Heinrich Campe (1809: 550) das Adjektiv *öffentlich* definiert, ist vor dem Hintergrund des aufklärerischen und demokratischen Ideals des Bürgertums natürlich mehr als eine Zustandsbeschreibung. Es ist – ähnlich, wie das in der derzeitigen Begriffsverwendung von *Transparenz* oder *Open* (wie in *Open Access*, *Open Science* oder *Open Source*) der Fall ist – vor allem auch die Benennung eines wünschenswerten Zustands, dem das Negativkonzept des ‚Abgeschlossenen‘, ‚Verborgenen‘ oder auch ‚Privaten‘ (vgl. auch hier *Open Source* vs. *Proprietary Code*) kontrastiv entgegengestellt wird (vgl. Schiewe 2004: 60). *Öffentlichkeit*, mit anderen Worten, hat eine starke deontische Bedeutung (Hermanns 1989), das Konzept ist eng verknüpft mit diskursiv tradierten Vorstellungen und Idealen von Gemeinschaft und Kommunikation (s. unten) und immer schon politisch.

Diese Verkopplung wurde, wie Schiewe (2004: 55–60) nachzeichnet, im Verlauf des 19. Jahrhunderts verstärkt, indem Öffentlichkeit zunächst als Bedingung eines

demokratischen Staatswesens verstanden wurde, bevor die politischen Eliten das Konzept dahingehend transformierten, dass die *Öffentlichkeit* und die *öffentliche Meinung* zunehmend als der Diskursbereich verstanden wurden, worauf Politik einzuwirken habe, um ihre eigene Position zu sichern.¹ Damit wurde Öffentlichkeit nun auch zunehmend als prekär – der *Manipulation* ausgesetzt (Schiewe 2004: 59) – empfunden. Dem treten utopische Konzeptionen einer *öffentlichen Sphäre* als Korrektiv herrschaftlichen Handelns entgegen, wie sie im Bürgertum des 19. Jahrhunderts entwickelt wurden und wie sie sich prominent in Habermas' Ideal des *herrschaftsfreien Diskurses* (bspw. Habermas 1991a: 113) wiederfinden.

Habermas' Konzept der *Öffentlichkeit* als gesellschaftlichem Diskursraum (Habermas [1962] 1991b) wurde vielfach als realitätsfern und ideologisch kritisiert, da die Salons, in denen Habermas die *bürgerliche Öffentlichkeit* im 19. Jahrhundert ausmacht, schichten- und männerdominierte Zirkel waren (vgl. Gardiner 2004; Wright 2008: 30–34), wohingegen öffentliche Aushandlungen außerhalb dieser als „kommunikative Wissenskulturen“ (Grenz et al. 2020) fassbaren Zirkel sehr viel komplexer und heterogener gewesen seien:

There never was a ‚golden age of the communicative utopia‘: the real public sphere was always marked by a pluralistic and conflictual heteroglossia. As such, the utopian appeal to a world of ideal speech and pristine rationality without reference to concrete forms of life, one that does not explicitly seek to recognize and preserve ‚radical difference‘, merely reconciles the existing contradictions and antinomies of modern society at the level of discourse alone [...]. (Gardiner 2004: 38–39; Herv. i. Orig.)

Dabei wird jedoch übersehen, dass Habermas das Konzept dezidiert als ideologisches und ideales versteht und gerade im Fall der bürgerlichen Öffentlichkeit diese Geschlossenheit als ideologisches Paradoxon identifiziert (vgl. Habermas [1962] 1991b: 156; s. dazu auch Young 1985; Matthiesen 1985). Außerdem sind die Entwürfe, die Habermas' bürgerlicher eine karnevaleske und polyphone Öffentlichkeit (*wild publics*; Gardiner 2004) entgegensetzen, ihrerseits nicht weniger ideologisch; sie fußen schlicht auf anderen sozialen Idealen (vgl. dazu Spitzmüller 2019).

Die Diskussion um die Frage, was ‚Öffentlichkeit‘ ist und sein soll, wie sie sich beispielsweise um Habermas' Diskursethik herum entspannte, zeigt, dass diese auch im 20. und 21. Jahrhundert eng verkoppelt ist mit Vorstellungen davon, was Gesellschaft ist und vor allem, was sie sein soll. Mithin sind Öffentlichkeitskonzepte weiterhin eng verbunden mit Gesellschaftstheorien und Gesellschaftsideologien,

¹ Vgl. hierzu auch Luhmanns Definition von *Politik* als „Komplex sozialer Prozesse, die speziell dazu dienen, solche Bereitschaft [Entscheidungen der Verwaltung zu akzeptieren; d. Verf.] zu gewährleisten und eine mehr oder weniger fraglose Anerkennung der Entscheidungen sicherzustellen“ (Luhmann 1966: 271).

die wir unter den Begriff der *Vergemeinschaftungsideologien* fassen: diskursive Komplexe bestehend aus Vorstellungen, Erwartungen und Projektionen bezüglich der Frage, wie sich Menschen vergemeinschaften oder auch vergemeinschaften sollten (wie etwa in der Gegenüberstellung von ‚kalter Gesellschaft‘ und ‚warmer Gemeinschaft‘; vgl. kritisch dazu Gebhardt 2008). Wir gehen dabei davon aus, dass solche Vergemeinschaftungsideologien eng verbunden sind mit *Kommunikationsideologien* (vgl. zum Konzept Spitzmüller 2022b), mit Vorstellungen und Erwartungen bezüglich der Frage, wie in bestimmten Kontexten kommuniziert werden soll. Das schließt nicht nur die Frage ein, welche Sprache oder welcher Stil einem Kommunikationszweck ‚angemessen‘ sind (*Sprachideologien* sensu Silverstein 1979), sondern auch die Frage, welche Medien hierfür zu verwenden seien (*Medienideologien*; vgl. Gershon 2010; Busch 2021).

Schon in den frühen Entwürfen von Öffentlichkeit zeigt sich, dass Kommunikation als wesentlicher Bestandteil und als zentraler konstitutiver Faktor von Öffentlichkeit angesehen wird: Öffentlichkeit ist nicht nur der Raum, in dem (in einer bestimmten Art und zu einem bestimmten Zweck) ‚vor aller Augen‘ kommuniziert wird, Öffentlichkeit wird ebenso wie Raum auch durch kommunikatives Handeln hergestellt und gesichert (vgl. Christmann 2016: 109–112). Entsprechend überrascht es nicht, dass es häufig vor allem diagnostizierte Sprach- oder Medienwandelprozesse sind, aus denen sich Vermutungen und Befürchtungen nähren, denen zufolge ‚die Öffentlichkeit‘ (mal wieder) in Gefahr oder jedenfalls fundamentaler Veränderung unterworfen sei.

Besonders deutlich zeigt sich dies rezent am Beispiel der sogenannten ‚digitalen‘ Medien. So diagnostiziert etwa die Kommunikations- und Politikwissenschaftlerin Andrea Römmele auf der Jahrestagung des Instituts für Deutsche Sprache 2021,

dass sich die Öffentlichkeit in zunehmendem Maße fragmentiert. Nicht zuletzt die Verlagerung immer größerer Kommunikationsanteile ins Digitale trägt dazu bei. Die Fülle an (vermeintlichen) Quellen für Informationen hat für viele die Tageszeitung genauso ersetzt wie das quasi-rituelle Beisammensein der Nation während der Tagesschau. Die Anzahl der in der Gesellschaft existierenden Ansichten darüber, was Tatsache ist und was nicht, steigt an, und eine gemeinsame Diskussionsbasis wird kleiner. Das macht Debatten anstrengender und erhöht den Anreiz, sich ihnen zu entziehen. Das ist ebenfalls deutlich leichter geworden. Wer nicht auf der Suche nach Meinungsaustausch ist, sondern nur nach Selbstbestätigung sucht, findet für jede noch so krude These schnell eine Echokammer oder Filterblase, in der man sich der Zustimmung anderer sicher sein kann. In solchen Teilöffentlichkeiten kann sich Sprache viel schneller radikalisisieren als in Kontexten, in denen man Kritik und Gegenrede erhält. So führt der mangelnde Austausch in geteilten Öffentlichkeiten zu einem Anstieg der Polarisierung innerhalb der Gesellschaft. (Römmele 2022: 39)

Hier werden Kommunikation, Medien und Öffentlichkeit in ein kausales Beziehungsverhältnis gesetzt, und Kommunikationsideologien, denen zufolge digitale

Medien fragmentierter seien als analoge, mit Vergemeinschaftungsideologien, denen zufolge eine starke Gesellschaft gleichförmige Partizipation voraussetze. Das problematische Konzept der *Echokammer/Filterblase* (s. dazu Bruns 2019; Mangold & Scharkow 2020) und die utopische Vorstellung, ‚die Tageszeitung‘ (welche?) und ‚die Tagesschau‘ seien universale Medien ‚der Nation‘, stehen hierfür paradigmatisch. Dabei werden Medien- und Gesellschaftsformate in eine ko-konstitutive (Abbild-) Relation gesetzt: eine ‚fragmentierte‘ Medienlandschaft kann nur Symptom oder Ursache einer ‚fragmentierten‘ Gesellschaft sein (die sich in „Teilöffentlichkeiten“ oder „geteilte[] Öffentlichkeiten“, also in ‚inkomplette‘ oder ‚zerbrochene‘ Diskursräume, zurückziehe, was zu einem ‚Auseinanderbrechen‘ der Gesellschaft führe).

Mit Gal & Irvine (2019) kann man hier einen Prozess der *Rhematisierung* erkennen. Das ist ein (kommunikations-)ideologischer Prozess, bei dem soziale und sprachliche Eigenschaften in eine Assoziativrelation gesetzt werden – etwa wenn ein ‚gebrochenes Deutsch‘ mit einer ‚gebrochenen Identität‘ in Beziehung gesetzt wird –, wodurch Gemeinsamkeiten und Unterschiede nicht nur konstruiert, sondern auch ‚offensichtlich‘ gemacht werden:

A conjecture focuses on some perceptible contrast of quality in indexical signs and takes that contrast to depict – not only to index – a contrast in the conditions under which the signs were produced; some contrast of quality in what was indexed. That is, a conjecture posits an axis of differentiation, creating a schema of qualitative contrast both for indexical signs and for what they are taken to represent. The contrasting qualities in the signs are „found“ or projected onto the contrasting phenomena that the signs are taken to index. The specific qualities presumed to be in contrast depend on the ideologies – background knowledge, interests and projects – that social actors bring to the scene of comparison. Often the contrast itself is erased from attention, making it seem as though the qualities inhere in each entity by itself. (Gal & Irvine 2019: 19)

Das heißt, die (angenommene) Fragmentiertheit digitaler Medienräume wird auf die (angenommene) Fragmentiertheit der ‚Öffentlichkeit‘ projiziert (und beide werden aufgrund dieser Projektionen sichtbar und begründbar gemacht).

Solche ‚Differenzierungsachsen‘ basieren wesentlich darauf, dass Unterschiede zwischen zu differenzierenden Phänomenen besonders salient gemacht und Gemeinsamkeiten negiert werden (Gal & Irvine 2019: 20–21 sprechen diesbezüglich von *erasure*). Umgekehrt werden Gemeinsamkeiten innerhalb der Phänomene in den Vordergrund gerückt und Unterschiede dort negiert. Dass etwa klassische (Print- und audiovisuelle) Medien keineswegs von allen gleichermaßen konsumiert werden (können), dass es eine hoch diversifizierte Medienlandschaft und mithin selektive Informationszugänge auch dort immer schon gegeben hat (und zur Reduktion von Kontingenz wohl auch geben musste), und dass umgekehrt ‚die digitalen Medien‘ einen hochgradig diversen und mit analogen Medien vielfach eng verschränkten Raum umspannen, muss hier ‚gelöscht‘ werden, damit diese

ideologische Gegenüberstellung begründet, d. h. plausibilisiert werden kann. So werden ‚Öffentlichkeiten‘ oder gar ‚die Öffentlichkeit‘ kommunikativ – durch Kommunikation und mit reflexivem Bezug auf Kommunikation – konstruiert und auch essenzialisiert.

Nicht zwingend muss eine solche Konstruktion, wie im beschriebenen Fall, mit Verfallsszenarien verkoppelt sein. Das verdeutlicht eine andere für unser Thema relevante Form der Konstruktion von Öffentlichkeit, nämlich die Gleichsetzung von Öffentlichkeit mit einer bestimmten Form der Alltagswelt. In diesem Sinne wird Öffentlichkeit gerade auch von der Sprachwissenschaft häufig konstruiert, wenn etwa ‚Sprachwissenschaft‘ und ‚Öffentlichkeit‘ als zwei getrennte Sphären gegenübergestellt werden, wie dies in vielen der zahlreichen Beiträge zum ‚Verhältnis‘ von Sprachwissenschaft und Öffentlichkeit der Fall ist (bspw. Dieckmann 1991; Hoberg 1997; Gauger 1999). Öffentlichkeit wird in solchen Fällen gerne als Ex-Negativo-Konstrukt aus Sicht des Fachs imaginiert: „Öffentlichkeit ist alles, was nicht Linguistik ist und was ‚Publizität‘ beanspruchen kann“ (Hoberg 1997: 55) – als wäre Wissenschaft nicht Teil der Öffentlichkeit. Nicht selten ist dies mit einem in der Geschichte des Öffentlichkeitsbegriffs tief verwurzelten Bedürfnis verbunden (s. oben zu entsprechenden Vorstellungen in der Politik), aus der Wissenschaft heraus aufklärend auf ‚die Öffentlichkeit‘ bzw. ‚die öffentliche Meinung‘ (hier: zu Sprache und Sprachwandel) einzuwirken (vgl. dazu Spitzmüller 2022a). Andererseits wird ‚Öffentlichkeit‘ in der (angewandten) Sprachwissenschaft aber auch gerne als die Sphäre gesellschaftlichen Lebens imaginiert, in der die ‚relevanten‘ und ‚authentischen‘ kommunikativen Prozesse zu finden seien (vgl. dazu Spitzmüller 2019). Öffentlichkeit oder Öffentlichkeiten werden damit zu einem angeblich ‚abgrenzbaren‘ Feld, in das sich Wissenschaftler:innen ‚begeben‘ sollten, um etwas Relevantes über Sprache und Kommunikation zu erfahren. Digitale (Teil-)Öffentlichkeiten werden vor diesem Hintergrund dann häufig nicht als problematische Zonen wahrgenommen, sondern – besonders stark in den Anfängen der Medienlinguistik – als spannende (vielfach sowohl sozial als auch sprachlich ‚exotisch‘ erscheinende; s. Spitzmüller 2013a) Räume, die es zu explorieren gilt, und von denen die ‚teilnehmenden Beobachter:innen‘ den Fachkolleg:innen und auch ‚der interessierten Öffentlichkeit‘ dann gerne als Expert:innen berichten. Und dabei gilt häufig: Je opaker diese Teilöffentlichkeiten erscheinen (soziale Akteur:innen tun dort seltsam erscheinende, aber gut erklärbare Dinge), desto stärker der auratische Schein, in dem sich auch die Explorator:innen als Vermittler:innen selbst beleuchten können (Spitzmüller 2019 spricht diesbezüglich von *auratic fields*).

Eine weitere gerade mit Blick auf Digitalisierungsprozesse relevante Änderung in der Wahrnehmung von ‚Öffentlichkeit‘ verläuft gewissermaßen in die entgegengesetzte Richtung von Differenzierung: Hier wird (insbesondere digitale) Öffentlichkeit gerade nicht als etwas wahrgenommen, das zunehmend fragmentiert, sondern

als etwas, das im Gegenteil den gesellschaftlichen Austausch zunehmend dominiert, zulasten einer in diesem Prozess zunehmend meliorisierten ‚Privatheit‘ (Bräunlich et al. 2020). Dieser Prozess setzt bereits vor der weithin wahrgenommenen ‚Digitalisierung‘ (verstärkt ab den 1990er-Jahren) ein, etwa im Kontext von Formaten der Medienrepräsentation, die in das ‚Private‘ vorzudringen und dieses ‚vor aller Augen‘ zu zerren scheinen (ein prominenter Fall war die RTL2-Fernsehsendung *Big Brother* in den frühen 2000er-Jahren; vgl. exemplarisch die Diskussion bei Imhof & Schulz 1998; Bohrmann 2000; Hitzler & Pfadenhauer 2002).

Diese wahrgenommene ‚Entgrenzung‘ von zuvor als klar getrennte Sphären wahrgenommenen sozialen Bereichen (vgl. hierzu insbesondere auch Merten in diesem Heft) wird nach Auffassung vieler Beobachter:innen von den digitalen Medien auf die Spitze getrieben. So diagnostiziert Pörksen mit Blick auf die digitalen Medien eine Art allumfassende ‚Hyperöffentlichkeit‘: „alle können potenziell alles sehen“ (Pörksen 2018: 13), aufgrund von ‚medialer Indiskretion‘ (Pörksen 2018: 12–13) werden die Grenzen von Öffentlichem und Privatem mithin zunehmend durchlässig. Als Grund werden genuine mediale Eigenschaften von digitalen Medien identifiziert, insbesondere die gestiegene Publizität und die leichte Kopierbarkeit und Rekontextualisierbarkeit von Inhalten. Aus dieser Perspektive erscheinen die Befürchtungen eines Rückzugs in Filterblasen fehlgeleitet. Es ist gerade das Fehlen von ‚sozialen Filtern‘ bzw. ein „Filter Clash“ (Pörksen 2018: 118–119), was hier als Problem identifiziert wird. Öffentlichkeit wird somit zur gesellschaftlichen Bedrohung: „Informationelle und damit emotionale Isolation ist im digitalen Zeitalter illusionär; ebendies ist mediengeschichtlich eine Zäsur“ (Pörksen 2018: 15). Die prominenten Debatten um den Schutz der Privatsphäre, Tracking/Surveillance und um das ‚soziale Eigenleben der Daten‘, die auch in der (kritischen) Medienforschung geführt werden (vgl. Bates, Lin & Goodale 2016; Milan 2018; Jones 2020), stehen in dieser Tradition. Auch hier werden vielfach mediale ‚Eigenlogiken‘ für gesellschaftliche Veränderungen verantwortlich gemacht. Es sind die Medien, die Öffentlichkeit und reziprok auch Privatheit jeweils ermöglichen oder aber verunmöglichen. Das soziale Verhalten scheint dem notgedrungen unterworfen.

Öffentlichkeit generell, aber auch spezifische abgegrenzte (Teil-)Öffentlichkeiten, sind also primär Konstrukte, die auf der Basis von Vorstellungen zu Sprachlichem, Medialem und Sozialem und infolge von Zuschreibungen, Vereinfachungen und Ausblendungen kommunikativ entstehen. Im Fall des digital-öffentlichen Raums werden hier vor allem Medienideologien wirksam, die digitale Medien und digital vermittelte Kommunikation in spezifischer Weise charakterisieren und von anderen Medien und Kommunikationsformen differenzieren. Empirischer Überprüfung halten solche Differenzierungen freilich kaum stand. Hier zeigt sich ein sehr viel komplexeres Bild, das ideologische Grenzziehungen zwischen medialen bzw. medial konstituierten sozialen Räumen fragwürdig erscheinen lässt.

3 Fluide Figurationen

Medien sind, wie Hepp & Hasebrink (2014: 345) zurecht festhalten, „nicht mehr ein abgegrenzter Bereich von Kultur und Gesellschaft – wenn sie dies jemals waren –, sondern durchdringen diese umfassend“. Das bedeutet, wie die Autoren weiter ausführen, dass es wenig sinnvoll erscheint, Medien als abgeschlossene Felder zu begreifen, die nach einer jeweils eigenen Logik funktionieren und so gesellschaftliche Parzellen konstituieren (vgl. Hepp & Hasebrink 2014: 346–348). Vielmehr seien Medien Teil der komplexen Lebenswelten sozialer Akteur:innen, die diese im Sinne von *Medienrepertoires* (Hasebrink & Domeyer 2012), *Polymedien* (Madianou & Miller 2012; Tagg & Lyons 2021; Androutsopoulos 2021), *Transmedien* (Evans 2011) oder „media manifold“ (Couldry 2012: 16–17) in komplexer Weise prägen. Dabei werden auch digitale und analoge Medien in komplexer Weise im kommunikativen Alltag von Akteur:innen miteinander verschränkt (siehe dazu auch den Beitrag von Oloff und König in diesem Heft), weswegen sich die als ‚digital dualism‘ umfassend kritisierte Trennung von Online- und Offline-Welten auch kaum halten lässt (vgl. dazu bspw. Jurgenson 2012; Akkaya 2014).

Wir schließen uns einem solchen sozialkonstruktivistischen und handlungstheoretischen Blick auf Medien, der mehr danach fragt, was Akteur:innen mit Medien (sinnstiftend) ‚tun‘ und wie Medien und soziale Lebenswelten sich gegenseitig konstituieren, als danach, wie Medien ihr Handeln determinieren, nachdrücklich an. Gesellschaft, Kultur und Technik stehen sich dabei nicht korrelierend gegenüber oder wirken kausal aufeinander ein. Sie vermischen sich und wirken in vielfältiger Weise und pluralen Zusammenhängen. Diese Sichtweise, die von der Annahme generalisierender Abhängigkeiten Abstand nimmt, wird in der jüngeren Mediatisierungsperspektive stark gemacht, indem diese das komplexe „Gefüge digitaler Leben“ (Pfadenhauer & Grenz 2019) in den Blick rückt.

Mit Hepp und Hasebrink, die diesen Begriff von Elias ([1970] 1993: 141) herleiten, verstehen wir Medien hierbei als Teil komplexer und fluider *kommunikativer Figurationen*, also komplexer sozial-kommunikativer Konglomerate, die die Alltagswelt sinnstiftend ordnen:

So sind Familien als eine kommunikative Figuration beschreibbar, indem sie durch Gespräche, Kommunikation mit Hilfe von (Mobil-)Telefon und Social Web, durch (digitale) Fotoalben, Briefe, Postkarten oder das gemeinsame Fernsehen als Vergemeinschaftungen konstituiert werden [...]. Auch (nationale oder transnationale) Öffentlichkeiten lassen sich als eine kommunikative Figuration begreifen, die über unterschiedliche Medien hinweg besteht und an die besondere normative Erwartungen herangetragen werden. Zu diesen Medien zählen neben klassischen Medien der Massenkommunikation heutzutage mit Twitter und Blogs zunehmend „neue“ Medien. [...] Verallgemeinernd lässt sich sagen: Der Begriff der kommunikativen Figurationen fasst musterhafte Interdependenzgeflechte von Kommunika-

tion, die über verschiedene Medien hinweg bestehen und auf eine bestimmte „thematische Rahmung“ ausgerichtet sind, an der sich das kommunikative Handeln orientiert. (Hepp & Hasebrink 2014: 351)

Figurationen sind Ordnungsrahmen, die aus Vergemeinschaftungsprozessen (zu denen immer auch Distinktions- und Machtprozesse gehören) gleichermaßen resultieren wie sie diese prägen, und zwar auf unterschiedlichen Ebenen sozialer Skalierung von großen sozialen Imaginationen (wie der ‚Nation‘ oder einer ‚Gesellschaft‘) bis hin zu lokalen Gemeinschaften (wie etwa situative Event-Gemeinschaften).

Dabei sind die aus Akteurs-Relationen konstituierten Figurationen permanent der Aushandlung und Veränderung unterworfen, sie sind also *fluide* bzw. spannungsreich in Transformation begriffen – Christmann, Knoblauch & Löw (2022) sprechen diesbezüglich von Prozessen der *Refiguration*. Ein wichtiger Faktor solcher Prozesse sind, wie in dem Zitat von Hepp und Hasebrink auch deutlich gemacht wird, Medialitätsvorstellungen, -erwartungen und -erfahrungen (vgl. Spitzmüller 2014) – also *Medienideologien* –, denn sie sind handlungsleitend in dem Sinne, dass sie für die Akteur:innen sinnvolle Nutzungs- und Interpretationsweisen bestimmter Medienpraktiken nahelegen, Medienhandeln also in bestimmter Weise ‚Sinn‘ zuschreiben.

Medien sind dabei für je konkrete kommunikative Figurationen in unterschiedlicher Weise sinn- und gemeinschaftsstiftend. Auf der einen Seite des Kontinuums stehen hierbei ‚tief mediatisierte‘ Gemeinschaften (vgl. Hepp 2020), deren Existenz und Handeln sich weitgehend bis ausschließlich bestimmten Medienformaten verdanken, auf der anderen medienbasierte Gemeinschaften (vgl. Couldry & Hepp 2017: 170), deren Vergemeinschaftung auf verschiedenen analogen und digitalen Medien in einer weniger konsistenten Art und Weise basiert. Zu berücksichtigen ist bei einer solchen Gegenüberstellung freilich, dass erstens soziale Akteur:innen in Zeiten „posttraditionaler Vergemeinschaftung“ (Hitzler 2008; Hitzler, Honer & Pfadenhauer 2008b) gleichzeitig Teil sehr verschiedener und unterschiedlich mediatisierter Gemeinschaften sein können (und diese Zugehörigkeit potenziell dynamisch ist; vgl. Pfadenhauer 2017) und dass zweitens Mediatisierung ein keineswegs teleologischer Prozess ist, sondern seinerseits dynamischer Veränderung in verschiedene Richtungen unterworfen sein kann, wie etwa die Fälle so genannter ‚digitaler Entgiftung‘ zeigen (vgl. Pfadenhauer 2019; Pfadenhauer & Grenz 2017).

Angesichts all dessen erscheint die Vorstellung einer durch Digitalisierung vorangetriebenen ‚Fragmentierung‘ der Gesellschaft wie auch das Konstrukt spezifischer und abgrenzbarer ‚digitaler Öffentlichkeiten‘ als genauso problematisch wie die Vorstellung einer allumfassenden digitalen ‚Hyperöffentlichkeit‘. Beide Vorstellungen pauschalisieren bestimmte Formen medialer Kommunikation in ungerechtfertigter Weise, perpetuieren den problematischen digitalen Dualismus und vernachlässigen die komplexe Verwobenheit von Medien (jenseits ihrer tech-

nischen Basis) im Alltagshandeln sozialer Akteur:innen. Sie vernachlässigen, dass Medien keineswegs nur ‚Werkzeuge‘ von Kommunikation sind, sondern dass sie selbst durch Medialitätszuschreibungen vielfach sozialer Sinnstiftung unterliegen und mithin in die „kommunikative Konstruktion der Wirklichkeit“ (Knoblauch 2016) in reziproker Weise tief eingebunden sind.

Ist also das Konzept ‚digitaler Öffentlichkeit(en)‘ eine Chimäre, die bloß in der Imagination von Wissenschaft und Gesellschaft existiert und keine Bedeutung für soziales Handeln und gesellschaftliche Praxis hat? Dieser Frage wollen wir uns im letzten Abschnitt zuwenden.

4 Die ‚(digitalen) Öffentlichkeit(en)‘: eine Chimäre?

Ist nun also die Idee ‚digitaler Öffentlichkeiten‘ vor dem Hintergrund der dargelegten theoretischen Überlegungen und der angedeuteten empirischen Befunde als Mythos ohne Bedeutung ad acta zu legen? Wir glauben nicht. Wir sind aber der Meinung, dass das Konzept einen anderen Status bekommen sollte. (Digitale) Öffentlichkeit sollte nicht, wie dies vielfach geschieht, als ontologische Tatsache irgendwelchen Analysen des Mediengebrauchs vorausgesetzt werden. Vielmehr sollte das Konzept selbst – eben als ideologisches Konstrukt – einer systematischen Analyse unterworfen werden.

In Übereinstimmung mit der metapragmatischen Soziolinguistik (vgl. Spitzmüller 2022c: 221–303), den Workplace Studies (vgl. bspw. Suchman 2012) und der wissenssoziologisch informierten Medienforschung (vgl. bspw. Couldry & Hepp 2017) gehen wir davon aus, dass dieses Konstrukt – dem Thomas-Theorem zufolge, wonach als ‚wirklich‘ wahrgenommene Phänomene reale Konsequenzen haben (Thomas & Thomas 1928: 571–572) – in der Alltagswelt von Akteur:innen handlungsleitend sein kann. Wie auch im Fall von Sprache (vgl. Silverstein 1985) prägen dabei systemische, pragmatische und ideologische Dimensionen von Medialität einander gegenseitig, allerdings nicht in einer deterministischen Art und Weise, sondern in sehr viel komplexerer Form.

Wir gehen davon aus, dass Medienakteur:innen ihre (produktiven wie interpretativen) Handlungen an (sozial registrierten) Projektionen des Medialen und des Sozialen ausrichten, auch wenn sich dies nicht zwingend in konsistenten Praktiken niederschlägt (vgl. für ein rezentes Beispiel Busch 2022: 445–542, der zeigt, wie sich jugendliche Akteur:innen an Medienideologien zu ‚digitalem Schreiben‘ orientieren). Und dies gilt wohl auch – was empirisch freilich zu belegen sein wird – für ‚digitale Öffentlichkeit(en)‘. Denn wie Schiewe (2004: 20) zurecht betont:

„Öffentlichkeit“ ist offensichtlich ja kein Gegenstand oder Ding wie ein „Rad“ oder ein „Webstuhl“, die konkret oder fasslich sind und die, jedenfalls nach ihrer Erfindung, auch außerhalb und unabhängig von uns in Raum und Zeit existieren. Ebenso ist „Öffentlichkeit“ kein bloßes gedankliches Konstrukt, vergleichbar mit Begriffen wie „Ehre“ oder „Gewissen“, für die es zwar gesellschaftliche Normen gibt, die ansonsten aber nur als Denkformen bzw. -inhalte präsent sind.

„Öffentlichkeit“ scheint beides zu sein, konkret und abstrakt zugleich: Sie hat Züge, die sich in der gesellschaftlichen Realität „dingfest“ machen lassen, und sie hat Züge, die auf das Denken der Menschen verweisen.

Wir gehen davon aus, dass ‚Öffentlichkeit‘ eines der zahlreichen ideologischen Konstrukte ist, die ‚Denken‘ und ‚gesellschaftliche Realität‘ verbinden und somit die gesellschaftliche Wirklichkeit als Konstrukt mit schaffen, ordnen und für Akteur:innen ‚begreifbar‘ machen. Dies geschieht nun aber in unterschiedlicher Art und Weise, und es geschieht *durch* – und nicht etwa *vor* – Kommunikation. Es geschieht durch kommunikatives Handeln, in dessen Handlungsketten digitalisierte Kommunikationstechnologien eingelassen sind, die ihrerseits auf der Konstruktion und Standardisierung riesiger kommunikationstechnologischer Infrastrukturen beruhen. Damit geht nicht etwa eine Nähe zu dem einher, was als „Infrastrukturalismus“ (Delitz & Höhne 2011) zu bezeichnen wäre. Statt von einer determinierenden Stabilität ist vielmehr von einer prinzipiellen Unabgeschlossenheit dieser Infra-Strukturen auszugehen, die sowohl gestaltet als auch angeeignet und somit laufend umgestaltet werden.

Zu ergründen, wie diese reziproken Konstruktionen vonstatten gehen, ist Ziel einer metapragmatischen Analyse von Medienkommunikation und Diskursen über bzw. reflexiven Handlungen bezüglich Medienkommunikation. In den Blick der Analyse geraten damit neben konkreten Medienpraktiken im Kontext von kommunikativen Figurationen auch die Reflexionen und Ideen, die diese Figurationen zusammenhalten, nämlich eben Kommunikationsideologien verschränkt mit Vergemeinschaftungsideologien, die von stark hierarchischen über flach netzwerkartigen bis hin zu szeneförmigen, d. h. wolkenartig flüchtigen Gesellungsgebilden changieren können (Eisewicht & Pfadenhauer 2015). Hierzu gilt es, aufbauend auf die bereits bestehenden Arbeiten zu diesem Komplex, einen zukünftigen systematischen Forschungsfokus zu entwickeln.

Wichtig erscheint uns in dem Zusammenhang auch das Konzept *sozialer Skalierung* (Carr & Lempert 2016; Spitzmüller 2022d; vgl. auch die Diskussion dreier ineinandergreifender skalarer „Ebenen“ von Öffentlichkeit im Beitrag von Androutsopoulos und Maas in diesem Heft). Wenn ‚Öffentlichkeit‘ diskursiv konstruiert wird, geschieht dies oft in unterschiedlicher sozialer Granularität. Die in Teilen der Medienforschung als ‚Ad-hoc-Öffentlichkeiten‘ (vgl. Bruns & Burgess 2011) bzw. „Mini publics“ (Thimm 2017) bezeichneten temporär und/oder sozial begrenzten

(und mithin exkludierenden) Vergemeinschaftungsformen, die von der Medienforschung vielfach positiv gewertet werden, da sie „individuelle Partizipation an zivilgesellschaftlichen Diskursen“ (Thimm et al. 2012: 208) ermöglichen und dominante Machtverhältnisse oft systematisch unterlaufen (vgl. Pfadenhauer 2021; Pentzold, Katzenbach & Fraas 2014), sind hierfür ein Beispiel. Auch hier gilt aber, dass die Grenzziehungen diskursive Konstrukte sind, die auf ideologischen Annahmen beruhen. Wo eine Teilöffentlichkeit beginnt und aufhört (und ob/wie sie abzugrenzen ist), ist das (dynamische) Ergebnis von perspektivierten Deutungsprozessen der Akteur:innen ‚in‘ und ‚außerhalb‘ dieser Gebilde. Auch hier wäre also zunächst zu untersuchen, wie und warum solche Grenzziehungen zustande kommen, auf welchen Annahmen sie beruhen, und wo sie gegebenenfalls umstritten sind.

Analoges gilt für das Konzept der ‚Digitalität‘.² Zwar ist Digitalität zweifelsohne ein spezifisches Charakteristikum bestimmter medialer Konfigurationen, das genuine Verarbeitungsmöglichkeiten und Kommunikationswege erlaubt und insbesondere bezüglich der Replizierbarkeit und Distribuierbarkeit von Texten sowie der Variierbarkeit von Gestaltungsformen kategoriale Eigenschaften und Möglichkeiten mitbringt, welche einen fundamentalen Einfluss darauf haben, wie wir kommunizieren (vgl. dazu schon Bittner 2003: 269–287). Durch neue generative Techniken, die nur aufgrund von digitaler Zeichenverarbeitung möglich sind (sog. ‚künstliche Intelligenz‘) sind davon zunehmend nicht nur Fragen der ‚Originalität‘ von Texten, sondern auch der Autorschaft in grundlegender Art und Weise neu gestellt. Auch stimmen wir mit Brosziewski (2003) überein, dass Digitalität nicht einfach als technischer ‚Unterbau‘, sondern als *Bestandteil* von Kommunikation in digital vermittelnden Kanälen zu verstehen ist (s. dazu auch weiter unten). Beim als „Aufschalten“ (Brosziewski 2003) fassbaren Vorgang der Eingabe von Zeichen in die ‚Zeichenmaschine‘ Computer *vermittelt* Digitalität zwischen Mensch und Computer sowie zwischen Computer und Computer, indem sie Zeichen (die mittels Schrift, Bild oder Ton ein- bzw. ausgegeben werden) *prozessierbar* (und damit nicht nur speicher- und transportierbar, sondern auch *transformierbar* macht). In dem Sinne,

2 Das Folgende setzt freilich voraus, dass man *Digitalität* nicht, wie es Nassehi (2020) in seinem weithin rezipierten systemtheoretischen Entwurf vorschlägt, mit der technisch ermöglichten Verdoppelung der Welt durch Daten als Grundmerkmal der an Mustererkennung interessierten modernen Gesellschaft schlechthin konzipiert. Auch wenn diese Erweiterung des Digitalitätsbegriffs, in der Digitalität letztlich zur Metapher für systemtheoretische Prozesse der Kontingenzreduktion wird, helfen mag, der Verengung der Diskussion auf Informationstechnik vorzubeugen, halten wir sie im Kontext der Analyse digital vermittelter Kommunikation für nicht zielführend, weil die breite Metaphorisierung deren spezifische Bedingtheiten sowie soziale Empraktiken und Folgen digital vermittelter Kommunikation eher verwischt als konturiert (vgl. kritisch dazu auch Beck 2021).

dass Aufschalten nicht nur instrumentell, sondern sozial zu handeln bedeutet, ist Digitalität somit selber (Teil von) Kommunikation.

Allerdings wird angesichts dessen vielfach übersehen, dass Menschen in digital vermittelter Kommunikation immer *analog* kommunizieren. Ihre Texte sind in einer bestimmten Art und Weise (verbal und graphisch) gestaltet, die eben nicht einem binären (also digitalen) Schema folgt, sondern aus einem Kontinuum von möglichen Varianten (also einem analogen Variantenraum) solche auswählen, die ihnen (bewusst oder unbewusst) ‚adäquat‘ erscheinen. Die fundamentale *poetische Dimension* von Kommunikation (Jakobson 1971[1960]), die konkrete Geformtheit der Botschaft, ist in digital vermittelter Kommunikation nicht weniger wichtig als in analog vermittelter (vgl. etwa Spitzmüller 2013b; Androutsopoulos & Busch 2020). Selbst Maschinen greifen, wenn sie mit Menschen kommunizieren, auf solche analogen Prinzipien zurück (wie etwa die generativen Textprozessoren wie ChatGPT zeigen, die ja stochastisch *analoge* Prozeduren zu emulieren und kontextadäquate Varianten zu produzieren versuchen). Und wie Jones zurecht betont, greifen wir, wenn wir mit Maschinen kommunizieren, auf interaktionale Prozeduren zurück, die wir auch in der ‚analogen‘ Kommunikationswelt verwenden:

[...] while the way algorithms make inferences and create implicature is in some ways very different from the way humans do [...], the same general principles of sense-making remain in play: meaning is a matter not just of what is ‘said’ or ‘written’, but of how the visible aspects of the text interact with the context in which it is produced/consumed and who the producers/consumers are (including what their relationship is and what their respective goals and intentions are). (Jones 2021: 3; Herv. i. Orig.)

Dass Digitalität dennoch, wie bereits angedeutet, mehr ist als ein ‚Unterbau‘ digital vermittelter Kommunikation (vgl. auch Jones 2021: 1), liegt unserer Meinung nach nicht primär an den ontologischen Qualitäten der Digitalität selbst, sondern an Medienideologien, die ‚digitaler Kommunikation‘ (und auch Techno-Akteuren wie ‚dem Algorithmus‘; vgl. Jones 2021) besondere Qualitäten zuschreiben und sie mithin mit Erfahrungen, Erwartungen, Bewertungen und Kontexten indexikalisch verbinden. Unterschiedliche soziale Akteur:innen tun dies in unterschiedlicher Art und Weise, die empirisch zunächst einmal zu explorieren wäre, bevor Digitalität als ontologische Qualität exodiskursiv präsupponiert wird. Hierbei ist unbedingt zu berücksichtigen, dass auch Digitalität – ähnlich wie Öffentlichkeit – ein hochgradig ideologisches Konstrukt ist, sowohl in der alltäglichen Lebenswelt vieler Menschen als auch in der Wissenschaft (letzteres zeigt der Schlüsselwortstatus, den Digitalität in den Profilierungsbemühungen von Universitäten, Disziplinen und Forschungsprogrammen derzeit ganz offensichtlich hat). Und dies wirkt, wie wir glauben, im Sinne des Thomas-Theorems in die Art und Weise ein, ob und wie Digitalität in die interaktionale Bedeutungskonstruktion einwirkt.

Vor diesem Hintergrund sind nun also *digitale Öffentlichkeiten* hochverdichtete ideologische Konglomerate, die zwei hochgradig wertbesetzte Konstrukte integrieren, welche jeweils eine Menge semiotischen und metasemiotischen ‚Treibguts‘ („semiotic flotsam“; Silverstein 2011: 205) nach sich ziehen. Und gerade dies bedarf einer genaueren Analyse, wenn wir verstehen wollen, wie Menschen sich vor dem Hintergrund von angenommener ‚Digitalität‘ und/oder ‚Analogizität‘ in ihren Kommunikationswelten positionieren.

5 Fazit und (forschungsprogrammatischer) Ausblick

Digitale Öffentlichkeiten sind, wie wir argumentiert haben, komplexe diskursive Konstrukte, die in einer langen und bis heute wirkmächtigen ideologischen Tradition verwurzelt sind, die vielfach die Gegebenheiten kommunikativer Praktiken und sozialer Prozesse und Konglomerationen *vereinfachen* – dies aber im mehrfachen Sinn des Wortes: einerseits im Sinne von Simplifizierungen, die besonders dann problematisch sind, wenn sie die unreflektierte Grundlage sozialwissenschaftlicher Befunde und Hypothesen bilden; andererseits im Sinne aber auch von Kontingenzreduktionen, die wohl nötig sind, um für die Akteur:innen ‚sinnhaftes‘ soziales Handeln und Orientierung zu ermöglichen.

Ersteres, so denken wir, ist im wissenschaftlichen Austausch zu problematisieren und unbedingt zu differenzieren. Gesellschaftsdiagnosen, die einen teleologischen Prozess der Mediatisierung und Vorstellungen einer ‚Eigenlogik‘ der Medien mit einem gesellschaftlichen Wandel verkoppeln, sind im politischen Diskurs und als Mittel der sozialen Positionierung ganz sicher funktional. Als wissenschaftliche Befunde lassen sie sich aber, wie wir gezeigt haben, schwer begründen.

Zweiteres – die Vereinfachung im Sinne von Kontingenzreduktionen, die ideologische Konzeptualisierungen in alltagsweltlichen Diskursen leisten – halten wir für eine wesentliche und noch nicht hinreichend erforschte Dimension mediatisierter Gesellschaften, die aus Sicht einer wissenssoziologischen Sozialtheorie und einer soziolinguistischen Sprachtheorie nicht nur gut an gegenwärtige Zugänge anschließbar und plausibel, sondern auch hoch instruktiv ist.

Dabei sind Medien mehr als nur technische Vermittlungskanäle oder Handlungsrahmen, die durch ihre materielle und semiotische Ontologie Handlung determinieren. Wenn wir den in der Medienforschung verbreiteten, in seiner Semantik und Begriffsgeschichte allerdings nicht unproblematischen Terminus der *medialen Affordanz* verwenden wollten, sollte dieser also nicht nur (wie in der ursprünglichen Konzeptionierung bei Gibson 1979) vom Medium aus und dem, was

es Akteur:innen ‚anbietet‘ oder ‚zur Verfügung stellt‘ (Gibson 1979: 127), gedacht werden. Auch die ‚Benutzbarkeit‘ von Medien ist an Kontexte, subjektive Erfahrungen und diskursiv distribuierte Ideologien gebunden (vgl. dazu Norman 2013; Davis 2020). Denn Medien sind dynamische Projektionen von Kommunikation und Vergemeinschaftung. Ihre Verwendung, aber auch die Gestaltung und Entwicklung, sind Teil dessen, was wir *Gesellschaft* nennen: unserer (Divergenz unterworfenen) Vorstellung davon, was es heißt, miteinander, gegenüber und ggf. auch gegeneinander – jedenfalls: *im Austausch* – zu sein. Was dies bedeutet, können wir an dieser Stelle nicht einfach setzen. Wir müssen uns darüber austauschen.

Literatur

- Akkaya, Aslihan (2014): Language, discourse, and new media: A linguistic anthropological perspective. In: *Language and Linguistics Compass* 8/7, S. 285–300.
- Androutsopoulos, Jannis (2021): Polymedia in interaction. In: *Pragmatics and Society* 12/5, S. 707–724.
- Androutsopoulos, Jannis & Florian Busch (Hrsg.) (2020): *Register des Graphischen. Variation, Interaktion und Reflexion in der digitalen Schriftlichkeit*. Berlin/Boston: De Gruyter (Linguistik – Impulse & Tendenzen 87).
- Beck, Klaus (2021): [Buchbesprechung] Nassehi, Armin: *Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft*. In: *Publizistik* 66, S. 169–172.
- Bittner, Johannes (2003): *Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung*. Berlin: Erich Schmidt (Philologische Studien und Quellen 178).
- Braunlich, Katharina, Tobias Dienlin, Johannes Eichenhofer, Paul Helm, Sabine Trepte, Rüdiger Grimm, Sandra Seubert & Christoph Gusy (2020): Linking loose ends: The interdisciplinary privacy and communication model. In: *New Media and Society* 23/6, S. 1443–1464.
- Brosziewski, Achim (2003): *Aufschalten. Kommunikation im Medium der Digitalität*. Konstanz: UVK.
- Bruns, Axel (2019): *Are Filter Bubbles Real?* London: Polity Press.
- Busch, Florian (2021): *Digitale Schreibregister. Kontexte, Formen und metapragmatische Reflexionen*. Berlin/Boston: De Gruyter (Linguistik – Impulse & Tendenzen 92).
- Bates, Jo, Yu-Wei Lin & Paula Goodale (2016): Data journeys: Capturing the socio-material constitution of data objects and flows. In: *Big Data & Society* 3/2, S. 1–12.
- Bohrmann, Thomas (2000): Big Brother. Medienethische Überlegungen zu den Grenzen von Unterhaltung. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 41–42, S. 3–10.
- Campe, Joachim Heinrich (1809): *Wörterbuch der deutschen Sprache*. 5 Bde. Bd. 3: L–R. Braunschweig: Schulbuchhandlung.
- Carr, E. Summerson & Michael Lempert (Hrsg.) (2016): *Scale: Discourse and dimensions of social life*. Oakland: University of California Press.
- Christmann, Gabriela (2016): Das theoretische Konzept der kommunikativen Raum(re)konstruktion. In: Gabriela Christmann (Hrsg.): *Zur kommunikativen Konstruktion von Räumen*. Wiesbaden: Springer VS. S. 89–117.
- Christmann, Gabriela B., Hubert Knoblauch & Martina Löw (Hgg.) (2022): *Communicative Constructions and the Refiguration of Spaces: Theoretical Approaches and Empirical Studies*. New York: Routledge.

- Couldry, Nick (2012): *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Oxford: Polity Press.
- Couldry, Nick & Andreas Hepp (2017): *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge/Malden: Polity Press.
- Davis, Jenny L. (2020). *How Artifacts Afford: The Power and Politics of Everyday Things*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Delitz, Heike & Stefan Höhne (2011): Gefüge, Kollektive und Dispositive. Zum ‚Infrastrukturalismus‘ des Gesellschaftlichen. Werkstatt ArtefaktTheorien II. URL: https://www.academia.edu/7590332/Gefuege_Kollektive_und_Dispositive_Zum_Infrastrukturalismus_der_Gesellschaft_Infrastrukturalismus_ (12.12.2022)
- Dieckmann, Walther (1991): Sprachwissenschaft und öffentliche Sprachdiskussion – Wurzeln ihres problematischen Verhältnisses. In: Rainer Wimmer (Hg.): *Das 19. Jahrhundert. Sprachgeschichtliche Wurzeln des heutigen Deutsch*. Berlin/New York: de Gruyter (Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 1990), S. 355–371.
- Eisewicht, Paul & Michaela Pfadenhauer (2015): Freizeitliche Gesellungsgebilde? Subkulturen, Teilkulturen und Szenen. In: Renate Freericks & Dieter Brinkmann (Hgg.): *Handbuch Freizeitsoziologie*. Wiesbaden: Springer VS, S. 489–512.
- Elias, Norbert (1993): *Was ist Soziologie?* Weinheim: Juventa [zuerst: München: Juventa 1970].
- Evans, Elizabeth (2011): *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. London: Routledge.
- Gal, Susan (2005): Language ideologies compared: Metaphors of public/private. In: *Journal of Linguistic Anthropology* 15/1, S. 23–37.
- Gal, Susan & Judith T. Irvine (2019): *Signs of Difference: Language and Ideology in Social Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gal, Susan & Kathryn A. Woolard (2014): Constructing languages and publics: Authority and representation. In: Susan Gal & Kathryn A. Woolard (Hgg.): *Languages and Publics. The Making of Authority*. London/New York: Routledge (Encounters 2). S. 1–11 [zuerst: Manchester/Northampton: St. Jerome Publishing 2001].
- Gardiner, Michael E. (2004): Wild publics and grotesque symposiums: Habermas and Bakhtin on dialogue, everyday life and the public sphere. In: *The Sociological Review* 52/1, S. 28–48.
- Gauger, Hans-Martin (1999): Die Hilflosigkeit der Sprachwissenschaft. In: Christian Meier (Hg.): *Sprache in Not? Zur Lage des heutigen Deutsch*. Göttingen: Wallstein. S. 85–101.
- Gebhardt, Winfried (2008): Gemeinschaften ohne Gemeinschaft. In: Hitzler, Honer & Pfadenhauer (2008 a). S. 202–213.
- Gershon, Ilana (2010): Media ideologies: An introduction. In: *Journal of Linguistic Anthropology* 20/2, S. 283–293.
- Gibson, James J. (1979): *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- Graham, Phil (2008): Public space, common goods, and private interests: Emergent definitions in globally mediated humanity. In: Wodak/Koller (2008). S. 45–66.
- Grenz, Tilo, Christopher Schlembach & Michaela Pfadenhauer (2020): Kommunikative Wissenskulturen: Ausgangspunkte, empirische und heuristische Perspektiven. In: Grenz, Tilo, Michaela Pfadenhauer & Christopher Schlembach (Hrsg.): *Kommunikative Wissenskulturen. Theoretische und empirische Erkundungen in Gegenwart und Geschichte*. Weinheim: Beltz Juventa, S. 7–22
- Habermas, Jürgen (1991a): *Erläuterungen zur Diskursethik*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1991b): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp (stw 891) [zuerst: Berlin: Luchterhand 1962].
- Hasebrink, Uwe & Hanna Domeyer (2012): Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. In: *Participations: Journal of Audience & Reception Studies* 9/2, S. 757–779.

- Hepp, Andreas (2020): *Deep Mediatization*. London/New York: Routledge (Key Ideas in Media and Cultural Studies).
- Hepp, Andreas & Uwe Hasebrink (2014): Kommunikative Figurationen – ein Ansatz zur Analyse der Transformation mediatisierter Gesellschaften und Kulturen. In: Birgit Stark, Oliver Quiring & Nikolaus Jakob (Hgg.): *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis. Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPK*. München: UVK (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 41).
- Hermanns, Fritz (1989): Deontische Tautologien. Ein linguistischer Beitrag zur Interpretation des Godesberger Programms (1959) der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands. In: Josef Klein (Hg.): *Politische Semantik. Bedeutungsanalytische und sprachkritische Beiträge zur politischen Sprachverwendung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 69–149.
- Hermanns, Fritz (1994): *Schlüssel-, Schlag- und Fahrennwörter. Zu Begrifflichkeit und Theorie der lexikalischen „politischen Semantik“*. Heidelberg: Universität Heidelberg (Arbeiten aus dem Sonderforschungsbereich 245, „Sprache und Situation“, Heidelberg, Mannheim 81).
- Hitzler, Ronald (2008): Brutstätten posttraditionaler Vergemeinschaftung. Über Jugendszenen. In: Hitzler, Honer & Pfadenhauer (2008a). S. 52–72.
- Hitzler, Ronald, Anne Honer & Michaela Pfadenhauer (Hgg.) (2008a): *Posttraditionale Gemeinschaften. Theoretische und ethnografische Erkundungen*. Wiesbaden: Springer VS (Erlebniswelten 14).
- Hitzler, Ronald, Anne Honer & Michaela Pfadenhauer (2008b): Zur Einleitung. „Ärgerliche“ Gesellungsgebilde? In: Hitzler, Honer & Pfadenhauer (2008a). S. 9–31.
- Hoberg, Rudolf (1997): Öffentlichkeit und Sprachwissenschaft. In: *Muttersprache* 107/1, S. 54–63.
- Hitzler, Ronald & Michaela Pfadenhauer (2002): Das elektronische Panoptikum – simuliert. Zum ‚spielerischen‘ Umgang mit Überwachung. In: Martin K. W. Schweer, Christian Schicha & Jörg-Uwe Nieland, (Hrsg.): *Das Private in der öffentlichen Kommunikation. „Big Brother“ und die Folgen*. Köln: Herbert von Halen, S. 163–174.
- Imhof, Kurt & Peter Schulz (Hgg.) (1998): *Die Veröffentlichung des Privaten – Die Privatisierung des Öffentlichen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Jakobson, Roman (1971 [1960]): Linguistik und Poetik. In: Jens Ihwe, (Hrsg.): *Literaturwissenschaft und Linguistik: Ergebnisse und Perspektiven. Bd. II/1: Zur linguistischen Basis der Literaturwissenschaft I* (ars poetica 8). Frankfurt a. M.: Fischer, S. 142–178. [Orig. engl.: Closing statement: Linguistics and poetics. In Thomas A. Sebeok (Hg.), *Style in Language*, S. 350–377 Cambridge, MA: MIT Press].
- Jones, Rodney H. (2020): Accounting for surveillance. In: *Journal of Sociolinguistics* 24/1, S. 89–95.
- Jones, Rodney H. (2021): The text is reading you: Teaching language in the age of the algorithm. In: *Linguistics and Education* 62, 100750. DOI: 10.1016/j.linged.2019.100750
- Jurgenson, Nathan (2012): When atoms meet bits: Social media, the mobile web and augmented revolution. In: *Future Internet* 4/1, S. 83–91.
- Kämper, Heidrun & Albrecht Plewnia (Hgg.) (2022): *Sprache in Politik und Gesellschaft. Perspektiven und Zugänge*. Berlin/Boston: De Gruyter (Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2021).
- Keller, Reiner (2006): Wissenssoziologische Diskursanalyse. In: Reiner Keller, Andreas Hirsland, Werner Schneider & Willy Viehöver (Hrsg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band I: Theorien und Methoden*. Wiesbaden: Springer VS, S. 115–146.
- Knoblauch, Hubert (2016): *Die kommunikative Konstruktion der Wirklichkeit*. Wiesbaden: Springer (Neue Bibliothek der Sozialwissenschaften).
- Koch, Gertraud (Hg.) (2017): *Digitisation: Theories and Concepts for Empirical Cultural Research*. London/ New York: Routledge.
- Luhmann, Niklas (1966): Politische Planung. In: *Jahrbuch für Sozialwissenschaft* 17/3, S. 271–296.

- Madianou, Mirca & Daniel Miller (2012): *Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia*. London: Routledge.
- Mangold, Frank & Michael Scharkow (2020): How do filtering choices impact the structures of audience networks? A simulation study using data from 26 countries. In: *Communication Methods and Measures* 14/2, S. 125–144.
- Matthiesen, Ulf (1985): *Das Dickicht der Lebenswelt und die Theorie kommunikativen Handelns*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Milan, Stefania (2018): Political agency, digital traces, and bottom-up data practices. In: *International Journal of Communication* 12, S. 507–527. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/6709/2251> (11.12.2022).
- Nassehi, Armin (2020): *Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft*. München: Beck.
- Norman, Don (2013): *The Design of Everyday Things*. Revised and expanded edition. New York: Basic Books.
- Pentzoldt, Christian, Christian Katzenbach & Claudia Fraas (2014): Digitale Plattformen und Öffentlichkeiten mediatisierter politischer Kommunikation. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 64/22–23, S. 28–34.
- Pfadenhauer, Michaela (2010): *Peter L. Berger*. Konstanz: UVK
- Pfadenhauer, Michaela (2017): Techniken der Zugehörigkeit zu posttraditionalen Gemeinschaften. In: Thomas Dienberg, Thomas Eggensperger, Ulrich Engel & Bernhard Kohl (Hrsg.): *... am Ende ganz alleine? Gemeinschaftsbildung in post-traditionalen Zeiten*. Berlin Bischofssynode. Münster: Aschendorff, S. 65–75.
- Pfadenhauer, Michaela (2019): Digitalisierung auf Siegeszug? Verspätungen, Zwischenhalte und Schienenbrüche. In: *Zeitschrift für Theoretische Soziologie* 1, S. 98–107.
- Pfadenhauer, Michaela (2021): Die Macht mediatisierter Kommunikation in persönlichen Öffentlichkeiten. In: Norbert Schröer, Oliver Bidlo, Verena Keyzers & Michael Roslon (Hrsg.): *Facetten der Kommunikationsmacht. Stellungnahmen, Illustrationen, Anregungen*. Weinheim: Beltz Juventa S. 59–68.
- Pfadenhauer, Michaela & Tilo Grenz (Hrsg.) (2017): *De-Mediatisierung. Diskontinuitäten, Non-Linearitäten und Ambivalenzen im Mediatisierungsprozess*. Wiesbaden: Springer VS.
- Pfadenhauer, Michaela & Tilo Grenz (2019). Drinnen oder Draußen: Zur Heterogenität von Digital Lives. In: Nicole Burzan (Hg.): *Komplexe Dynamiken globaler und lokaler Entwicklungen. Verhandlungen des 39. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Göttingen 2018*. URL: https://publikationen.sozioologie.de/index.php/kongressband_2018/article/view/1096/1402 (11.12.2022).
- Pörksen, Bernhard (2018): *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*. München: Hanser.
- Römmele, Andrea (2022): Sprache und Kommunikation in der Politik. In: Kämper/Plewnia (2022). S. 35–40.
- Schiewe, Jürgen (2004): *Öffentlichkeit. Entstehung und Wandel in Deutschland*. Paderborn: Schöningh (UTB 2440).
- Silverstein, Michael (1979): Language Structure and linguistic ideology. In: Paul R. Cline, William Hanks & Carol Hofbauer (Hgg.): *The Elements: A Parasession on Linguistic Units and Levels*. Chicago: Chicago Linguistic Society, S. 193–247.
- Silverstein, Michael (1985): Language and the culture of gender: At the intersection of structure, usage, and ideology. In: Elizabeth Mertz/Richard J. Parmentier (Hgg.): *Semiotic Mediation: Sociocultural and Psychologic Perspectives*. Orlando: Academic Press (Language, Thought, and Culture). S. 219–259.

- Silverstein, Michael (2011): The ‚message‘ in the (political) battle. In: *Language & Communication* 31/3, S. 203–216.
- Spitzmüller, Jürgen (2013a): Metapragmatik, Indexikalität, soziale Registrierung. Zur diskursiven Konstruktion sprachideologischer Positionen. In: *Zeitschrift für Diskursforschung* 1/3, S. 263–287.
- Spitzmüller, Jürgen (2013b): *Graphische Variation als soziale Praxis: Eine soziolinguistische Theorie skripturaler ‚Sichtbarkeit‘*. Berlin & Boston: De Gruyter (Linguistik – Impulse & Tendenzen 56).
- Spitzmüller, Jürgen (2014): Commentary: Mediality, mediatization and sociolinguistic change. In: Jannis Androutsopoulos (Hg.): *Mediatization and Sociolinguistic Change*. Berlin/Boston: Mouton de Gruyter (Linguae & Litterae 36). S. 361–367.
- Spitzmüller, Jürgen (2019): Sociolinguistics going ‚wild‘: The construction of auratic fields. In: *Journal of Sociolinguistics* 23/5 (Themenheft ‚The Sociolinguistics of Late Modern Publics‘, hg. v. Theresa Heyd und Britta Schneider), S. 505–520.
- Spitzmüller, Jürgen (2022a): „Ye shall know the truth, and the truth shall make you free“. Positionierungsstrategien der Sprachwissenschaft im Kampf um sprachideologische Deutungshoheit. In: Kämper & Plewnia (2022). S. 17–33.
- Spitzmüller, Jürgen (2022b): Ideologies of communication: The social link between actors, signs, and practices. In: Judith Purkharthofer & Mi-Cha Flubacher (Hgg.): *Speaking Subjects in Multilingualism Research: Biographical and Speaker-centred Approaches*. Bristol/Jackson: Multilingual Matters (Researching Multilingually 7). S. 248–269.
- Spitzmüller, Jürgen (2022c): *Soziolinguistik. Eine Einführung*. Heidelberg: J. B. Metzler.
- Spitzmüller, Jürgen (2022d): Beyond the binarism: Locating past, present and future sociolinguistic research on ideologies of communication. In: *Sociolinguistica: European Journal of Sociolinguistics* 36/1–2, S. 207–218.
- Suchman, Lucy (2012): Configuration. In: Celia Lury & Nina Wakeford (Hgg.): *Inventive Methods. The Happening of the Social*. London: Routledge. S. 48–60.
- Tagg, Caroline & Agnieszka Lyons (2021): Polymedia repertoire of networked individuals. In: *Pragmatics and Society* 12/5, S. 707–755.
- Thimm, Caja, Mark Dang-Anh & Jessica Einspänner (2012): Mehr Zivilgesellschaft durch Social Media? Medienethische Perspektiven auf Twitter als Diskursmedium. In: Filipović, Alexander, Michael Jäckel & Christian Schicha (Hrsg.): *Medien- und Zivilgesellschaft*. Weinheim: Beltz Juventa. S. 200–211.
- Thimm, Caja (2017): Digitale Öffentlichkeit zwischen Fragmentierung und Mini-Publics. In: Ulrich Binder & Jürgen Oelkers (Hrsg.): *Der neue Strukturwandel von Öffentlichkeit*. Weinheim: Beltz Juventa. S. 49–60.
- Thomas, William I. & Dorothy S. Thomas (1928): *The Child in America: Behavior Problems and Programs*. New York: Knopf.
- Warner, Michael (2002): *Publics and Counterpublics*. Brooklyn, NY: Zone Books.
- Wodak, Ruth & Veronika Koller (Hgg.) (2008): *Handbook of Communication in the Public Sphere*. Berlin/ New York: de Gruyter (Handbooks of Applied Linguistics 4).
- Wright, Scott (2008): Language, communication and the public sphere: Definitions. In: Wodak & Koller (2008). S. 21–43.
- Young, Iris Marion (1985): Impartiality and the civic public: Some implications of feminist critiques of moral and political theory. In: *PRAXIS International* 5/4, S. 381–401.