

Klaus Plake • Daniel Jansen  
Birgit Schuhmacher

# Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet

*Politische Potenziale  
der Medienentwicklung*

Westdeutscher Verlag

# Inhalt

<b>Einführung: Medienentwicklung und Öffentlichkeit.....</b>	<b>9</b>
<b>Zum Realitätsgehalt von Öffentlichkeitsbegriffen.....</b>	<b>14</b>
2.1 Die Renaissance eines Themas.....	14
2.2 Relevanz, Kommunikation und Raum.....	17
2.3 Gegenöffentlichkeit.....	23
<b>Zwei Strukturmerkmale von Öffentlichkeit.....</b>	<b>28</b>
3.1 Die Struktur des Forums.....	28
3.2 Die Struktur der Arena.....	30
3.3 Kategorisierung von Öffentlichkeiten.....	32
<b>Gesellschaftlicher Wandel und Öffentlichkeit.....</b>	<b>35</b>
4.1 Jürgen Habermas als Protagonist einer nicht vermachteten Kommunikation.....	35
4.2 Kritik am deliberativen Politikmodell.....	40
4.3 Niklas Luhmann: Anschlussfähige Kommunikation durch Öffentlichkeit.....	42
4.4 Diskursbedarf und Individualisierung.....	45
<b>Kommunikative Potenziale des Internet.....</b>	<b>49</b>
5.1 Medieninnovationen im Vergleich.....	49
5.2 Die Veränderung von Verwaltung und Politik.....	53
5.3 Elektronische Netzwerke und alternative Politik.....	62
5.4 Politik und Internet in der Diskussion.....	64
<b>Gegenöffentlichkeit im Cyberspace?</b>	
<b>Die Bedeutung des Raumes.....</b>	<b>72</b>
6.1 Bewegungsmilieus in ihrem Verhältnis zu lokalen Traditionen.....	72
6.2 Universalismus und räumliche Entgrenzung.....	76
6.3 Betroffenheit im Cyberspace?.....	77
6.4 Die Symbolik von Raum und Zeit.....	79
6.5 Die Vergesellschaftung des Protests.....	85

<b>7</b>	<b>Herkömmliche Massenmedien und Internet.....</b>	<b>88</b>
7.1	Die Selektivität der Nutzer.....	88
7.2	Aktualität als Sinnstiftung.....	91
7.3	Themengenerierung im Internet?.....	94
7.4	Die Multifunktionalität des Internet.....	95
7.5	Typologie der Internet-Öffentlichkeit.....	97
7.6	Netzkommunikation als rationaler Diskurs.....	100
<b>8</b>	<b>Mailinglist und Chat: eine Exploration.....</b>	<b>103</b>
8.1	Verteilungen und Beziehungsmuster.....	103
8.2	Die neue Öffentlichkeit des Internet.....	108
<b>9</b>	<b>Subversion oder Anarchie?</b>	
	<b>Zur Kommunikation von Gerüchten.....</b>	<b>112</b>
9.1	Analogie der Netzstrukturen.....	112
9.2	Gerücht und Gegenöffentlichkeit.....	115
9.3	Strategien der Legitimation von Informationen.....	117
<b>10</b>	<b>Gerüchte im Internet.....</b>	<b>123</b>
10.1	Digitales Hörensagen.....	123
10.2	Vorteile der Anonymität?.....	125
10.3	Meme und Hoax.....	127
10.4	Informationsknappheit und <i>Information overload</i> .....	129
10.5	Politische Gerüchte.....	130
<b>11</b>	<b>Propaganda und die Instrumentalisierung der Gegenöffentlichkeit.....</b>	<b>133</b>
11.1	Informationskontrolle, Informationspolitik, Desinformation.....	133
11.2	Propaganda als politische Werbung und Indoktrination.....	135
11.3	Propaganda als Kriegswaffe.....	139
<b>12</b>	<b>Das Ende der Propaganda.....</b>	<b>143</b>
12.1	Die herkömmlichen Medien.....	143
12.2	Die Logik der Online-Kommunikation.....	145
12.3	Öffentlichkeit ohne Zensur.....	146
12.4	Propaganda und Aufklärung.....	150
12.5	Monitoring durch die globale Öffentlichkeit.....	152
12.6	Relativierung der Macht?.....	157
12.7	Öffnung oder Schließung: Rechtsradikale im Netz.....	159

## **Inhalt**

<b>13 Medienkompetenz als demokratietheoretisches Postulat.....</b>	<b>162</b>
13.1 Zugangsvoraussetzungen für die politische Kommunikation.....	162
13.2 Texte und Bilder.....	167
13.3 Von der pädagogischen zur gesamtgesellschaftlichen Aufgabe.....	169
13.4 Dimensionen der Medienkompetenz.....	175
<b>14 Ausblick: Die Dialektik der Internet-Kommunikation.....</b>	<b>183</b>
<b>Literatur.....</b>	<b>189</b>
<b>URL.....</b>	<b>200</b>