

Oliver Hahn  
Ralf Hohlfeld  
Thomas Knieper  
(Hrsg.)

# **Digitale Öffentlichkeit(en)**

**HERBERT VON HALEM VERLAG**

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

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

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

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

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

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

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

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

Redaktion: Anne-Christin Hoffmann, Passau  
Printed in Germany

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

# Inhalt

## Einführung

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

## Teil 1 Digitale Interaktionen und Diskurse: Folgen für die Öffentlichkeitsentstehung

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

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

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

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

*Christian Strippel und Martin Emmer*

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

## **Teil 2 Digitaler Wandel des Journalismus: Herausforderungen und Perspektiven**

*Tobias Eberwein*

Journalistisches Erzählen im Wandel. Ergebnisse einer Mehrmethodenstudie 107

*Cornelia Wolf*

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

*Alexander Godulla*

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

*Corinna Oschatz, Marcus Maurer und Jörg Haßler*

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

*Michael Brüggemann und Sven Engesser*

Skeptiker müssen draußen bleiben: Weblogs und Klimajournalismus 165

*Daniel Klenke und Stefan Meier*

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

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