



Journalismus und Plattformen als vermittelnde Dritte in der digitalen Öffentlichkeit

Christoph Neuberger

Eingegangen: 28. Januar 2022 / Angenommen: 17. März 2022 / Online publiziert: 17. Mai 2022
© Der/die Autor(en) 2022

Zusammenfassung Der digitale Wandel hat öffentliche Beobachtungs- und Beeinflussungsbeziehungen grundlegend verändert. In den traditionellen Massenmedien vermittelt der professionelle Journalismus zwischen Quellen und Publikum und trifft alleine Publikationsentscheidungen. Im Internet wird dieses Gatekeeper-Paradigma teilweise durch ein auf Plattformen gestütztes Netzwerk-Paradigma ersetzt, in dem Konstellationen vielfältiger, dynamischer und häufig auch unvermittelt sind. Diskutiert wird die Rolle vermittelnder Dritter in Akteurskonstellationen sowie in intra- und intersystemischen Beziehungen. Dabei wird in zweifacher Weise an Georg Simmel angeknüpft: Soziale Formen oder Interaktionsmodi helfen, die Dynamik zwischen Akteuren zu systematisieren. Zudem wurde Simmels Hinweis auf den vermittelnden Dritten aufgegriffen. Im Netzwerk-Paradigma umfasst die Vermittlung neben der Nachrichtenversorgung zusätzlich Moderation und Navigation. Zahlreiche Krisensymptome der digitalen Öffentlichkeit werfen die Frage nach dem Reformbedarf für Journalismus und Plattformen auf.

Schlüsselwörter Interaktionsmodi · Funktionale Differenzierung · Digitalisierung · Moderation · Navigation · Gatekeeper

C. Neuberger (✉)
Arbeitsstelle Digitalisierung und Partizipation, Institut für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin
Garystr. 55, 14195 Berlin, Deutschland
E-Mail: christoph.neuberger@fu-berlin.de

Weizenbaum-Institut für die vernetzte Gesellschaft
Hardenbergstr. 32, 10623 Berlin, Deutschland

Journalism and Platforms as Mediating Third Parties in the Digital Public Sphere

Abstract The digital transformation has fundamentally changed relationships of observation and influence in the public sphere. In traditional mass media, professional journalism mediates between sources and audiences and makes publication decisions alone. On the internet, this gatekeeper paradigm has been partly replaced by a platform-based network paradigm, in which constellations are more diverse, dynamic, and often unmediated. The role of mediating third parties in actor constellations as well as in intrasystemic and intersystemic relations is discussed. In this context, the work of Georg Simmel is taken up in two ways: Social forms or modes of interaction help to systematize the dynamics between actors. In addition, Simmel's approach to the mediating third party is revisited. In the network paradigm, mediation includes moderation and navigation in addition to news provision. Numerous symptoms of the crisis in the digital public sphere raise the question of the need for reform of journalism and platforms.

Keywords Modes of interaction · Functional differentiation · Digitalization · Moderation · Navigation · Gatekeeper

1 Einführung

Schon längere Zeit beherrschen Krisendiagnosen den öffentlichen Diskurs über die Digitalisierung. Dabei ist die Öffentlichkeit nicht nur jener Kontext, in dem gesellschaftliche Krisen verhandelt werden (Imhof 2011), sondern sie ist auch selbst durch den digitalen Wandel in die Krise geraten. Die Liste der Symptome ist lang; interpretieren lassen sie sich als Defizite beim Erreichen liberal-demokratischer Werte wie Freiheit (Netzensur, Konformitätsdruck und Abschreckungseffekte, beschränkte Datensouveränität), Gleichheit (Digital Divide), Integration (Echokammern, Filterblasen), Deliberation (Hassrede, Propaganda, Polarisierung), Wahrheit (Fake News, Verschwörungsmymen) und Sicherheit (Cybermobbing, Shitstorms, Verletzung von Privatheit) (statt vieler Benkler et al. 2018; Bennett und Livingston 2018; Entman und Usher 2018; Chadwick 2018). Empirische Studien in der Kommunikationswissenschaft haben diese Diagnosen teils bestätigt, teils aber auch, wie im Fall von Echokammern und Filterblasen (Bruns 2019), infrage gestellt (Jungherr et al. 2020; Neuberger 2018a; Van Aelst et al. 2017).

Zurückgeführt wird diese Krise der digitalen Öffentlichkeit wesentlich auf das Fehlen oder die Schwäche vermittelnder Akteure und Institutionen (Jarren und Neuberger 2020). Im Internet kann an professionell-journalistischen Vermittlern vorbei publiziert werden (Disintermediation). Damit verliert der professionelle Journalismus sein Monopol als prüfender und selektierender Gatekeeper. An die Stelle der linearen Massenkommunikation tritt eine Vielfalt an Konstellationen zwischen Akteuren, die sich nicht mehr mit einem fixen Modell beschreiben lassen, sondern nur in Form eines dynamischen Netzwerks. Zwar können Vermittler in der digitalen Öffentlichkeit leichter umgangen werden, aber sie verschwinden keineswegs. Vielmehr

entstehen neue Formen der Vermittlung (partizipativ, algorithmisch) sowie neue Vermittlungsleistungen (Moderation, Navigation). Besonders Plattformen ermöglichen anderen Akteuren Partizipation und Interaktion, ohne selbst Inhalte zu produzieren oder die Qualität des Publizierten systematisch zu prüfen. Zugleich steuern ihre Betreiber oder Dritte öffentliche Kommunikation algorithmisch. Die dominanten US-Plattformen folgen dabei eher einem ökonomischen als einem gemeinwohlorientierten Leitbild und werden daher als wesentliche Verursacher der Krise gesehen.

Mit *Vermittlung* ist hier allgemein gemeint, dass ein drittes Element zwischen (mindestens) zwei anderen Akteuren steht und für eine oder beide Seiten Leistungen erbringt (oder zumindest erbringen soll). Als Beispiele für eine vermittelnde Rolle werden in diesem Beitrag der Journalismus und digitale Plattformen diskutiert. Die *Figur des Dritten* ist in der Soziologie und den Kulturwissenschaften in zahlreichen Ausprägungen untersucht worden (z. B. Fischer 2010; Hildebrandt und Schmitt 2014; Koschorke 2010a). Durch den Dritten als externen Beobachter (zweiter Ordnung) wird die „Dyade zum Gegenstand“ (Lindemann 2010, S. 167). Das Zweier-Verhältnis von *alter* und *ego* kann so objektiviert, kritisiert und beeinflusst werden. Neben personalen Dritten sind Institutionen „auf Dauer gestellte und zum abstrakten Prinzip erhobene Figuren des Dritten“ (Koschorke 2010b, S. 53). Simmel (1992, S. 125–126), der den Dritten in seiner relationalen Soziologie eingeführt hat, merkt dazu an:

Die Zwei stellte, wie die erste Synthese und Vereinheitlichung, so auch die erste Scheidung und Antithese dar; das Auftreten des Dritten bedeutet Übergang, Versöhnung, Verlassen des absoluten Gegensatzes – freilich gelegentlich auch die Stiftung eines solchen.¹

Simmel (1992, S. 117–150) unterscheidet vermittelnde (Unparteiische, Vermittler), trennende (etwa Herrschende, die dem Motto „divide et impera“ folgen) und begehrte (lachende) Dritte. Diese Typisierung lässt sich erweitern, etwa um den parasitären und ausgeschlossenen Dritten (Herrmann 2018, S. 143). Nähert man sich dem Vermittlungsbegriff assoziativ, so geht es darum, Verbindungen herzustellen, Komplexität zu reduzieren, Differenzen zu vermindern, Spannungen abzubauen, Einigkeit herzustellen, Nachfrage zu befriedigen und Entscheidungen anzuleiten oder stellvertretend zu fällen. Das Vermittelnde steht nicht nur in der Mitte, sondern führt auch zur Mitte.² Seine Notwendigkeit steht gegen die Annahme, dass sich Dinge spontan, ohne Eingriff und unvermittelt durch eine „unsichtbare Hand“ regeln.

¹ Zwei- und Dreierheit lassen sich als unterschiedliche Sichtweisen der Welt verstehen. Nach Koschorke (2010a, S. 14 u. 18) dominierten im alteuropäischen Denken begriffliche Dualitäten, die eine Seite privilegierten, während die moderne Gesellschaft Hybridität, Mehrdeutigkeit, Polyvalenz und Dezentrierung kennzeichnen, also das Dazwischenliegende (Kimmich 2017, S. 12–13). Dichotomien führen zum Freund-Feind-Denken, zum „Verlangen nach Reinheit“ (Koschorke 2010a, S. 25).

² „Maß und Mitte“ (Münkler 2012) sind in vielen Dimensionen beobachtbar, etwa räumlich (Zentrum und Peripherie, prekäre Mittellage), zeitlich (Mittelalter, Hälfte des Lebens, Mittag), stratifikatorisch (nivellierte Mittelstandsgesellschaft, Abstiegsängste der Mittelschicht), politisch (Mitte im Links-Rechts-Spektrum), medial (Mainstream), kulturell (bürgerliche Mitte, Massengeschmack), evaluativ (Mittelmaß; Milo 2019) und ethisch (das Mittlere als richtiges Maß; Aristoteles 1983). Die Moderne charakterisiert Konersmann (2021) als „Welt ohne Maß“.

Stattdessen bedarf es des vermittelnden, d. h. intentionalen Handelns von Akteuren, gestützt auf Institutionen und Techniken (Medien).

Ein erheblicher Teil des Vermittlungsgeschehens findet im Kontext der Öffentlichkeit statt (Abschn. 2), über die gesellschaftsweit Beobachtungs- und Beeinflussungsbeziehungen verlaufen. Dafür muss zunächst ein allgemeines Konzept des vermittelnden Dritten entwickelt werden (Abschn. 3). Während der Journalismus für die massenmediale Vermittlung ein Monopol besitzt, gewinnt in der digitalen Öffentlichkeit unvermittelte Kommunikation an Bedeutung (Abschn. 4). Zugleich lassen sich neben der professionellen Vermittlung neue Formen beobachten. Dies wirft auch die Frage auf, wie journalistische Vermittlungsleistungen neu bestimmt werden müssen (Abschn. 5). Abschließend wird die Krise der digitalen Öffentlichkeit als Vermittlungskrise diskutiert (Abschn. 6).

2 Der digitale Wandel der Öffentlichkeit

Allgemein wird *Öffentlichkeit* als offener, d. h. allen zugänglicher Raum der Beobachtung und Beeinflussung verstanden. Sie besitzt (ähnlich wie der Markt) nur schwache Strukturen und damit eine hohe Offenheit für die Dynamik von Themenkarrieren und Meinungsbildung. Diese Offenheit, sowohl in der Sozial- als auch in der Sachdimension, macht Öffentlichkeit und die sie konstituierenden Medien zum Unruheherd der Gesellschaft. Sie dienen der „Erzeugung und Verarbeitung von Irritation. ... Massenmedien halten, könnte man deshalb auch sagen, die Gesellschaft wach. Sie erzeugen eine ständig erneuerte Bereitschaft, mit Überraschungen, ja mit Störungen zu rechnen“ (Luhmann 1996, S. 46–47; vgl. auch Marcinkowski 1993; Mölders 2019). Medien orientieren sich an den unruhigen Rändern, von denen „Erregtheit in die Mitte hineingespiegelt wird“, was „einen unverzichtbaren Beitrag zu deren innerer Stabilisierung leistet“ (Münkler 2012, S. 11; ähnlich bereits Enzensberger 1991, S. 273–275).

Traditionell stellen *Massenmedien* Öffentlichkeit her, indem sie standardisiert für ein disperses (verstreutes) und weitgehend passives (nur rezipierendes) Massenpublikum aktuelles (Nachrichten-)Wissen über die Gesellschaft produzieren, prüfen und verbreiten. Die gemeinsame Themenagenda ergibt sich aus dem professionell-journalistischen Verständnis des Nachrichtenwerts, was die Unterstellung erlaubt, dass als allgemein bekannt angenommen werden kann, was publiziert worden ist (Luhmann 1996, S. 43). Massenkommunikation ist aber nicht nur durch die professionelle Einhegung relativ strukturiert und in ihren Wirkungen kalkulierbar, sondern auch deswegen, weil Beteiligung und Sichtbarkeit nicht beidseitig, sondern nur einseitig möglich sind. Das Publikum bleibt in dieser halbierten Öffentlichkeit aufgrund seiner Passivität weitgehend im Dunkeln und ist daher als Kollektiv „stets eine abstrakte, anonyme, im Einzelnen unbekannte Figur, die nicht selbst in Erscheinung tritt“ (Albert et al. 2019, S. 9), aber als operative Fiktion, als generalisierter Dritter (Werron 2010, S. 309), als „imagined audience“ (Litt 2012) wirksam ist. Gerade die Unsichtbarkeit führt zur Imagination von Publikumsbildern, die eine integrierende und disziplinierende Wirkung haben (Merten 1978, S. 578). Die öffentliche Mei-

nung ist eine Form sozialer Kontrolle und signalisiert, was mit Zustimmung rechnen kann (Noelle-Neumann 2001, S. 332–335).

In der Ära der Massenmedien besaß der Journalismus ein Gatekeeper-Monopol, erklärbar durch die begrenzte Verbreitungskapazität der wenigen Presse- und Rundfunkmedien. Im digitalen Kontext wachsen Variabilität und Dynamik öffentlicher Kommunikation gegenüber der starren Massenkommunikation, die linear von den Quellen über die prüfenden und selektierenden Gatekeeper-Medien zum dispersen Publikum führt. Ein wesentliches Merkmal des digitalen Wandels ist der Zuwachs an Handlungsmöglichkeiten. Das technische Potenzial des Internets übertrifft jenes seiner Vorgängermedien Presse und Rundfunk in der Sozial-, Raum-, Zeit- und Zeichendimension (Neuberger 2009, S. 22–31). Akteure verfügen über zahlreiche Optionen für rezeptives und – nun auch – kommunikatives Handeln, durch das sie untereinander flüchtige oder stabile, explizite oder implizite Verbindungen knüpfen können. Von dieser Erweiterung profitieren nicht nur die wenigen professionellen Journalisten,³ sondern prinzipiell alle Akteure, die über einen Zugang zum Internet verfügen. Beschreiben lässt sich diese variabelere Kommunikation als dynamisches Netzwerk (Friemel und Neuberger 2021, S. 89–92). Für die Erklärung der kollektiven und volatilen Dynamik der oft weitläufigen Interaktionszusammenhänge, die aus der breiten Beteiligung sowie dem Einfluss von Algorithmen resultiert, reichen einfache Kausalmodelle nicht mehr aus, wie sie in der Forschung über Wirkungen der Massenmedien auf einzelne, passive Rezipienten gängig sind. Kommunikationsnetzwerke können als selbstorganisierte, komplexe Systeme verstanden werden (Monge und Contractor 2003, S. 79–98; Neuberger 2017a, S. 558–564; Waldherr 2017; Waldherr et al. 2021, S. 158–161). Vor allem *Plattformen*, zu denen soziale Medien und Suchmaschinen zählen, haben Beteiligungsmöglichkeiten für ein breites Publikum erweitert. Die Ausdehnung der Handlungsoptionen wird von der Automatisierung öffentlicher Kommunikation begleitet: Algorithmen ersetzen, ergänzen und lenken menschliches Handeln, wenn sie z. B. Angebote personalisieren oder Texte generieren (Diakopoulos 2019).⁴ Beim Sammeln und Auswerten von Daten für Verhaltensprognosen folgen Plattformen ökonomischen Imperativen (Zuboff 2018).

Insgesamt entsteht durch die Digitalisierung eine *hybride Öffentlichkeit*, in der unterschiedliche Logiken neben- und miteinander wirken (Chadwick 2013). Dabei werden Grenzen überschritten oder unscharf. Durch den Kollaps der Kontexte im Internet (Davis und Jurgenson 2014) werden Grenzen durchlässiger, z. B. zwischen Öffentlichkeit und Privatheit, zwischen Journalismus, Werbung, politischem Aktivismus und Lebenswelt, sodass es in vielen Situationen an eindeutigen Erwartungsstrukturen mangelt. Welche Regeln gelten und wechselseitig Anerkennung finden, ist in der digitalen Öffentlichkeit oft nur schwer erkennbar. Ablesbar ist diese Institutionalisierungsschwäche auch an Angeboten mit uneindeutiger Identität (z. B.

³ Im Folgenden wird das generische Maskulinum benutzt, ausdrücklich ist immer sowohl die weibliche als auch die männliche Form gemeint.

⁴ Nassehi berücksichtigt in seiner Analyse der Digitalisierung nur diese datenbasierte Seite der Mustererkennung und des Latenzverlustes (Nassehi 2019, 2021a, S. 287–288), nicht aber diese andere, gewissermaßen analoge, Seite der Digitalisierung, die Zugangs- und Gestaltungs Offenheit (Neuberger 2019).

„Influencer“, „alternative Medien“, „Native Advertising“) und Formen der Identitätstauschung (z. B. Nygaard 2019).

Nicht nur in der Horizontalen lösen sich Strukturen auf, sondern auch in der Vertikalen: Unterhalb der Ebene der massenmedialen Öffentlichkeit liegen weitere *Ebenen der Öffentlichkeit*, wobei die Teilnehmerzahl und Rollenfixierung von oben nach unten abnehmen: von Themen- oder Versammlungsöffentlichkeiten als organisierten Ereignissen bis hin zu Encounter-Öffentlichkeiten, die spontan entstehen und wieder zerfallen (Gerhards und Neidhardt 1993, S. 63–67). Bislang wurden diese Ebenen als getrennt angesehen, wobei für den Wechsel – besonders in die massenmediale Öffentlichkeit – Zugangsschwellen überwunden werden mussten. Diese Ebenenarchitektur wird durchlässig, da in sozialen Medien durch virale Effekte eine Botschaft, z. B. ein Tweet, sehr schnell eine hohe Reichweite und enorme Aufmerksamkeit erzielen kann. Neben der großen, d. h. massenmedialen Öffentlichkeit entsteht eine Vielzahl – mehr oder weniger vernetzter – kleiner Öffentlichkeiten, wobei auch der Übergang zur Privatheit fließend ist. Plattformen haben einen expansiven Drang über den bisherigen Bereich der Öffentlichkeit hinaus zur generellen „Kuratierung sozialer Verhältnisse und sozialen Verhaltens“ (Dolata 2019, S. 195; H. i. O.). Zwar kann nun jeder publizieren, doch findet der Großteil des Publizierten nur wenig Aufmerksamkeit (Long Tail). Im Digitalen sind damit auch die Sichtverhältnisse differenzierter als in der massenmedialen Öffentlichkeit, was die Vorstellung eines gemeinsamen Raums der Öffentlichkeit noch zweifelhafter erscheinen lässt (Friemel und Neuberger 2021, S. 83–85).

Daran schließt die Frage an: Wie ändern sich Vermittlungsstrukturen und -leistungen in der digitalen Öffentlichkeit, wenn Gatekeeper als vermittelnde Dritte umgangen werden können? Bevor diese Frage erörtert wird, muss zunächst (Abschn. 3) ein allgemeines Verständnis der Vermittlung von Öffentlichkeit entwickelt werden (als Vorarbeiten vgl. Beck und Donges 2020; Hildebrandt und Schmitt 2014).

3 Vermittelnde Dritte

3.1 Vermittlung in Akteurskonstellationen

Ein erster Schritt ist die Analyse vermittelnder Dritter innerhalb einer Akteurskonstellation. Eine solche entsteht, sobald „die Intentionen von mindestens zwei Akteuren interferieren und diese Interferenz von den Beteiligten wahrgenommen wird“ (Schimank 2016, S. 202), sodass sie durch handelndes Zusammenwirken, mit- oder gegeneinander, versuchen, ihre Intentionen zu realisieren (Schimank 2016, S. 207–215). Mithilfe von Interaktionsmodi lassen sich solche Konstellationen in der Öffentlichkeit als Beobachtungs- und Beeinflussungsbeziehungen typisieren, wie z. B. Diffusion, Mobilisierung, Konflikt, Kooperation, Konkurrenz und Skandal, die sich u. a. nach der (ein- oder wechselseitigen) Kommunikationsrichtung, der Teilnehmerzahl (Dyade, Triade) und den Rollen unterscheiden lassen (Neuberger 2014, S. 571–577; Werron 2019, S. 19–21). Auch hier lässt sich an Simmel (1992) anknüpfen, nämlich an seine Unterscheidung sozialer Formen.

In den antagonistischen Konstellationen Konflikt und Konkurrenz können Dritte vermittelnd eingreifen. In diskursiv ausgetragenen *Konflikten*, in denen, anders als in der Konkurrenz, die Widersacher direkt aufeinandertreffen und interagieren, bestimmen Moderatoren den Rahmen, achten auf die Einhaltung von Normen und strukturieren den Interaktionsverlauf (Edwards 2002). Journalistische Moderation soll die individuelle und öffentliche Meinungsbildung im Vorfeld einer politischen Entscheidung fördern. In anderen Fällen wird auch die Entscheidung selbst an Dritte delegiert (Simmel 1992, S. 131). Im Rechtssystem urteilen Richter nach Maßgabe von Normen zwischen streitenden Parteien, während in der Mediation beide Seiten dem Ergebnis zustimmen müssen (Bröckling 2017, S. 155–160). In Sportwettkämpfen entscheiden Schiedsrichter als unparteiische Dritte (Werron 2019, S. 32). Schon die bloße Beobachtung durch Dritte als Publikum kann eine disziplinierende Wirkung auf die Kontrahenten haben (Heck 2016).

In der *Konkurrenz* als triadischer Konstellation kämpfen mindestens zwei Anbieter um die knappe Gunst des Publikums als lachenden Dritten. Vermittelt werden Konkurrenzen durch neutrale Beobachtungs-, Vergleichs- und Bewertungsinstanzen (Arora-Jonsson et al. 2020, S. 11–13; Werron 2012, S. 179). Dabei werden Vergleiche zwischen Leistungen der Konkurrenten gezogen, und zwar hauptsächlich standardisiert und quantifizierend (Heintz 2021; Mau 2017). Auch der Journalismus trägt dazu bei, indem er das Publikum über Qualität und Kosten verfügbarer Angebotsalternativen informiert. Dies ist eine notwendige Voraussetzung dafür, dass Konsumenten und Bürger als Publikum eine Wahl treffen sowie Wettbewerber wie Unternehmen und Parteien sich strategisch ausrichten können.

Die Konkurrenz ist jener Interaktionsmodus, der in allen Teilsystemen an Bedeutung gewinnt (Rosa 2006; Wetzel 2013, S. 21). Die Universalisierung des Wettbewerbs (Mau 2017, S. 17) darf nicht mit der Ökonomisierung gleichgesetzt werden, die davon nur eine spezifische Ausprägung ist (Schimank und Volkmann 2017, S. 34–49), da nicht nur um Geld als Tauschmittel, sondern auch um andere knappe Güter konkurriert wird, wie öffentliche Aufmerksamkeit und Akzeptanz, die ebenfalls leicht konvertierbar sind, z.B. in Macht und Geld. Als Prominenz und Reputation oder symbolisches Kapital können sie sich selbstbezüglich verstärken (Franck 1998, S. 115–126, 2005, S. 69–103). Konkurrenz expandiert in zuvor nicht vermessene Bereiche wie Bildung (Brankovic et al. 2018) und Lebenswelt (Mau 2017, S. 17). Forciert wird diese Expansion durch die Organisation öffentlich ausgetragener Wettbewerbe (wie im Fall von Rankings; Arora-Jonsson et al. 2020; Brankovic et al. 2018) und die leichte Verfügbarkeit digitaler Präferenzdaten (Mau 2017, S. 40–42), die in sozialen Medien algorithmisch aggregiert, publiziert und verglichen werden (z. B. Davidson und Ribak 2017).

Neben Konflikt und Konkurrenz lassen sich weitere Akteurskonstellationen um die Rolle des vermittelnden Dritten ergänzen: Vermittlung bei der *Diffusion* von Nachrichten ist die basale Leistung des Journalismus. Der Bote übermittelt Mitteilungen vom Sender zum Empfänger (Fischer 2006; Krämer 2008, S. 108–111). Gegenüber der Mitteilung soll sich der Bote indifferent und neutral verhalten (Krämer 2008, S. 117–119). Einen Schritt weiter gehen die journalistischen Rollen des Gatekeepers (Engelmann 2016), der entsprechend dem Nachrichtenwert selektiert,

und jene des Nachrichtenproduzenten, der Wissen über aktuelle Ereignisse recherchiert, prüft, auswählt und verbreitet (Neuberger et al. 2019).

Akteurskonstellationen sind in Teilsysteme eingebettet; so dominiert der Konflikt im politischen System und die Konkurrenz im ökonomischen System. Oder sie entstehen über ihre Grenzen hinweg (Schimank 2011). Die „gesellschaftsbildende Vermittlung“ (Simmel 1992, S. 125) muss daher vor allem an den Naht- und Bruchstellen der gesellschaftlichen Differenzierung ansetzen (Luhmann 1997, S. 612–613; Schimank 2007, S. 138–140). Der Journalismus besitzt die Funktion der aktuellen Selbstbeobachtung der Gesellschaft (Luhmann 1996, S. 173–175). Sachlich ist sein Themenspektrum daher universell: Nachrichten werden aus allen Teilsystemen aufgegriffen. Aktualität bemisst sich an der Gegenwartsnähe von Ereignissen und ihrer Relevanz (Merten 1973). Durch die periodische, zunehmend kontinuierliche Berichterstattung synchronisiert und koordiniert der Journalismus das gesellschaftliche Beobachten und Beeinflussen sowohl zwischen gesellschaftlichen Teilsystemen (Luhmann 1996, S. 29, 124–128) als auch innerhalb von Teilsystemen, d.h. zwischen Trägern von Leistungs- und Publikumsrollen. Dies führt zur Frage, wie intra-(3.2) und intersystemisch (3.3) vermittelt wird.

3.2 Intrasystemische Vermittlung

In allen gesellschaftlichen Teilsystemen lassen sich Vermittlungsrollen identifizieren, die intrasystemisch zwischen Akteuren in Leistungs- und Publikumsrollen vermitteln (Burzan et al. 2008, S. 15–44; Stichweh 2005, S. 20–31). Sie sind bislang nur jeweils spezifisch (in der jeweiligen Fachdisziplin) behandelt worden; es fehlt also eine übergreifende Systematik. Eine Recherche erbringt eine Fülle an Hinweisen auf „Tripolarismus“ (Helmstetter 2012, S. 968), beispielsweise in Politik, Wirtschaft und Kunst:⁵

- Im *politischen System* stehen intermediäre Organisationen, wie Parteien, Verbände und Bewegungen, zwischen Bürger und Staat (Peters 1993, S. 339–340; Rucht 2007; Steiner und Jarren 2009). Sie transformieren individuelle Präferenzen in kollektive Entscheidungen, indem sie die Vielzahl der Einzelinteressen bündeln, vertreten und durchsetzen (Donges und Jarren 2017, S. 99–109). Neben dieser Interessenvertretung gibt es neutrale journalistische Intermediäre für die Bereitstellung von Nachrichten und die Moderation des politischen Diskurses (Edwards 2002). Der Grad an Vermittlung durch Akteure und Verfahren kann variieren; niedrig ist er in der direkten Demokratie.⁶

⁵ Daneben gibt es Sonderfälle: In der Religion stehen Priester, Orakel und Engel zwischen Transzendenz und Irdischem, zwischen Göttern und Glaubensgemeinschaft (Krämer 2008, S. 125). In Wissenschaft (Kieserling 2010, S. 266, 268) und Intimbeziehung fehlt die Aufteilung in Leistungs- und Publikumsrolle (Stichweh 2005, S. 25–29). Wissenschaftler übernehmen abwechselnd alle drei Rollen: als Forschende, vermittelnde Prüfer (Peer Review) und Publikum. In Intimbeziehungen sind Gebende zugleich Nehmende; hier besteht punktuell Vermittlungsbedarf bei Anbahnung (Datingplattform, Standesbeamte), Sicherung (Paartherapeut) und Auflösung (Scheidungsanwalt).

⁶ Zur Unvermeidlichkeit des Vermittelten in der Politik vgl. Möllers (2020, S. 141–142). Zu Parteien und Medien als vermittelnde Institutionen der Demokratie und ihrem digitalen Wandel vgl. Müller (2021, S. S.117–170).

- Im *ökonomischen System* werden Marktinformationen (u. a. durch Medien, Ratingagenturen, Börsendienste und Verbraucherberatung) und Markttransaktionen (u. a. durch den Handel und Auktionen) zwischen Produzenten und Konsumenten vermittelt (Hess und von Walter 2006). Zwischen Unternehmen und anderen Stakeholdern gibt es weitere Intermediäre wie Wirtschaftsverbände, Gewerkschaften, Advocacy Groups, Regierungsstellen und Consulting-Firmen (Frandsen und Johansen 2015).
- Im *Kunstsystem* vermitteln etwa Museen, Galerien, Konzertagenturen, Kuratoren, Lektoren und Kritiker zwischen Künstlern und Publikum, indem sie Kunstwerke öffentlich präsentieren und vermarkten, über sie informieren und sie bewerten (z. B. Bhaskar 2016, S. 70–74; Reckwitz 2012, S. 115–119; Schmidt 1991, S. 272–286). Das Publikum benötigt Erläuterungen, um „komplexe, schwierige, unkonventionelle Kunst schätzen zu lernen“ (Gay 2008, S. 112). Kunstexperten besitzen zudem eine intersystemische „Maklerfunktion zwischen Wert und Sinn“ (Schmidt 2012, S. 941). Sie weisen nicht nur Reputation zu, sondern beeinflussen auch den Marktpreis (Beckert und Rössel 2004).⁷ Vermittlung bleibt nicht auf den engeren Bereich der Kunst beschränkt. Die Ästhetisierung und Singularisierung des Alltags hat die Bedeutung kultureller Intermediäre gesteigert (Bourdieu 1987, S. 510–511; Hesmondhalgh 2006; Smith Maguire und Matthews 2012, 2014), die bei der Kuratierung des eigenen Lebens helfen (Reckwitz 2017, S. 295–298) und „Bewertungsdiskurse“ (Reckwitz 2017, S. 14) über die Verteilung von symbolischem Kapital führen.

Eine Gemeinsamkeit der hier aufgezählten Vermittlungsrollen in Politik, Wirtschaft und Kunst besteht darin, dass sie zu großen Teilen in der Öffentlichkeit wirken. Auch der Journalismus vermittelt zwischen Leistungs- und Publikumsrollen (Neidhardt 1994, S. 12–17; Reich 2012), wobei er auch die anderen Vermittlungsakteure im Blick hat; damit leistet er eine Art Metavermittlung. Der Vermittlungsbedarf ist besonders in Politik, Wirtschaft, Kunst und Sport hoch, weil hier Anbieter für ein Massenpublikum standardisierte Leistungen bereitstellen. Das Verhältnis zum Publikum ist distanziert und anonym, vermittelt über Massenmedien und -märkte, wobei Abwanderung (exit) und Widerspruch (voice) als Reaktionen des Publikums nur aggregiert erfasst werden können (Bongaerts 2011, S. 123; Stichweh 2005, S. 20–25). Erst digital, d. h. gestützt auf Daten und Algorithmen, lassen sich Angebote massenhaft individualisieren.

In professionalisierten Teilsystemen, die sich mit der personalen Umwelt der Gesellschaft befassen (u. a. Religion, Erziehung, Gesundheit und Recht), ist journalistische Vermittlung dagegen weniger nachgefragt. Dort bearbeiten Professionsvertreter

⁷ Elias (1991, S. 61) hat am Beispiel Mozarts das Herauslösen aus der höfischen Patronage und das Entstehen eines freien Künstlertums analysiert, den „Übergang von der Handwerkerkunst zur Künstlerkunst“, die am anonymen Markt und an der medialen Öffentlichkeit orientiert ist. Vermittelnde Institutionen des Marktes und der Öffentlichkeit waren im späten 18. Jahrhundert in der Musik kaum ausgebildet (Veranstaltung von Konzerten und Opern für ein zahlendes Publikum, Musikverlage, Musikkritik). Dagegen verfügten Belletristik und Philosophie, gestützt auf Buchproduktion und -vertrieb, bereits über Institutionen und erreichten ein „breites und wachsendes bürgerliches Lesepublikum“ (Elias 1991, S. 20), was früher freie Schriftstellerexistenzen ermöglichte (Reckwitz 2012, S. 65–71).

Probleme zumeist individuell, in direkter Interaktion und unter Ausschluss der Öffentlichkeit (Neuberger 2016, S. 351–355). Allerdings haben Skandale in den letzten Jahren auch in diesen Teilsystemen zu mehr Transparenz geführt.

3.3 Intersystemische Vermittlung

Neben der Sozialintegration des Einzelnen in die Gesellschaft stellt sich die Frage nach der Systemintegration (Schimank 2013, S. 60–61). In der funktional differenzierten Gesellschaft fehlt eine ordnende Hand, die Leistungsbeziehungen zwischen Teilsystemen abstimmt: „Die Einheit der Gesellschaft löst sich polyperspektivisch und -kontextual auf. ... Es gibt kein gesamtgesellschaftliches Medium oder Subsystem für die Wahrnehmung der Teilsysteminterdependenzen“ (Schwinn 2011, S. 35–36). Akteure sind in eine Vielzahl von Teilsystemen über Leistungs- und Publikumsrollen eingebunden. Daraus ergibt sich die „multiple Partialinklusion des modernen Menschen in ein Dutzend Teilsysteme, die alle einer je eigenen selbstreferentiellen Operationslogik folgen“ (Burzan et al. 2008, S. 28). Weil er damit unterschiedliche, oft widersprüchliche Rollen übernimmt, verlagert sich die Integration der Teilsysteme in seine Lebensführung (Schimank 2003, S. 289–293; Schwinn 2003, S. 250–253).

Die „Disparatheit der unterschiedlichen Logiken“ der Teilsysteme führt zu einem „Übersetzungsproblem“ (Nassehi 2015, S. 258; zur Frage der Übersetzung vgl. auch Renn 2010). Diese Perspektivendifferenzen sollen sich am besten organisationsförmig übersetzen lassen (Nassehi 2017, S. 208) oder mithilfe von „netzwerkförmigen Querlogiken“ (Nassehi 2021b, S. 73), so der (allerdings noch recht vage) Vorschlag, der an das Konzept neokorporatistischer Verhandlungssysteme erinnert, in denen intersystemische Diskurse zur nichthierarchischen politischen Steuerung geführt werden (Scharpf 1988, 1991; Schimank 1992).

Dagegen ist die Frage noch wenig diskutiert worden, inwiefern der Journalismus intersystemisch vermittelt (Mölders 2019). Der Journalismus nimmt das eigene Publikum dominant als Publikum anderer Teilsysteme wahr. Universelle Medien, wie Tageszeitungen, bilden in ihren Binnenstrukturen (Ressorts, Sparten) die funktionale Differenzierung nach. Sie fassen jene Themen zu einem Produkt zusammen, z. B. einer Zeitungsausgabe oder Nachrichtensendung, die für das Rollenbündel von Relevanz sind, das sich aus der Partialinklusion in eine Vielzahl von Teilsystemen ergibt.

Weil jedes Teilsystem aus seiner spezifischen Perspektive Ereignisse konstruiert (Burzan et al. 2008, S. 18–19; Luhmann 1997, S. 753), sind journalistische Nachrichten dann am besten anschlussfähig, wenn sie sich auf die „rohen“ Fakten beschränken (orientiert an professionellen Normen wie Objektivität, Sachlichkeit und Neutralität), die dann erst teilsystemspezifisch weiterbearbeitet, d. h. bewertet und eingeordnet werden können. Redaktionen greifen daher „Ereignisse mit Mehrsystemzugehörigkeit“ (Kohring 2005, S. 262; H. i. O.) auf. Nachrichten zählen zu den „intermediären Wissenstypen, das heißt Wissen, das erforderlich ist, um Übersetzungen bzw. zumeist nur temporäre Verständigungen zwischen verschiedenen Handlungsbereichen zu ermöglichen“ (Weingart 2005, S. 352). Da Akteure aller Teilsysteme in verschiedenen Rollen über die universell berichtenden Massenme-

dien ihre Umwelt beobachten und beeinflussen, treffen im Journalismus vielfältige Ansprüche an die Rechtfertigung von Wissen und Wertungen aufeinander. Die journalistische Rationalität muss daher ein gesellschaftsweit akzeptierter, in alle Richtungen anschlussfähiger Minimalstandard sein (Neuberger 2017b, S. 417–420). Durch Vielfalt und Ausgewogenheit sollen diese Perspektiven zudem angemessen repräsentiert werden. Der investigative Journalismus geht zusätzlich von einer geteilten Moral aus, wenn er Missstände in der zivilen Öffentlichkeit skandalisiert (Alexander 2018) und durch Publizität zur Korrektur der Folgen funktionaler Differenzierung anregt (Mölders 2019).

4 Der digitale Wandel der Vermittlung von Öffentlichkeit

4.1 Digitalisierung des Journalismus

Die Spurensuche hat zu einer Vielzahl an Hinweisen auf Vermittlungsrollen in der funktional differenzierten Gesellschaft geführt, wobei der Journalismus lange Zeit zentral für die Vermittlung via Öffentlichkeit gewesen ist.⁸ Das Gatekeeper-Paradigma (charakterisiert durch die journalistische Profession, die Redaktion als Produktionsorganisation, den Einsatz von Massenmedien sowie die einseitige Diffusion (Nachrichtenfluss)) etablierte sich mit dem Aufkommen der Massenpresse im 19. Jahrhundert. Redaktionen traditioneller Massenmedien hatten bis Mitte der 1990er-Jahre ein Monopol, über den Zugang zur aktuellen Öffentlichkeit zu entscheiden. Erst das Internet hat das technische Nadelöhr beseitigt.

In der Netzwerköffentlichkeit des Internets kann nun auch an den journalistischen Vermittlern vorbei publiziert werden. Das Umgehen vermittelnder Dritter trifft auch andere Vermittler, wie politische Parteien und Handelsintermediäre (Shapiro 1999). Neben dem professionellen Journalismus sind außerdem neue Formen der partizipativen (Citizen Journalism) und algorithmischen Vermittlung (Computational Journalism) entstanden (zum Folgenden Neuberger 2009, S. 61–76, 2018b, S. 22–35). Nach den empirischen Befunden ist nicht von einer erheblichen Konkurrenz durch Laienkommunikatoren oder automatisierten Angeboten auszugehen. Amateure ergänzen den professionellen Journalismus (Bosshart 2017, S. 180–227; Engesser 2013, S. 53–104), etwa als Kulturkritiker (Knörer 2012) oder Lokalberichterstatter (Hyperlocal Journalism), oder sie verbinden sich mit ihm zu Hybridformen. Das Publikum wird in die verschiedenen Phasen der redaktionellen Produktion eingebunden (Bruns 2008; Engelke 2019) und kommentiert nach der Publikation journalistische Beiträge.⁹ Dadurch entsteht eine permanente Interaktion zwischen Journalismus und Publikum (Neuberger 2018b, S. 25–29). Auch der Computer wird in den Arbeitsprozess integriert: Im Computational Journalism wird er für das Finden von Themen,

⁸ Neben der funktionalen Differenzierung machen auch die anderen Differenzierungsformen (segmentär, stratifikatorisch, Zentrum/Peripherie) öffentliche Vermittlung notwendig (Jarren 2020).

⁹ Während hier der professionelle Journalismus von unbezahlter Arbeit profitiert, gibt es mit der Rolle des Parasiten als Drittem auch jene, die Journalismus imitieren oder seine Themen und Recherchen aufgreifen, ohne dazugehören (Bruns 2018, S. 48; Nordheim und Kleinen-von Königslöw 2021).

die Recherche, Verifizierung, Textproduktion, Distribution, Moderation und Publikumsbeobachtung eingesetzt (Diakopoulos 2019; Haim 2019).

An professioneller, partizipativer und algorithmischer Vermittlung sind auch *Plattformen* wie Facebook (und andere soziale Medien) sowie Google (und andere Suchmaschinen) beteiligt (Dolata 2019; Gillespie 2018; Jarren 2020): entweder direkt durch eigene algorithmische Selektion und Aggregation von – oft auch personalisierten – Nachrichten (z.B. im News Feed oder in Trending Topics) oder indirekt, indem Dritte Plattformen für die Produktion und Verbreitung von Nachrichten einsetzen. Auch der professionelle Journalismus bedient sich der Plattformen in vielfältiger Weise, z.B. für Recherche, Publikation, Publikumsmonitoring und Publikumsinteraktion (Neuberger 2018b, S. 22–35), außerdem fördern Plattformen den Journalismus finanziell (Bell 2018). Dadurch ist er in ein starkes Abhängigkeitsverhältnis von Plattformen geraten. Daneben aber verliert der Journalismus auf dem Werbemarkt durch die Konkurrenz zu den Plattformen in erheblichem Maße Umsätze. Deren ökonomisch motivierte Betreiber stehen der Qualität der präsentierten Inhalte mit einer „radikalen Indifferenz“ (Zuboff 2018, S. 577–586) gegenüber. Dennoch verschiebt sich die Nachrichtennutzung zunehmend von den Massenmedien ins Internet und dort wiederum in die sozialen Medien (Newman et al. 2021). Plattformen bieten eine offene, dezentrale, von einzelnen Gatekeepern nicht kontrollierbare Fläche, auf der Akteure auch unvermittelt und in variablen Konstellationen interagieren können.

4.2 Ziviler Umgang in der digitalen Öffentlichkeit

Digitale Plattformen integrieren auch die tieferen Ebenen von Öffentlichkeit. Während sich in der massenmedialen Öffentlichkeit publizistische Teilsysteme wie Journalismus und Unterhaltung mit professioneller, redaktionell organisierter Leistungserbringung herausgebildet haben, vermitteln in den kleinen, flüchtigen Encounter-Öffentlichkeiten meist keine personalen Dritten (eine Ausnahme stellt z.B. der Gastgeber auf einer Party dar), sondern die im Alltag als bekannt unterstellten, aber wenig formalisierten Höflichkeitsregeln (Takt, Benehmen) die Interaktionen unter Fremden, also die „Arten situativen Wohlverhaltens“, die man dem „sozialen Anlass schuldig ist“ (Goffman 2009, S. 201–202).

Diese vermittelnde Leistung der Regeln des zivilen Umgangs betont Plessner (2002, S. 40–41, 58–61) in seinem Essay über die „Grenzen der Gemeinschaft“, in dem er das Ethos der Gemeinschaft jenem der Gesellschaft gegenüberstellt,¹⁰ die er ebenfalls auf Zwei- und Dreiheit, auf Unvermitteltes (Rückhaltlosigkeit, Aufrichtigkeit, Authentizität und Reinheit nach innen, Dualismus, Radikalismus und Kompromisslosigkeit nach außen) und Vermitteltes (Öffentlichkeit, Distanz, Mitte, Maske, Rolle, Form, Nimbus, Takt, Zeremoniell, Kultivierung, Diplomatie) bezieht: „Immer ist Gemeinschaft kreisförmig gegen ein unbestimmtes Milieu abgeschlossene Sphäre der Vertrautheit. Ihr wesensnotwendiger Gegenspieler, Hintergrund, von dem

¹⁰ Die „Soziodizee des Gemeinschaftlichen“ kritisiert auch Nassehi (2021a, S. 302–309). Sie rückt Probleme in der Sozial- statt in der Sachdimension in den Mittelpunkt, wodurch die komplexen Folgen funktionaler Differenzierung aus den Augen geraten.

sie sich abhebt, ist die Öffentlichkeit, der Inbegriff von Leuten und Dingen, die nicht mehr ‚dazugehören‘, mit denen aber gerechnet werden muß“ (Plessner 2002, S. 48). In der Öffentlichkeit gelten die Regeln des Taktes, dort ist die „Hygiene größtmöglicher Schonung“ erforderlich: „Alles Ausdrückliche, jede eruptive Echtheit wird vermieden. Unwahrheit, die schont, ist immer noch besser als Wahrheit, die verletzt, Verbindlichkeit, die nicht bindet, aber das Beste“ (Plessner 2002, S. 107). Ähnlich diagnostizierte Sennett (1986[1974], S. 425) einen Verfall des öffentlichen Lebens, weil Intimität als „einziges Wahrheitskriterium“ betrachtet werde, und kritisierte eine „Kultur, die vom Glauben ans Unmittelbare, Immanente, Empirische geleitet ist“ (Sennett 1986, S. 350). Stattdessen sah er wie Plessner die Notwendigkeit einer Öffentlichkeit, in der sich Fremde mit Distanz, Höflichkeit, Geselligkeit, Ritual und Masken begegnen (Sennett 1986, S. 30–31; vgl. auch Simmel 2008, S. 161–162).

Ohne vermittelnde Dritte ist nicht nur die Kommunikation unter wenigen Anwesenden, sondern auch die sich spontan bildende Präsenzmasse (McPhail 1991). Im Internet sind unvermittelte Formen öffentlicher Kommunikation weit verbreitet (Neuberger 2017a, S. 557–558). Mobilisierten Massen (Chaotic Pluralism) mangelt es zumeist an der Fähigkeit zur organisatorischen Verstetigung, sie können aber zumindest kurzzeitig erhebliche Reichweite und Relevanz gewinnen (Margetts et al. 2016, S. 196–219; Neuberger 2017a). Das Zurückweichen traditioneller Vermittlungsstrukturen im Internet wird von einem Lob des Unvermittelten begleitet: Im digitalen Kontext werden das Authentische und die Geborgenheit „virtueller Gemeinschaften“ gesucht (Rheingold 1994, S. 16). Im Politischen zeigen sich Parallelen zwischen Populismus und Cyberaktivismus (de Saint Victor 2015, S. 31), weil beide vermittelnden Institutionen misstrauen (Müller 2016, S. 56–57; de Saint Victor 2015, S. 39). Vogl (2021, S. 157–182) diagnostiziert zudem eine Koinzidenz zwischen kommerziellen Plattforminteressen und Populismus, zwischen Kapitalismus und Ressentiment. Der „Verlockung des Unvermittelten“ gibt nach Möllers (2020, S. 141) bereits Carl Schmitt mit seiner Vorstellung einer Volksversammlung nach, „in der die Grenzen zwischen Volk und Herrscher im Akt der Akklamation aufgehoben werden“.

Die zivilisierende Kraft der Regeln des situativen Wohlverhaltens ist in sozialen Medien durch Bedingungen wie Anonymität, Deindividuation, das Fehlen sozialer Hinweise und Ausstrahlungseffekte einer negativen Diskussionskultur geschwächt (Kümpel und Rieger 2019, S. 14–15). Die empirische Deliberationsforschung zeigt, dass Respekt im Umgang zwischen Fremden und andere deliberative Qualitäten im Internet stark variieren und eher in professionell-journalistischen Angeboten zu finden sind als in sozialen Medien (z. B. Esau et al. 2020; Friess und Eilders 2015; Wessler 2018, S. 82–108). Als Reaktion auf die Verrohung des öffentlichen Diskurses finden sich neben journalistischer Moderation auch Formen des bürgerschaftlichen Engagements zur Zivilisierung des digitalen Raums wie Citizen Curation (Pedersen und Burnett 2018), Collective Civic Moderation (Friess et al. 2020), Corrective Action (Wintterlin et al. 2021), Civic Intervention (Porten-Cheé et al. 2020) und Peer-to-Peer Counter Propaganda (Haigh et al. 2018).

5 Neukonzeption von Vermittlungsleistungen

Daran schließt die Frage an, welche Vermittlungsleistungen in der digitalen Öffentlichkeit notwendig sind und wie geeignete Vermittlungsstrukturen beschaffen sein müssen (Neuberger 2020). Betrachtet man zunächst *Akteurskonstellationen*, so sind Diffusion und Konkurrenz zwei Interaktionsmodi, für welche einseitige Kommunikation ausreichend ist, weshalb sie eine hohe Affinität für Massenmedien besitzen (Neuberger 2014, S. 578–580). Partizipation und Interaktion, d. h. breite Beteiligung und wechselseitige Kommunikation, sind hingegen notwendige Voraussetzungen für Konflikt und Kooperation. Dafür schafft das Internet günstigere Voraussetzungen als Presse und Rundfunk, weshalb auch die *Moderation* als Vermittlungsleistung an Bedeutung gewonnen hat. Dabei geht es darum, zur Teilnahme an *Konflikten* in der demokratischen Meinungsbildung zu motivieren und Interaktionen zwischen den Diskutierenden so zu lenken, dass sie deliberativen Qualitätsansprüchen wie Rationalität, Respekt, Responsivität und Kohärenz gerecht werden. Die empirische Deliberationsforschung zeigt, dass die Diskursqualität von der Gestaltung von Online-Foren und den Teilnehmenden abhängt. Sie wird positiv beeinflusst, wenn die Kommunikation asynchron, nichtanonym, moderiert und thematisch fokussiert ist, wenn die Teilnehmer eine Diskussion als beeinflussbar wahrnehmen und wenn korrekte und relevante Informationen gepostet werden (Friess und Eilders 2015, S. 325–328). Auch der Moderationsstil beeinflusst die Diskursqualität (Friess und Eilders 2015, S. 326–327; Ziegele et al. 2018). *Kooperation* bedarf ebenfalls der moderierenden Vermittlung. Im Fall der Online-Enzyklopädie Wikipedia sind es die Beteiligten selbst, die die Regeln aushandeln, die für ihre Wissensarbeit gelten, und die ihre Einhaltung prüfen (Frost-Arnold 2019).

Im Internet adaptiert der Journalismus die Plattformlogik¹¹ und begreift sich zunehmend als Netzwerkjournalismus (Russell 2016), d. h. als Knoten in einem weit verzweigten, dezentralen und dynamischen Netzwerk, in dem er im permanenten Austausch mit Quellen und Publikum steht. Dadurch entwickelt sich auch die journalistische Basisleistung der *Diffusion* von Nachrichten von einem periodischen, einseitigen Vorgang, der nach Redaktionsschluss immer wieder von Neuem beginnt, zu einem kontinuierlichen Kreislauf, der an vielen Stellen durchlässig für Publikumsbeteiligung ist (Bruns 2018, S. 28–32; Engelke 2019). Journalistisches Selektieren und Prüfen erstreckt sich auch nicht mehr nur auf eigenes, sondern auch auf fremdpubliziertes Material. Weil nun jeder im Internet publizieren kann, steigt die Informationsmenge. Rezipienten haben zwar einen ungefilterten Zugriff auf eine Fülle von Angeboten, müssen aber Such-, Prüf- und Interpretationsaufgaben übernehmen – oder sie wieder an Vermittler delegieren. Der Unterschied zwischen dieser *Navigationsleistung* (Kuratieren; Bhaskar 2016; Gatewatching; Bruns 2018) sowie dem klassischen Gatekeeping besteht darin, dass extern (und nicht intern),

¹¹ Auch Parteien übernehmen die Logik der Plattformen (Gerbaudo 2019, S. 66–80), d. h., sie sammeln Daten, eröffnen eine unverbindliche Mitgliedschaft, stützen sich auf freiwillige Mitarbeit und versprechen mehr Partizipation – verdecken aber mit dieser Rhetorik fortbestehende Machtstrukturen, so Gerbaudo (2019, S. 77, 183–184). Statt flacher Hierarchien begünstigen soziale Medien den Aufstieg von Hyperleadern, charismatischen Führungsfiguren, wie beispielsweise Beppe Grillo (Gerbaudo 2019, S. 144–159).

nach der Veröffentlichung (und nicht vorher) sowie weich (und nicht hart) selektiert wird. Mit „weich“ ist gemeint, dass dem Publikum metakommunikative Empfehlungen in Form von Wegweisern oder Warnschildern (Fact-Checking) gegeben oder Auswahloptionen unterschiedlich auffällig und zugänglich platziert werden, ohne dass einzelne völlig ausgeschlossen werden (Nudging). Weiches Selektieren kann auf professioneller, aber auch partizipativer und algorithmischer Prüfung basieren (Keyling 2017).

Auch die *intrasystemische Vermittlung* in den Teilsystemen steht durch die Digitalisierung vor neuen Herausforderungen. Digital wird der „Aufstand des Publikums“ (Gerhards 2001) weiter gestärkt. In der Rolle als Bürger oder Verbraucher kann nicht nur einfacher öffentlich Kritik geübt werden, sondern das Publikum kann auch zum Konkurrenten professioneller Leistungserbringung werden (do it yourself). Die Abgrenzung zwischen Leistungs- und Publikumsrolle wird unscharf (Krämer 2020, S. 279–283). Es entstehen Hybridrollen wie Produser (Bruns 2008), Prosumer (Ritzer 2014) oder arbeitender Nutzer (Voß 2020). Zugleich sind Akteure in Leistungsrollen leichter in der Lage, unter Umgehung des Journalismus das Publikum zu manipulieren (Benkler et al. 2018). Aus Sicht der journalistischen Vermittlung sind die Förderung der Publikumsemanzipation (Moderation) und die Aufklärung über Propagandamaßnahmen (Navigation) zusätzliche Aufgaben.

Die Digitalisierung ändert auch das *Verhältnis zwischen gesellschaftlichen Teilsystemen*. Transparenz, Partizipation und Interaktion führen zu neuen grenzüberschreitenden Konstellationen. Dies lässt sich am Beispiel des Wissenschaftssystems erläutern (Neuberger et al. 2021). Einerseits öffnet es sich mithilfe des Internets gegenüber der Gesellschaft (z. B. durch Wissenschaftler, die in sozialen Medien kommunizieren, durch Open Access für wissenschaftliche Publikationen oder Citizen-Science-Projekte). Andererseits lässt es sich dadurch auch leichter beobachten, kritisieren und instrumentalisieren. Die Digitalisierung forciert die beiden gegenläufigen Tendenzen der Verwissenschaftlichung der Gesellschaft und der Vergesellschaftung von Wissenschaft (Weingart 2005). Phänomene, wie z. B. Plagiats-Wikis, können für beide Tendenzen stehen: Einerseits zeigen sie, dass die Geltung wissenschaftlicher Normen auch außerwissenschaftlich ernst genommen wird, wenn Dissertationen nach den systemeigenen Kriterien geprüft werden. Andererseits werden wissenschaftliche Normen politisch instrumentalisiert, wenn Kontrahenten durch einen Plagiatsnachweis skandalisiert werden sollen (Neuberger et al. 2021, S. 36–38). Digital werden Grenzverläufe zwischen den Teilsystemen auch deshalb unscharf, weil sich Pseudowissenschaft ungehindert verbreiten kann, die für Laien schwer als solche erkennbar ist (Oreskes und Conway 2012, S. 240–241). Konkurrenz durch „alternative“ Wissensformen, verbunden mit massiver Wissenschafts- und Medienkritik, ließ sich auch während der Coronapandemie beobachten (Pantenburg et al. 2021). Hier fällt (wissenschafts-)journalistischer Vermittlung die Aufgabe zu, Klarheit über Kontexte, Identitäten und Motive zu geben (Navigation) sowie einen offeneren Austausch mit der Wissenschaft zu moderieren.

6 Schluss

Wenn Signum der Moderne die Auflösung von Strukturen, die Dynamisierung von Prozessen und die Unsicherheit des Handelns sind (Beck et al. 2001), dann trägt die Öffentlichkeit als offener Raum der gesellschaftsweiten Beobachtung und Beeinflussung erheblich dazu bei. Darin entstehen Unruhe, Überraschung und Unsicherheit, zugleich werden sie darin auch bearbeitet. In der Ära der Massenmedien hat vor allem der professionelle Journalismus durch Umweltbeobachtung und Nachrichtenverbreitung Irritation in die Öffentlichkeit getragen, außerdem liefert er erste Deutungsangebote für das Tagesgeschehen (durch Kommentare und Hintergrundberichte). Die lineare Massenkommunikation, die sich an ein nur rezipierendes Publikum richtet, ist durch professionelle Gatekeeper-Medien vergleichsweise strukturiert. Seit Mitte der 1990er-Jahre trägt nun die Digitalisierung erheblich zur Dynamisierung, Grenzauflösung und Expansion von Öffentlichkeit bei. Damit verdoppelt sich die Verunsicherung, die über die Öffentlichkeit in die Gesellschaft getragen wird: Sie geht nicht mehr nur von den Nachrichten aus, die überraschende Ereignisse annonciieren, sondern von einer entfesselten Öffentlichkeit selbst, die den Eindruck erweckt, außer Kontrolle geraten zu sein (Pörksen 2018; Pörksen und Detel 2012).

Von hier lässt sich eine Linie zu den Krisensymptomen der digitalen Öffentlichkeit ziehen: Die Sicherung der Nachrichten- und Diskursqualität, die Vernetzung gegen einen Zerfall der Öffentlichkeit, die gleiche Beteiligung von Bevölkerungsgruppen, der Schutz der Privatheit und der respektvolle Umgang sind unzureichend bewältigte Aufgaben. Daran schließt die Ausgangsfrage nach Vermittlungsstrukturen und -leistungen in der digitalen Öffentlichkeit an. Die variablen und dynamischen intra- und intersystemischen Konstellationen müssen durch Moderation und Navigation vermittelt werden. Zugleich werden auch die Formen der Vermittlung vielfältiger; professionelle Vermittlung wird durch partizipative und algorithmische Formen ergänzt. Ein Journalismus, der sich ökonomisch in einer tiefen Krise befindet, und Plattformbetreiber, die sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nicht stellen, sind dafür allerdings schlechte Voraussetzungen. Dies lässt Alternativen wie den Vorschlag einer gemeinwohlorientierten Medienplattform attraktiv werden (Gostomzyk et al. 2021).

Der Wandel vom Gatekeeper- zum Netzwerk-Paradigma ist in zweifacher Weise unter Anknüpfung an Simmel analysiert worden: Soziale Formen oder Interaktionsmodi helfen, die Dynamik zwischen Akteuren zu systematisieren. Zudem wurde Simmels Hinweis auf den vermittelnden Dritten aufgegriffen, der je nach Interaktionsmodus unterschiedliche Leistungen erbringen soll. Eine theoretische und methodische Herausforderung stellt besonders die Interaktionsdynamik in der digitalen Öffentlichkeit dar (Neuberger 2017a). Ein nicht vorstrukturiertes, endogen getriebenes, zeitlich verdichtetes Interaktionsgeschehen findet sich auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen, z. B. bei der Eskalation von Gewalt (Hoebel und Knöbl 2019) oder bei den Spielzügen in Ballsportarten (Alkemeyer 2009). Daran ließe sich anknüpfen, wenn Diffusion, Konflikt oder Kooperation in der digitalen Öffentlichkeit analysiert werden.

Funding Open Access funding enabled and organized by Projekt DEAL.

Open Access Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

Literatur

- Albert, Mathias, Julia Engelschalt, Angelika Epple, Kai Kauffmann, Kerrin Langer, Malte Lorenzen, Torben Möbius, Thomas Müller, Leopold Ringel, Niko Rohé, Eleonora Rohland, Christopher Schulte-Schüren, Klaus Weinbauer, Thomas Welskopp und Tobias Werron. 2019. *Vergleichen unter den Bedingungen von Konflikt und Konkurrenz. Praktiken des Vergleichens*. Working Paper des SFB 1288, No. 1. Bielefeld: Universität Bielefeld.
- Alexander, Jeffrey. 2018. The societalization of social problems: Church pedophilia, phone hacking, and the financial crisis. *American Sociological Review* 83:1049–1078.
- Alkemeyer, Thomas. 2009. Handeln unter Unsicherheit – vom Sport aus beobachtet. In *Handeln unter Unsicherheit*, Hrsg. Fritz Böhle, und Margrit Wehrich, 183–202. Wiesbaden: VS.
- Aristoteles. 1983. *Nikomachische Ethik*. Stuttgart: Reclam.
- Arora-Jonsson, Stefan, Nils Brunsson und Raimund Hasse. 2020. Where does competition come from? The role of organization. *Organization Theory* 1:1–24.
- Beck, Klaus, und Patrick Donges. 2020. Vermittlung: Begriffe und Modelle für die Kommunikationswissenschaft. In *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre*, Hrsg. Otfried Jarren, und Christoph Neuberger, 21–50. Baden-Baden: Nomos.
- Beck, Ulrich, Wolfgang Bonß und Christoph Lau. 2001. Theorie reflexiver Modernisierung – Fragestellungen, Hypothesen, Forschungsprogramme. In *Die Modernisierung der Moderne*, Hrsg. Ulrich Beck, und Wolfgang Bonß, 11–59. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Beckert, Jens, und Jörg Rössel. 2004. Kunst und Preise. Reputation als Mechanismus der Reduktion von Ungewissheit am Kunstmarkt. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 56:32–50.
- Bell, Emily. 2018. The dependent press: How Silicon Valley threatens independent journalism. In *Digital dominance: The power of Google, Amazon, Facebook, and Apple*, Hrsg. Martin Moore, und Damian Tambini, 241–261. Oxford: Oxford University Press.
- Benkler, Yochai, Robert Faris und Hal Roberts. 2018. *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Bennett, W. Lance, und Steven Livingston. 2018. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication* 33:122–139.
- Bhaskar, Michael. 2016. *Curation. The power of selection in a world of excess*. London: Piatkus.
- Bongaerts, Gregor. 2011. Grenzsicherung in sozialen Feldern – Ein Beitrag zu Bourdieus Theorie gesellschaftlicher Differenzierung. In *Soziale Differenzierung. Handlungstheoretische Zugänge in der Diskussion*, Hrsg. Thomas Schwinn, Clemens Kroneberg und Jens Greve, 113–133. Wiesbaden: VS.
- Bosshart, Stefan. 2017. *Bürgerjournalismus im Web. Kollaborative Nachrichtenproduktion am Beispiel von „Wikinews“*. Konstanz: UVK.
- Bourdieu, Pierre. 1987. *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Brankovic, Jelena, Leopold Ringel und Tobias Werron. 2018. How rankings produce competition. The case of global university rankings. *Zeitschrift für Soziologie* 47:270–288.
- Bröckling, Ulrich. 2017. Mediation: Vermittlung als Befriedung. In *Gute Hirten führen sanft. Über Menschenregierungskünste*, Hrsg. Ulrich Bröckling, 140–174. Berlin: Suhrkamp.
- Bruns, Axel. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond. From production to produsage*. New York: Peter Lang.

- Bruns, Axel. 2018. *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. New York: Peter Lang.
- Bruns, Axel. 2019. *Are filter bubbles real?* Cambridge: Polity Press.
- Burzan, Nicole, Brigitta Lökenhoff, Uwe Schimank und Nadine M. Schöneck. 2008. *Das Publikum der Gesellschaft. Inklusionsverhältnisse und Inklusionsprofile in Deutschland*. Wiesbaden: VS.
- Chadwick, Andrew. 2013. *The hybrid media system. Politics and power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chadwick, Andrew. 2018. *The new crisis of public communication: Challenges and opportunities for future research on digital media and politics*. Loughborough. Loughborough University.
- Davidson, Shosh, und Rivka Ribak. 2017. „Yes, I’m worth it“: The economy of girls’ photo rating in social network sites. *Communication, Culture & Critique* 10:2–19.
- Davis, Jenny L., und Nathan Jurgenson. 2014. Context collapse: Theorizing context collusions and collisions. *Information, Communication & Society* 17:476–485.
- Diakopoulos, Niklas. 2019. *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Cambridge: Harvard University Press.
- Dolata, Ulrich. 2019. Plattform-Regulierung. Koordination von Märkten und Kuratierung von Sozialität im Internet. *Berliner Journal für Soziologie* 29:179–206.
- Donges, Patrick, und Otfried Jaren. 2017. *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 4. Aufl., Wiesbaden: Springer VS.
- Edwards, Arthur R. 2002. The moderator as an emerging democratic intermediary: The role of the moderator in internet discussions about public issues. *Information Polity* 7:3–20.
- Elias, Norbert. 1991. *Mozart. Zur Soziologie eines Genies*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Engelke, Katherine M. 2019. Online participatory journalism: A systematic literature review. *Media and Communication* 7:31–44.
- Engelmann, Ines. 2016. *Gatekeeping*. Baden-Baden: Nomos.
- Engesser, Sven. 2013. *Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web. Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse*. Wiesbaden: Springer VS.
- Entman, Robert M., und Nikki Usher. 2018. Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of Communication* 68:298–308.
- Enzensberger, Hans Magnus. 1991. Mittelmaß und Wahn. Ein Vorschlag zur Güte. In *Mittelmaß und Wahn. Gesammelte Zerstreungen*, Hrsg. Hans-Magnus Enzensberger, 250–276. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Esau, Katharina, Dannica Fleuß und Sarah-Michelle Nienhaus. 2020. Different arenas, different deliberative quality? Using a systemic framework to evaluate online deliberation on immigration policy in Germany. *Policy & Internet* 4:86–112.
- Fischer, Joachim. 2006. Das Medium ist der Bote. Zur Soziologie der Massenmedien aus der Perspektive einer Sozialtheorie des Dritten. In *Medien der Gesellschaft – Gesellschaft der Medien*, Hrsg. Andreas Ziemann, 21–41. Konstanz: UVK.
- Fischer, Joachim. 2010. Der lachende Dritte. Schlüsselfigur der Soziologie Simmels. In *Die Figur des Dritten. Ein kulturwissenschaftliches Paradigma*, Hrsg. Eva Erlinger, Tobias Schlechtriemen, Doris Schweitzer und Alexander Zons, 193–207. Berlin: Suhrkamp.
- Franck, Georg. 1998. *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser.
- Franck, Georg. 2005. *Mentaler Kapitalismus. Eine politische Ökonomie des Geistes*. München: Hanser.
- Frandsen, Finn, und Winni Johansen. 2015. Organizations, stakeholders, and intermediaries: Towards a general theory. *International Journal of Strategic Communication* 9:253–271.
- Friemel, Thomas, und Christoph Neuberger. 2021. Öffentlichkeit als dynamisches Netzwerk. In *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Hrsg. Mark Eisenegger, Marlis Prinzing, Patrik Ettlinger und Roger Blum, 81–96. Wiesbaden: Springer VS.
- Friess, Dennis, und Christiane Eilders. 2015. A systematic review of online deliberation research. *Policy and Internet* 7:319–339.
- Friess, Dennis, Marc Ziegele und Dominique Heinbach. 2020. Collective civic moderation for deliberation? Exploring the links between citizens’ organized engagement in comment sections and the deliberative quality of online discussions. *Political Communication* 38:624–646.
- Frost-Arnold, Karen. 2019. Wikipedia. In *The Routledge handbook of applied epistemology*, Hrsg. David Coady, und James Chase, 28–40. London, England: Routledge.
- Gay, Peter. 2008. *Die Moderne. Geschichte des Aufbruchs*. Frankfurt a. M.: S. Fischer.
- Gerbaudo, Paolo. 2019. *The digital party: Political organization and online democracy*. London: Pluto Press.
- Gerhards, Jürgen. 2001. Der Aufstand des Publikums. Eine systemtheoretische Interpretation des Kulturwandels in Deutschland zwischen 1960 und 1989. *Zeitschrift für Soziologie* 30:163–184.

- Gerhards, Jürgen, und Friedhelm Neidhardt. 1993. Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In *Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen*. Hrsg. Wolfgang R. Langenbucher, 52–88. 2. Aufl., Wien: Böhlau.
- Gillespie, Tarleton. 2018. *Custodians of the internet: Platforms, content, moderation, and the hidden decisions that shape social media*. New Haven: Yale University Press.
- Goffman, Erving. 2009. *Interaktion im öffentlichen Raum*. (Originalausgabe 1963). Frankfurt a. M.: Campus.
- Gostomzyk, Tobias, Otfried Jarren, Frank Lobigs und Christoph Neuberger. 2021. Neue kooperative Medienplattformen in einer künftigen Medienordnung. Wissenschaftliches Gutachten zum Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2021. Mitarbeit: Daniel Moßbrucker. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/medienbericht-1929738> (Zugegriffen: 1. Nov. 2021).
- Haigh, Maria, Thomas Haigh und Nadine I. Kozak. 2018. Stopping fake news: the work practices of peer-to-peer counter propaganda. *Journalism Studies* 19:2062–2087.
- Haim, Mario. 2019. *Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika: Anforderung, Antizipation, Anspruch*. Wiesbaden: Springer VS.
- Heck, Justus. 2016. Der beteiligte Unbeteiligte. Wie vermittelnde Dritte Konflikte transformieren. *Zeitschrift für Rechtssoziologie* 36:58–87.
- Heintz, Bettina. 2021. Kategorisieren, Vergleichen, Bewerten und Quantifizieren im Spiegel sozialer Beobachtungsformate. In *Soziale Praktiken des Beobachtens: Vergleichen, Bewerten, Kategorisieren und Quantifizieren*, Hrsg. Bettina Heintz, und Theresa Wobbe, 5–47. Sonderheft 61, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: Springer VS.
- Helmstetter, Rudolf. 2012. Wenn ich Ihnen einen guten Rat geben darf. Experten für erfolgreiches Leben im falschen. *Merkur* 66:957–970.
- Herrmann, Steffen. 2018. *Ich – Andere – Dritte. Eine Einführung in die Sozialphilosophie*. Freiburg: Alber.
- Hesmondhalgh, David. 2006. Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society* 28:211–231.
- Hess, Thomas, und Benedikt von Walter. 2006. Toward content intermediation: Shedding new light on the media sector. *The International Journal on Media Management* 8:2–8.
- Hildebrandt, Jan, und Marco Schmitt. 2014. Für eine Soziologie der Vermittlung. Position und Zurechnung in der kommunikativen Konstruktion sozialer Identitäten. In *Neue Impulse für die soziologische Kommunikationstheorie*, Hrsg. Thomas Malsch, und Marco Schmitt, 53–89. Wiesbaden: Springer VS.
- Hoebel, Thomas, und Wolfgang Knöbl. 2019. *Gewalt erklären! Plädoyer für eine erklärende Prozesssoziologie*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Imhof, Kurt. 2011. *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Jarren, Otfried. 2020. Gesellschaftliche Differenzierung und die Vermittlungsleistungen der publizistischen Medien. In *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre*, Hrsg. Otfried Jarren, und Christoph Neuberger, 51–92. Baden-Baden: Nomos.
- Jarren, Otfried, und Christoph Neuberger (Hrsg.). 2020. *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre*. Baden-Baden: Nomos.
- Jungherr, Andreas, Gonzalo Rivero und Daniel Gayo-Avello. 2020. *Retooling politics. How digital media are shaping democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Keyling, Till. 2017. *Kollektives Gatekeeping: Die Herstellung von Publizität in Social Media*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kieserling, André. 2010. Ausdifferenzierung von Konkurrenzbeziehungen. *Wirtschaft und Wissenschaft im Vergleich. Soziale Systeme* 16: 259–276.
- Kimmich, Dorothee. 2017. *Ins Ungefähre. Ähnlichkeit und Moderne*. Konstanz: Konstanz University Press.
- Knörer, Ekkehard. 2012. Demokratisierung der Kritik? Von Experten und Metaexperten. *Merkur* 66:945–956.
- Kohring, Mathias. 2005. *Wissenschaftsjournalismus. Forschungsüberblick und Theorieentwurf*. Konstanz: UVK.
- Konersmann, Ralf. 2021. *Welt ohne Maß*. Frankfurt a. M.: S. Fischer.
- Koschorke, Albrecht. 2010a. Ein neues Paradigma der Kulturwissenschaften. In *Die Figur des Dritten. Ein kulturwissenschaftliches Paradigma*, Hrsg. Eva Eßlinger, Tobias Schlechtriemen, Doris Schweitzer und Alexander Zons, 9–31. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Koschorke, Albrecht. 2010b. Institutionentheorie. In *Die Figur des Dritten. Ein kulturwissenschaftliches Paradigma*, Hrsg. Eva Eßlinger, Tobias Schlechtriemen, Doris Schweitzer und Alexander Zons, 49–64. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Krämer, Benjamin. 2020. *How to Do Things with the Internet. Handlungstheorie online*. Köln: von Halem.
- Krämer, Sybille. 2008. *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Kümpel, Anna Sophie, und Diana Rieger. 2019. *Wandel der Sprach- und Debattenkultur in sozialen Online-Medien: Ein Literaturüberblick zu Ursachen und Wirkungen von inziviler Kommunikation*. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Lindemann, Gesa. 2010. Statt der Dyade: die Ego-Alter-Tertius-Konstellation als konstitutive Bedingung von Sozialität. In *Theorien des Dritten. Innovationen in Soziologie und Sozialphilosophie*, Hrsg. Thomas Bedorf, Joachim Fischer und Gesa Lindemann, 161–188. München: Fink.
- Litt, Eden. 2012. Knock, knock. Who's there? The imagined audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56:330–345.
- Luhmann, Niklas. 1996. *Die Realität der Massenmedien*, 2. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas. 1997. *Die Gesellschaft der Gesellschaft: Zweiter Teilband*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Marcinkowski, Frank. 1993. *Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Margetts, Helen, Peter John, Scott Hale und Taha Yasseri. 2016. *Political turbulence: How social media shape collective action*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Mau, Steffen. 2017. *Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen*. Berlin: Suhrkamp.
- McPhail, Clark. 1991. *The myth of the madding crowd. Social institutions and social change*. New York: de Gruyter.
- Merten, Klaus. 1978. Kommunikationsmodell und Gesellschaftstheorie. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 30:572–595.
- Merten, Klaus. 1973. Aktualität und Publizität. Zur Kritik der Publizistikwissenschaft. *Publizistik* 18:216–235.
- Milo, Daniel S. 2019. *Good enough. The tolerance for mediocrity in nature and society*. Cambridge: Harvard University Press.
- Mölders, Marc. 2019. *Die Korrektur der Gesellschaft. Irritationsgestaltung am Beispiel des Investigativ-Journalismus*. Bielefeld: transcript.
- Möllers, Christoph. 2020. *Freiheitsgrade. Elemente einer liberalen politischen Mechanik*. Berlin: Suhrkamp.
- Monge, Peter R., und Noshir R. Contractor. 2003. *Theories of communication networks*. Oxford: Oxford University Press.
- Müller, Jan-Werner. 2016. *Was ist Populismus? Ein Essay*. Berlin: Suhrkamp.
- Müller, Jan-Werner. 2021. *Freiheit, Gleichheit, Ungewissheit. Wie schafft man Demokratie?* Berlin: Suhrkamp.
- Münkler, Herfried. 2012. *Mitte und Maß. Der Kampf um die richtige Ordnung*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Nassehi, Armin. 2015. *Die letzte Stunde der Wahrheit. Warum rechts und links keine Alternativen mehr sind und Gesellschaft ganz anders beschrieben werden muss*. Hamburg: Murmann.
- Nassehi, Armin. 2017. *Die letzte Stunde der Wahrheit. Kritik der komplexitätsvergessenen Vernunft*. Hamburg: Murmann.
- Nassehi, Armin. 2019. *Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft*. München: C. H. Beck.
- Nassehi, Armin. 2021a. *Unbehagen. Theorie der überforderten Gesellschaft*. München: C. H. Beck.
- Nassehi, Armin. 2021b. Im Land des Eigensinns. Möglichkeiten und Grenzen gesellschaftlicher Immunsysteme. *Kursbuch* 206:65–77.
- Neidhardt, Friedhelm. 1994. Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Hrsg. Jürgen Friedrichs, M. Rainer Lepsius und Friedhelm Neidhardt, 7–41. Sonderheft 34, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Neuberger, Christoph. 2009. Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In *Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung*, Hrsg. Christoph Neuberger, Christian Nuernbergk und Melanie Rischke, 19–105. Wiesbaden: VS.
- Neuberger, Christoph. 2014. Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 62:567–587.
- Neuberger, Christoph. 2016. Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft. In *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven*. Hrsg. Klaus Meier, und Christoph Neuberger, 341–371. 2. Aufl., Baden-Baden: Nomos.
- Neuberger, Christoph. 2017a. Die Rückkehr der Masse. Kollektivphänomene im Internet aus Sicht der Massen- und Komplexitätstheorie. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 65:550–572.

- Neuberger, Christoph. 2017b. Journalistische Objektivität. Vorschlag für einen pragmatischen Theorierahmen. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 65:406–431.
- Neuberger, Christoph. 2018a. *Was erwartet die Gesellschaft vom Internet – und was erhält sie? Ein normativer Kompass für Gestaltung und Regulierung*. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Neuberger, Christoph. 2018b. Journalismus in der Netzwerköffentlichkeit. Zum Verhältnis zwischen Profession, Partizipation und Technik. In *Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung*. Hrsg. Christian Nuernbergk, und Christoph Neuberger, 10–80. 2. Aufl., Wiesbaden: Springer VS.
- Neuberger, Christoph. 2019. Digitalität: Macht die digitale Revolution die Welt immer analoger? In *Zeitenwende: Kurze Antworten auf große Fragen der Gegenwart*, Hrsg. Jutta Allmendinger, Otfried Jarren, Christine Kaufmann, Hanspeter Kriesi und Dorothea Kübler, 69–77. Zürich: Orell Füssli.
- Neuberger, Christoph. 2020. Journalismus und digitaler Wandel: Krise und Neukonzeption journalistischer Vermittlung. In *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre*, Hrsg. Otfried Jarren, und Christoph Neuberger, 119–154. Baden-Baden: Nomos.
- Neuberger, Christoph, Anne Bartsch, Carsten Reinemann, Romy Fröhlich, Thomas Hanitzsch und Johanna Schindler. 2019. Der digitale Wandel der Wissensordnung. Theorierahmen für die Analyse von Wahrheit, Wissen und Rationalität in der öffentlichen Kommunikation. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 67:167–186.
- Neuberger, Christoph, Peter Weingart, Birte Fähnrich, Benedikt Fecher, Mike S. Schäfer, Hannah Schmid-Petri und Gert G. Wagner. 2021. *Der digitale Wandel der Wissenschaftskommunikation*. Berlin: Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften.
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andi, Craig T. Robertson und Rasmus Kleis Nielsen. 2021. Reuters Institute Digital News Report 2021. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf (Zugegriffen: 1. Nov. 2021).
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 2001. *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*, 6. Aufl., München: Langen Müller.
- Nordheim, Gerret von, und Katharina Kleinen-von Königslöw. 2021. Uninvited dinner guests: A theoretical perspective on the antagonists of journalism based on Serres' parasite. *Media and Communication* 9:88–98.
- Nygaard, Silje. 2019. The appearance of objectivity: How immigration-critical alternative media report the news. *Journalism Practice* 13:1147–1163.
- Oreskes, Naomi, und Erik M. Conway. 2012. *Merchants of doubt: How a handful of scientists obscured the truth on issues from tobacco smoke to global warming*. London: Bloomsbury.
- Pantenburg, Johannes, Sven Reichardt und Benedikt Sepp. 2021. Wissensparallelwelten der „Querdenker“. In *Die Misstrauensgemeinschaft der „Querdenker“*. Die Corona-Protteste aus kultur- und sozialwissenschaftlicher Perspektive. Hrsg. Sven Reichardt, 29–65. Frankfurt a. M.: Campus.
- Pedersen, Sarah, und Simon Burnett. 2018. „Citizen curation“ in online discussions of Donald Trump's presidency: Sharing the news on Mumsnet. *Digital Journalism* 6:545–562.
- Peters, Bernhard. 1993. *Die Integration moderner Gesellschaften*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Plessner, Helmuth. 2002. *Grenzen der Gemeinschaft. Eine Kritik des sozialen Radikalismus*. 1924. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Pörksen, Bernhard. 2018. *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*. München: Hanser.
- Pörksen, Bernhard, und Hanne Detel. 2012. *Der entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter*. Köln: von Halem.
- Porten-Cheé, Pablo, Marlene Kunst und Martin Emmer. 2020. Online civic intervention: A new form of political participation under conditions of a disruptive online discourse. *International Journal of Communication* 14:514–534.
- Reckwitz, Andreas. 2012. *Die Erfindung der Kreativität. zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp.
- Reckwitz, Andreas. 2017. *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Reich, Zvi. 2012. Journalism as bipolar interactional expertise. *Communication Theory* 22:339–358.
- Renn, Joachim. 2010. Koordination durch Übersetzung. Das Problem gesellschaftlicher Steuerung aus der Sicht einer pragmatischen Differenzierungstheorie. In *Soziologische Theorie kontrovers*. Hrsg. Gert Albert, und Steffen Sigmund, 311–327. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 50. Wiesbaden: VS.
- Rheingold, Howard. 1994. *Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn: Addison-Wesley.

- Ritzer, George. 2014. Prosumption: Evolution, revolution, or eternal return of the same? *Journal of Consumer Culture* 14:3–24
- Rosa, Hartmut. 2006. Wettbewerb als Interaktionsmodus. Kulturelle und sozialstrukturelle Konsequenzen der Konkurrenzgesellschaft. *Leviathan* 34:82–104.
- Rucht, Dieter. 2007. Das intermediäre System politischer Interessenvermittlung. In *Entgrenzte Demokratie? Herausforderungen für die politische Interessenvermittlung*, Hrsg. Otfried Jarren, Dominik Lachenmeier und Adrian Steiner, 19–32. Baden-Baden: Nomos.
- Russell, Adrienne. 2016. Networked journalism. In *The SAGE handbook of digital journalism*, Hrsg. Tamara Witschge, C. W. Anderson, David Domingo und Alfred Hermida, 149–163. London: SAGE.
- de Saint Victor, Jacques. 2015. *Die Antipolitischen*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Scharpf, Fritz W. 1988. Verhandlungssysteme, Verteilungskonflikte und Pathologien der politischen Steuerung. *Politische Vierteljahresschrift Sonderheft* 19:61–87.
- Scharpf, Fritz W. 1991. Die Handlungsfähigkeit des Staates am Ende des zwanzigsten Jahrhunderts. *Politische Vierteljahresschrift* 32:621–634.
- Schimank, Uwe. 1992. Determinanten sozialer Steuerung – akteurtheoretisch betrachtet. Ein Themenkatalog. In *Politische Steuerung. Steuerbarkeit und Steuerungsfähigkeit. Beiträge zur Grundlagendiskussion*, Hrsg. Heinrich Bußhoff, 165–192. Baden-Baden: Nomos.
- Schimank, Uwe. 2003. Theorie der modernen Gesellschaft nach Luhmann – eine Bilanz in Stichworten. In *Beobachter der Moderne. Beiträge zu Niklas Luhmanns „Die Gesellschaft der Gesellschaft“*, Hrsg. Hans-Joachim Giegel, und Uwe Schimank, 261–298. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Schimank, Uwe. 2007. *Theorien gesellschaftlicher Differenzierung*, 3. Aufl., Opladen: Leske + Budrich.
- Schimank, Uwe. 2011. Gesellschaftliche Differenzierungsdynamiken – ein Fünf-Fronten-Kampf. In *Soziale Differenzierung. Handlungstheoretische Zugänge in der Diskussion*, Hrsg. Thomas Schwinn, Clemens Kroneberg und Jens Greve, 261–284. Wiesbaden: VS.
- Schimank, Uwe. 2013. *Gesellschaft*. Bielefeld: transcript.
- Schimank, Uwe. 2016. *Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurtheoretische Soziologie*, 5. Aufl., Weinheim: Juventa.
- Schimank, Uwe, und Ute Volkmann. 2017. *Das Regime der Konkurrenz: Gesellschaftliche Ökonomisierungsdynamiken heute*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Schmidt, Siegfried J. 1991. *Grundriß der Empirischen Literaturwissenschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Schmidt, Thomas E. 2012. Der Kunstexperte. Kennerschaft und Authentizität. *Merkur* 66:933–944.
- Schwinn, Thomas. 2003. Differenzierung und soziale Integration. Wider eine systemtheoretische halbierte Soziologie. In *Beobachter der Moderne. Beiträge zu Niklas Luhmanns „Die Gesellschaft der Gesellschaft“*, Hrsg. Hans-Joachim Giegel, und Uwe Schimank, 231–260. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Schwinn, Thomas. 2011. Perspektiven der neueren Differenzierungstheorie. In *Soziale Differenzierung. Handlungstheoretische Zugänge in der Diskussion*, Hrsg. Thomas Schwinn, Clemens Kroneberg und Jens Greve, 421–432. Wiesbaden: VS.
- Sennett, Richard. 1986. *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Shapiro, Andrew L. 1999. *The control revolution. How the internet is putting individuals in charge and changing the world we know*. New York: Public Affairs.
- Simmel, Georg. 1992. *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Simmel, Georg. 2008. Soziologie der Geselligkeit. In *Individualismus der modernen Zeit und andere soziologische Abhandlungen*, Hrsg. Georg Simmel, 159–173. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Smith Maguire, Jennifer, und Julian Matthews. 2012. Are we all cultural intermediaries now? An introduction to cultural intermediaries in context. *European Journal of Cultural Studies* 15:551–562.
- Smith Maguire, Jennifer, und Julian Matthews (Hrsg.). 2014. *The cultural intermediaries reader*. Los Angeles: SAGE.
- Steiner, Adrian, und Otfried Jarren. 2009. Intermediäre Organisationen unter Medieneinfluss? Zum Wandel der politischen Kommunikation von Parteien, Verbänden und Bewegungen. In *Politik in der Mediendemokratie*, Hrsg. Frank Marcinkowski, und Barbara Pfetsch, 251–269. Wiesbaden: VS.
- Stichweh, Rudolf. 2005. Inklusion in Funktionssysteme der modernen Gesellschaft. In *Inklusion und Exklusion. Studien zur Gesellschaftstheorie*, Hrsg. Rudolf Stichweh, 13–44. Bielefeld: transcript.
- Van Aelst, Peter, Jesper Strömbäck, Toril Aalberg, Frank Esser, Claes de Vreese, Jörg Matthes, David Hopmann, Susana Salgado, Nicolas Hubé, Agnieszka Stepińska, Stylianos Papathanassopoulos, Rosa Berganza, Guido Legnante, Carsten Reinemann, Tamir Sheafer und James Stanyer. 2017. Political communication in a high-choice media environment: A challenge for democracy. *Annals of the International Communication Association* 41:3–27.

- Vogl, Joseph. 2021. *Kapital und Ressentiment. Eine kurze Theorie der Gegenwart*. München: C. H. Beck.
- Voß, Gerd Günter. 2020. *Der arbeitende Nutzer. Über den Rohstoff des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Waldherr, Annie. 2017. Öffentlichkeit als komplexes System. Theoretischer Entwurf und methodische Konsequenzen. *Medien & Kommunikationswissenschaft* 62:534–549.
- Waldherr, Annie, Stephanie Geise, Merja Mahrt, Christian Katzenbach und Christian Nuernbergk. 2021. Toward a stronger theoretical grounding of Computational Communication Science. *Computational Communication Research* 3:1–28.
- Weingart, Peter. 2005. *Die Stunde der Wahrheit? Zum Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wissenschaft und Medien in der Wissensgesellschaft*. Weilerswist: Velbrück.
- Werron, Tobias. 2010. Direkte Konflikte, indirekte Konkurrenzen. Unterscheidung und Vergleich zweier Formen des Kampfes. *Zeitschrift für Soziologie* 39:302–318.
- Werron, Tobias. 2012. Wie ist globale Konkurrenz möglich? Zur sozialen Konstruktion globaler Konkurrenz am Beispiel des Human Development Index. *Soziale Systeme* 18:168–203.
- Werron, Tobias. 2019. Form und Typen der Konkurrenz. In *Auf den Spuren der Konkurrenz. Kultur- und sozialwissenschaftliche Perspektiven*, Hrsg. Karin Bürkert, Alexander Engel, Timo Heimerdinger, Markus Tauschek und Tobias Werron, 17–44. Münster: Waxmann.
- Wessler, Hartmut. 2018. *Habermas and the media*. Cambridge, UK: Polity.
- Wetzell, Dietmar J. 2013. *Soziologie des Wettbewerbs. Eine kultur- und wirtschaftssoziologische Analyse der Marktgesellschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Wintterlin, Florian, Lena Frischlich, Svenja Boberg, Tim Schatto-Eckrodt, Felix Reer und Thorsten Quandt. 2021. Corrective actions in the information disorder: The role of presumed media influence and hostile media perceptions for the countering of distorted user-generated content. *Political Communication* 38(6):773–791.
- Ziegele, Marc, Pablo Jost, Marike Bormann und Dominique Heinbach. 2018. Journalistic counter-voices in comment sections: Patterns, determinants, and potential consequences of interactive moderation of uncivil user comments. *SCM Studies in Communication and Media* 7:525–554.
- Zuboff, Shoshana. 2018. *Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus*. Frankfurt a. M.: Campus.

Christoph Neuberger 1964, Prof. Dr., Freie Universität Berlin, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Geschäftsführender Direktor, Weizenbaum Institut für die vernetzte Gesellschaft, Berlin. Forschungsgebiete: Digitaler Wandel von Öffentlichkeit, Medien und Journalismus. Letzte Buchveröffentlichungen: *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre*. Baden-Baden 2020 (als Hrsg. mit O. Jarren); *Der digitale Wandel der Wissenschaftskommunikation*. Berlin 2021 (mit P. Weingart, B. Fähnrich, B. Fecher, M. S. Schäfer, H. Schmid-Petri und G. G. Wagner).