

# Inhalt

---

<b>Vorwort und Dank</b> .....	9
<b>I Einleitung</b> .....	11
I.1 Problemstellung .....	12
I.2 Relevanz .....	14
I.3 Vorgehen .....	15
<b>II Zum Begriff der Öffentlichkeit</b> .....	17
II.1 «Öffentlichkeit» in Kommunikationswissenschaft und Soziologie .....	18
II.1.1 Der Idealtyp der «Öffentlichkeit» .....	18
II.1.2 Eine systemtheoretische Betrachtung von «Öffentlichkeit» .....	22
II.1.3 Analytische Sicht: Öffentlichkeitsebenen .....	24
II.1.4 Stärken und Schwächen klassischer Öffentlichkeitskonzepte .....	26
II.2 Der Strukturwandel der Öffentlichkeit .....	28
II.3 Die digitale Transformation der Öffentlichkeit .....	31
II.3.1 Netzwerkgesellschaft und -öffentlichkeit .....	32
II.3.2 Plattformöffentlichkeit und Plattformisierung .....	35
II.3.3 Herausforderungen digitaler Öffentlichkeit(en) .....	38
II.3.4 Zwischenfazit: «Digitale» vs. «klassische» Öffentlichkeitskonzepte ....	40
<b>III Zur Etablierung von Gegenöffentlichkeiten</b> .....	47
III.1 Der Gegenöffentlichkeitsbegriff .....	47
III.2 Sozialer Wandel als Bedingung .....	53
III.2.1 Aufschwung autonomer Öffentlichkeiten in Krisenphasen .....	53
III.2.2 Vom Aufstand zur Rückkehr der Massen .....	57
III.3 Medialer Wandel als Bedingung .....	63
III.4 Alternativmedien als Gegenöffentlichkeiten .....	65
III.4.1 Alternativmedien im digitalen Zeitalter .....	66
III.4.2 «Fake News», Desinformation und alternative Nachrichtenmedien .....	70
III.4.3 Verschwörungstheorien auf alternativen Nachrichtenmedien .....	75
III.4.4 Alles «Fake News» und Verschwörung? .....	78

<b>IV</b>	<b>Relationen zwischen Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit</b>	81
IV.1	Relationale Soziologie und digitale Räume	82
IV.1.1	Georg Simmel: Soziale Kreise	86
IV.1.2	Norbert Elias: Figurationen	88
IV.1.3	Pierre Bourdieu: Feldtheorie	90
IV.2	Relationen auf digitalen Plattformen	93
IV.2.1	Aktuelle Ansätze zur Untersuchung digitaler Netzwerke	93
IV.2.2	Relational soziologische Ansätze und ihre Anwendbarkeit auf die Untersuchung von digitalen Öffentlichkeiten	97
<b>V</b>	<b>Theoretische Zwischenbilanz und empirische Forschungsfragen</b>	101
V.1	Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit als relationale Theoriefiguren	101
V.2	Zum Stellenwert von Gegenöffentlichkeiten in digitalen Gesellschaften	104
V.3	Empirische Forschungsfragen	106
<b>VI</b>	<b>Methodisches Design und Datenerhebung</b>	109
VI.1	Sampling alternativer Online-Nachrichtenmedien im DACH-Raum	110
VI.2	Qualitative Analyse alternativer Newswebsites	112
VI.3	Datenerhebung auf Twitter	115
VI.4	Relationale Analyse der Digitalplattform Twitter	120
<b>VII</b>	<b>Datenauswertung und Resultate</b>	125
VII.1	FF1: Bestandsaufnahme alternativer Online-Nachrichtenmedien im DACH-Raum – Ein deskriptiver Überblick	125
VII.2	FF2: Typologie alternativer Nachrichtenmedien	130
VII.2.1	Offenes Kodieren	131
VII.2.2	Axiales Kodieren	133
VII.2.3	Selektives Kodieren und Theoriebildung	143
VII.2.4	Zusammenfassung: Typologie alternativer Nachrichtenmedien	174
VII.3	FF3: Twitter-Netzwerke alternativer Nachrichtenmedien	180
VII.3.1	Follower-Netzwerkstrukturen	185
VII.3.2	Retweet-Netzwerkstrukturen	198
VII.3.3	Zwischenfazit: Netzwerkstrukturen alternativer Nachrichtenmedien	210
VII.4	FF4: Relationen alternativer Nachrichtenmedien in der Twittersphäre	212
VII.4.1	Engagement-Driver	216
VII.4.2	Demonstration der Alternative	222
VII.4.3	Homophilie	226
VII.4.4	Länderübergreifende Vernetzung	229
VII.4.5	Bezugnahme auf Politik/Politiker_innen	229
VII.4.6	Bezugnahme auf gesellschaftliche Akteur_innen/Organisationen	230
VII.4.7	Bezugnahme auf Expert_innen/Wissenschaftler_innen	233

VII.4.8	Bezugnahme Typ I – Mainstream .....	235
VII.4.9	Bezugnahme Typ II – Mainstream .....	236
VII.4.10	Bezugnahme Typ III – Mainstream .....	237
VII.4.11	Bezugnahme Typ IV – Mainstream .....	238
VII.4.12	Media-Watchdogs .....	239
VII.4.13	Bezugnahme Mainstream – Alternativmedien .....	240
VII.4.14	Zwischenfazit: Relationen alternativer Nachrichtenmedien und theoretische Einordnung .....	241
<b>VIII</b>	<b>Ergebnisdarstellung und Fazit .....</b>	<b>247</b>
VIII.1	Gesamtresümee .....	248
VIII.2	Limitationen .....	257
VIII.3	Ausblick .....	261
<b>Literatur</b>	.....	<b>265</b>
<b>Anhang 1a: Sample alternativer Nachrichtenmedien</b>	.....	<b>289</b>
<b>Anhang 1b: URLs deutschsprachiger (professioneller) Nachrichtenmedien</b>	.....	<b>299</b>
<b>Anhang 2a: Follower-Netzwerk (Alternative Nachrichtenmedien)</b>	.....	<b>307</b>
<b>Anhang 2b: Follower-Netzwerk (Alternative und professionelle Nachrichtenmedien)</b>	.....	<b>311</b>
<b>Anhang 2c: Retweet-Netzwerk (Alternative Nachrichtenmedien)</b>	.....	<b>317</b>
<b>Anhang 2d: Retweet-Netzwerk (Alternative und professionelle Nachrichtenmedien)</b>	.....	<b>323</b>

