Konflikt, Konkurrenz und Kooperation

Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit

Christoph Neuberger*

Das Internet hat die Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten im Rahmen der öffentlichen Kommunikation erheblich erweitert. Um der gewachsenen Komplexität des kommunikationswissenschaftlichen Beobachtungsfeldes gerecht zu werden, wird hier vorgeschlagen, die relationale und dynamische Analyse öffentlicher Kommunikation mit Hilfe von Interaktionsmodi weiterzuentwickeln. Interaktionsmodi wie Konflikt, Konkurrenz und Kooperation sind basale Akteurkonstellationen, die sich u. a. über die Zahl der Beteiligten (Dyade, Triade) sowie durch direkte und indirekte, ein- und wechselseitige, punktuelle und sequenzielle, ein- und mehrstufige Kommunikation idealtypisch unterscheiden lassen. Diskutiert werden die drei Modi für unterschiedliche teilsystemische und mediale Kontexte. Traditionelle Massenmedien fördern die mehrdimensionale Universalisierung der Konkurrenz, die lediglich einseitige Beobachtungs- und Beeinflussungsbeziehungen erfordert. Das Internet unterstützt wechselseitige, mehrstufige und sequenzielle Kommunikation, wie sie für Konflikte und Kooperationen charakteristisch ist. Abschließend werden Hinweise zur theoretischen Erweiterung und empirischen Anwendung gegeben.

Schlüsselwörter: Konflikt, Konkurrenz, Kooperation, Interaktionsmodi, Netzwerköffentlichkeit

1. Notwendigkeit einer Neuorientierung

Öffentliche Kommunikation ist durch das Internet variantenreicher geworden. Sein technisches Potenzial bietet in der Sozial-, Zeit-, Raum- und Zeichendimension deutlich mehr Optionen als ältere Medien (Neuberger 2009: 25f.; van Dijk 2012: 14-18). In der Sozialdimension, die hier im Mittelpunkt steht, erlaubt es u. a. den flexiblen Wechsel zwischen der Kommunikator- und Rezipientenrolle sowie die Beteiligung einer großen Zahl von Akteuren in der Kommunikator- und Anbieterrolle. Das technische Potenzial des Internets vereinfacht wechselseitige, mehrstufige und sequenzielle Kommunikation,[1] wobei es von dessen selektiver Aneignung abhängt, ob dieses Potenzial auch aus-

* Für hilfreiche Kommentare danke ich Hans-Jürgen Bucher, Ines Engelmann, Andreas Hepp, Sonja Kretzschmar, Manuel Wendelin und den anonymen Gutachtern!

1 Kommunikationsakte lassen sich auf der Mikroebene wie folgt unterscheiden: „Einseitige Kommunikation" ist auf Mitteilungen von A an B beschränkt. „Wechselseitige Kommunikation" (= interaktive Kommunikation i. e. S. nach Rafaeli 1988; Rafaeli & Sudweeks 1996) meint, dass A etwas B mitteilt und darauf B durch eine an A adressierte Mitteilung reagiert usw. „Mehrstufige Kommunikation" (= Diffusion; Karnowski 2011) bedeutet, dass A etwas B mitteilt und darauf B durch eine an C adressierte Mitteilung reagiert usw. „Einstufige Kommunikation" bricht nach einer Stufe (A an B) ab. „Punktuelle Kommunikation" ist auf einen Akt beschränkt. Dagegen ist „sequentielle Kommunikation" eine längere Verkettung von Akten, die wechselseitig oder mehrstufig ablaufen kann. Diese Verkettung kann zeitlich unmittelbar (synchron) oder verzögert (asynchron) stattfinden. Neben direkter Interaktion (die vorliegt, wenn etwa B auf die Frage von A antwortet) können auch indirekte, über mehrere Stufen verlaufende Wechselbeziehungen in

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

geschöpft wird. Dagegen dominiert in den traditionellen Massenmedien die einseitige, einstufige und punktuelle Kommunikation von wenigen Medienanbietern zum Massenpublikum.

Durch den Medienwandel sieht sich die Kommunikationswissenschaft – systemtheoretisch formuliert – vor die Aufgabe gestellt, die wachsende Umweltkomplexität in ihrem Beobachtungsfeld durch eine höhere Eigenkomplexität ihrer Begriffe, Modelle, Theorien und Methoden wieder in den Griff zu bekommen. Dafür können die herkömmlichen Ansätze, die in der Auseinandersetzung mit traditionellen Massenmedien entstanden sind, der neuen Umgebung angepasst werden (z. B. Jandura, Fahr & Brosius 2013). Hier wird ein anderer Weg eingeschlagen: Ausgangspunkt sind die analytischen Probleme, denen die – teils noch zu entwickelnden – Beobachtungs- und Deutungsinstrumente der Kommunikationswissenschaft gerecht werden müssen (mit ähnlicher Stoßrichtung: Hepp & Hasebrink 2014a, b).

– Im Internet werden *Rollen* für Akteure leichter zugänglich und variabler kombinierbar. Deshalb müssen sie differenzierter als bisher betrachtet werden. Rollen lassen sich auf der gesellschaftlichen Makro-, Meso- und Mikroebene unterscheiden (Tab. 1). Für die Einteilung dieser Ebenen gibt es unterschiedliche Vorschläge (Quandt & Scheufele 2011). Hier wird Schimanks (2010: 204-206) Differenzierung in Deutungs-, Erwartungs- und Konstellationsstrukturen gefolgt: Auf der Mikroebene treffen Akteure in Konstellationen aufeinander, wobei es sich dabei um individuelle, kollektive oder korporative Akteure handeln kann. Im Kommunikationsakt lassen sich Kommunikator- und Rezipientenrolle unterscheiden. In Akteurkonstellationen können hier – je nach Interaktionsmodus – zusätzlich Rollen wie Kontrahent, Konkurrent oder Kooperationspartner differenziert werden (Tab. 2). Auf der Mesoebene werden solche Konstellationen gerahmt, und zwar durch Angebote, die wiederum Formaten zugeordnet werden können. Darin sind die Möglichkeit der Beteiligung an öffentlicher, medienvermittelter Kommunikation und deren Ablauf institutionell festgelegt, und zwar primär durch die Anbieter, während Nutzer den Regeln folgen sollen. Dies schafft Erwartungssicherheit, stabilisiert aber auch Einflussdifferenzen. Auf der Makroebene wird die grundlegende Orientierung eines Teilsystems bestimmt, und zwar u. a. durch die darin zu erbringenden Leistungen. Hier wird entsprechend zwischen Leistungserbringern und Leistungsempfängern (= Publikum) unterschieden. Über die Ebenen hinweg ist eine Vielzahl an Rollenkombinationen denkbar, deren Realisierbarkeit aber durch die technischen Optionen von Medien und ihren institutionellen Gebrauch beschränkt sind. So ist dem Publikum in Presse und Rundfunk nahezu ausschließlich der Zugang zur Rezipienten- und Nutzerrolle möglich. Im Internet kann es dagegen auch die Kommunikator- und Anbieterrolle einnehmen. Nutzer einer Website können auch Kommunikatoren sein, wenn sie z. B. einen Artikel kommentieren. Darüber hinaus können Laien leichter von der Publikumsrolle in sekundäre Leistungsrollen wechseln. Dies lässt sich etwa im Journalismus beobachten (Citizen Journalism).
– Zudem wächst die Vielfalt möglicher *Relationen* zwischen den Akteuren. Die Grundkonstellation auf der Makroebene des Teilsystems „Journalismus“ lässt sich als Drei-

einem größeren Netzwerk entstehen. Die Bedeutung der Wörter „Interaktion“ (= Wechselwirkung), „interaktive Kommunikation“ (= wechselseitige Bezugnahme zwischen Mitteilungen in der Humankommunikation) und „Interaktivität“ (= technisches Potenzial von Medien zur Ermöglichung interaktiver Kommunikation) wurde in den letzten Jahren vielfach diskutiert (als Überblick Neuberger 2007a); sie wurden aber selten theoretisch eingebettet und empirisch angewendet (Walther, Gay & Hancock 2005: 642).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

eck aus Journalismus, Sprechern (die vor allem Leistungserbringer von Teilsystemen repräsentieren) und Publikum darstellen:[2] Während sich in den traditionellen Massenmedien die öffentliche Kommunikation auf die einseitige Beziehungsrichtung vom Journalismus zum Publikum beschränkt, rücken im Internet alle drei Beziehungen ins Licht der Öffentlichkeit, wobei Kommunikation in jeweils beiden Richtungen technisch möglich ist. Leichter verwirklichbar geworden ist auch die direkte Beziehung zwischen Trägern von Leistungs- und Publikumsrollen (Disintermediation), weil sich journalistische Gatekeeper umgehen lassen.

– *Kommunikationsdynamik* muss nun in größeren zeitlichen, räumlichen, sozialen und sachlichen Zusammenhängen betrachtet werden. Im Internet sind die mehrstufige Verbreitung von Mitteilungen (Diffusion), z. B. durch Retweets, sowie der wechselseitige Austausch von Mitteilungen zwischen zwei und mehr Akteuren (Interaktion i. e. S.), z. B. in Forendiskussionen, eher anzutreffen als in den traditionellen Massenmedien. Die wechselseitige und mehrstufige Kommunikation ist dagegen im Rahmen und im Umfeld der traditionellen Massenmedien nur ein Randphänomen. Die Lehrbuchmodelle der Massenkommunikation von Westley & MacLean (1957: 37) und Maletzke (1963: 41) enthalten zwar eine Feedbackschleife vom Publikum zum Medienanbieter, weil aber die Massenmedien über keinen eigenen Rückkanal für das Publikum verfügen, muss dafür das Medium gewechselt werden (Telefon, Brief, Second Screen etc.). Anschlusskommunikation im Publikum, wie sie z. B. im Two-Step-Flow-Ansatz untersucht wird (Schenk 1995), verläuft weitgehend nicht-öffentlich. Gleiches gilt für Interaktionen zwischen Sprechern (Public Relations) und Journalisten. Interaktionsformate wie Talkshows präsentieren Face-to-Face-Kommunikation zwar als massenmediales Angebot, doch mit einer kleinen Zahl an Beteiligten. Neben der Einseitigkeit der Publikationsrichtung ist auch die Periodizität der traditionellen Massenmedien ein Hindernis für Interaktion: Es entstehen zeitliche Lücken, sodass Bezugnahmen auf frühere Mitteilungen, die nicht mehr präsent sind, explizit gemacht werden müssen. In Presse und Rundfunk bleiben deshalb viele Mitteilungen punktuelle Akte ohne weitere Vernetzung. Dagegen werden im Internet längere Interaktions- und Diffusionssequenzen durch synchrone Kommunikationsmöglichkeiten (wie in Chats) und Vernetzungstechniken (wie Hyperlink und Retweet) begünstigt. Ausgangspunkt von Themenkarrieren sind im dezentralen Internet nicht mehr nur reichweitenstarke Medienanbieter. Weil Anschlusskommunikation dort häufig öffentlich stattfindet, ist auch mit schnelleren und vielfältigeren Reaktionen als in den traditionellen Massenmedien zu rechnen (Wendelin 2014). Die oft überraschend ausgelöste, rasch ablaufende und weit reichende Interaktions- und Diffusionsdynamik im Internet, für die Bezeichnungen wie Viralität (Nahon & Hemsley 2013), Erregungswellen (Pörksen & Detel 2012), Shitstorms (Folger 2014) oder Logic of Connective Action (Bennett & Segerberg 2012) verwendet werden, muss beschrieben und erklärt werden.

Bisher ist es eine weitgehend offene Frage, wie unter den geschilderten Bedingungen öffentliche Kommunikation verläuft und welche Folgen sie hat. Die *Kommunikationswissenschaft* ist für die Analyse von Relationen und Dynamik aber noch unzureichend gerüstet:

2 Dieses in der Literatur oft verwendete Dreieck findet sich bereits bei Manheim (1987). „Publikum" ist hier im doppelten Sinn als Publikum des Journalismus und anderer Teilsysteme gemeint. Diese Mehrfachinklusion über die Publikumsrolle trifft jedenfalls auf die deutliche Mehrheit der Akteure zu.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 1: Rollen auf den gesellschaftlichen Ebenen (Neuberger 2007b: 256-258; Neuberger 2008: 25-27)

Makroebene	Kontext eines **Teilsystems**	Leistungsrolle (Leistungserbringer) – Publikumsrolle (Leistungsempfänger)
	Teilsystem Journalismus	Journalist – Publikum (inkludiert als Nutzer auf der Mesoebene sowie als Rezipienten und Kommunikatoren [„Sprecher"] auf der Mikroebene)
	andere Teilsysteme	spezifische Leistungs- und Publikumsrollen, z. B. Politiker – Bürger, Produzent – Konsument
Mesoebene	Kontext eines **Angebots**	Anbieter – Nutzer
Mikroebene	Kontext des **Kommunikationsaktes**	Kommunikator – Rezipient
	Kontext der **Akteurkonstellation**	Konkurrenten, Kontrahenten, Kooperationspartner etc.

– *Relationen:* In der Kommunikationswissenschaft dominieren Ansätze, die sich mit einseitiger, einstufiger und punktueller Massenkommunikation befassen. Untersucht werden z. B. primär solche Wirkungen, die sich aus dem direkten Kontakt zwischen Medienangebot und Rezipienten ergeben. Außerdem werden Kommunikator und Rezipienten zumeist in eigenen Forschungsfeldern untersucht, etwa in der Wirkungs-, Nutzungs- und Journalismusforschung, was die Möglichkeit der Erfassung von Interaktion und Diffusion von vornherein ausschließt, weil für beide der Wechsel zwischen diesen Rollen erforderlich ist. Diese Spaltung betrifft auch die theoretische Grundlage: Der Kommunikator wird vor allem systemtheoretisch auf der Makroebene (Journalismus als Teilsystem) und Mesoebene (Redaktion), das Publikum (Rezipienten) primär akteurstheoretisch auf der Mikroebene verortet (zur Überwindung dieser Spaltung Loosen & Schmidt 2012, Loosen & Dohle 2014).
– *Dynamik:* Forschung zur Dynamik der öffentlichen Kommunikation in den traditionellen Massenmedien findet sich zu Themenkarrieren (als Überblick Kolb 2005: 41-100; Waldherr 2012: 17-37; Miltner & Waldherr 2013: 273f.). Die idealtypischen Phasenmodelle z. B. des Themenzyklus (Downs 1972; Luhmann 1974: 41f.), von publizistischen Konflikten (Kepplinger 1994: 229-231), der Kriegsberichterstattung (Miltner& Waldherr 2013) oder des Issues Management (Ingenhoff & Röttger 2006) sind bisher selten empirisch getestet worden – und wenn, dann zumeist nur an einem Thema. Abweichungen vom Idealtyp und Determinanten des Verlaufs sind deshalb wenig erhellt (zur Kritik: Jann & Wegrich 2002: 81, 96; Jarren & Donges 2011: 209f.; Waldherr 2012: 35-37). In der Diffusionsforschung wird der Grad der Verbreitung von Innovationen durch Publikumsbefragungen beschrieben und erklärt (Karnowski 2011). Im Agenda-Setting- oder im Schweigespiral-Ansatz, in denen die Dynamik ebenfalls eine Rolle spielt, werden Veränderungen nicht kontinuierlich, sondern nur zu einzelnen Zeitpunkten inhaltsanalytisch erfasst (Schenk 2007: 455-458, 527).

Die Kommunikationswissenschaft sieht sich vor diesem Hintergrund gegenwärtig mit einer methodischen und einer theoretischen Herausforderung konfrontiert:

– Für die *methodische Erfassung* der Beziehungen zwischen Akteuren bzw. ihren Mitteilungen als Knoten bietet sich die Soziale-Netzwerk-Analyse (SNA) an (z. B. Stegbauer & Häußling 2010). Sie sollte jedoch noch stärker die inhaltliche Qualität von Relationen berücksichtigen. Die SNA muss dafür mit der quantitativen Inhalts-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

analyse verbunden werden (Adam 2008; Nuernbergk 2012, 2013). In Inhaltsanalysen werden Akteure und ihre Mitteilungen üblicherweise isoliert erfasst, d. h. ohne die zwischen ihnen bestehenden Relationen. Die Daten werden statistisch aggregiert, um Aussagen über Angebote, Formate und Themen in bestimmten Zeiträumen treffen zu können. Das Interaktions- und Diffusionsgeschehen auf der Mikroebene bleibt dagegen im Dunkeln. Dieses müsste durch relationale Variablen erfasst werden. Dabei wäre auch die Dynamik der wechselseitigen und mehrstufigen Kommunikation abzubilden. Hier kann auf Vorarbeiten in der qualitativen Dialog- (z. B. Fritz 1994), Gesprächs- (z. B. Brinker & Sager 2006) und Diskursanalyse (z. B. Jäger 2009; Spitzmüller & Warnke 2011) sowie der quantitativen Diskursnetzwerkanalyse (z. B. Janning et al. 2009) zurückgegriffen werden. Vor allem die Analyse von Sequenzmustern in der Kommunikation von Dyaden und Kleingruppen (z. B. Fritz 1994; Messmer 2003; Lübcke 2010: 144-146) bietet vielversprechende Anknüpfungspunkte. In Social Media lassen sich Relationen durch die dort gängigen Vernetzungstechniken wie Hyperlinks, Retweets, Mentions und Follower leicht nachvollziehen. Außerdem ist es im Internet möglich, Kommunikationsverläufe kontinuierlich aufzuzeichnen. Vorliegende Studien beschränken sich noch auf die Diffusion als vergleichsweise simplen Interaktionsmodus (z. B. Lotan et al. 2011; González-Bailón, Borge-Holthoefer & Moreno 2013).

– Noch weniger als die Methodenentwicklung, die in diesem Aufsatz nicht im Vordergrund steht, hat die *Theorieentwicklung* mit dem Medienwandel Schritt gehalten. Als größerer Rahmen bietet sich hier die Öffentlichkeitstheorie an, weil mit ihr die traditionelle Aufteilung des Faches in die Kommunikator- und Rezipientenforschung überwunden werden kann. Allerdings unterliegt sie bisher zwei Beschränkungen, die beseitigt werden sollten: Sie ist nahezu ausschließlich eine Theorie des politischen Konflikts geblieben (z. B. Wimmer 2007; als Ausnahme: Klaus 2001); andere Interaktionsmodi und Teilsystemöffentlichkeiten wurden vernachlässigt. Und sie betrachtet ihren Gegenstand vor allem statisch und normativ, d. h. im Hinblick auf ihre strukturellen Bedingungen und funktionalen Erwartungen (z. B. Gerhards & Neidhardt 1993; Gerhards 1994; Peters 2007).

Mit dieser theoretischen Herausforderung setzt sich der vorliegende Aufsatz auseinander: Zunächst werden Interaktionsmodi bestimmt (Abschnitt 2) und anschließend im Kontext von Teilsystemen (Abschnitt 3) und des Medienwandels (Abschnitt 4) diskutiert. Interaktionsmodi werden als zentrales Element einer *Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit* betrachtet, die bisher erst in Grundzügen ausgearbeitet ist (z. B. Benkler 2006; Neuberger 2009; Simone 2010; Meraz & Papacharissi 2013). Ihre dynamische und relationale, d. h. netzwerkartige Sicht der Öffentlichkeit drängt sich zwar im Internet besonders auf, sie ist aber ebenso bei der Analyse der Öffentlichkeit in den traditionellen Massenmedien möglich (van Dijk 2012: 27). Die Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit versteht sich als Bezugsrahmen, in den Theorien mittlerer Reichweite oder einzelne Hypothesen eingepasst werden können. Dies fällt momentan jedoch noch schwer, weil viele Ansätze der Kommunikationswissenschaft sich nur entweder auf die Kommunikator- oder die Rezipientenseite beschränken und damit Interaktionen ausblenden.

2. Interaktionsmodi als basale Akteurkonstellation

Akteure interagieren in der öffentlichen, medienvermittelten Kommunikation in Konstellationen. Eine *Akteurkonstellation* entsteht, sobald die „Intentionen von mindestens zwei Akteuren interferieren und diese Interferenz von den Beteiligten wahrgenommen

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

wird“ (Schimank 2010: 202), das heißt: sobald das Handeln eines Akteurs das Handeln anderer Akteure berührt und „mehrere Individuen in Wechselwirkung treten“ (Simmel 1992: 17). In systemtheoretischer Sicht bilden sich in dieser Situation doppelter Kontingenz durch „wechselseitig sich konditionierende Selektivität“ (Luhmann 1976: 6) einfache Sozialsysteme heraus. Interaktionssysteme sind nur auf ein Thema fokussiert, zeitlich begrenzt, flüchtig und insgesamt schwächer strukturiert als Gesellschaft und Organisationen (Luhmann 1976; Kieserling 1999).[3]

Solche Akteurkonstellationen können deduktiv, d. h. theoriegeleitet, als Idealtypen oder induktiv, d. h. durch empirische Exploration, als Realtypen bestimmt werden. Den zweiten Weg wählen Hepp & Hasebrink (2014a, b) in ihrem Ansatz der kommunikativen Figurationen, die – anknüpfend an Elias und Simmel – das hier verfolgte Ziel teilen, Interaktion in vielfältigen Kommunikationskontexten zu analysieren. Hier wird dagegen der erste Weg eingeschlagen: Simmel (1992) unterscheidet in seiner relationalen Soziologie „soziale Formen“, die für ihn den Kerngegenstand des Faches bilden. Formen wie Konflikt, Konkurrenz, Kooperation und Tausch sind nicht an den Inhalt gebunden, sondern liegen quer zur funktionalen Differenzierung der Gesellschaft (Simmel 1992: 20f.; Kieserling 2011: 184). Allerdings, so kritisiert Kieserling (2011: 196), sei Simmel über eine bloße Auflistung von Formen nicht hinausgelangt (so auch Schimank 2010: 211). Er habe sie auch nicht historisch relativiert, sondern als gesellschaftliche Universalien betrachtet (Kieserling 2011: 193; dazu auch Kieserling 2010a, b).

In der soziologischen Literatur finden sich mehrere Vorschläge für die Systematisierung von *Interaktionsmodi*, wobei hier der Interaktionsbegriff breit verwendet wird und jede Art der Bezugnahme zwischen Akteuren einbezieht: Der Ansatz des akteurzentrierten Institutionalismus betrachtet nicht einzelne Handlungen wie andere Handlungstheorien, sondern das handelnde Zusammenwirken mehrerer Akteure sowie dessen Wechselwirkungen mit sozialen Strukturen (Schimank 2004: 288). Akteurkonstellationen lassen sich u. a. nach dem Modus der Interaktion unterscheiden (Mayntz & Scharpf 1995: 60-65; Schimank 2004: 297f.; Schimank 2010: 210-213). Scharpf (2006) hat eine komplexe Systematik entwickelt, die spieltheoretische Konstellationen (reiner Konflikt, reine Koordination und Mischformen), Interaktionsorientierungen (Individualismus, Solidarität, Wettbewerb, Altruismus, Feindschaft), Interaktionsformen (einseitiges Handeln, Verhandlung, Mehrheitsentscheidung, hierarchische Steuerung) und institutionelle Kontexte (anarchisches Feld, Netzwerk, Verband, Organisation) kombiniert. Ebenfalls spieltheoretisch unterscheidet Weise (1997) zwischen reiner Konkurrenz und Kooperation sowie einer Reihe von Mischformen. Betrachtet werden zwei Mitspieler, deren Strategie vom erwarteten Ergebnis abhängt, das zwischen einem Gewinn für beide (reine Kooperation) und einem Gewinn bei gleichzeitigem Verlust für die andere Seite (reine Konkurrenz) liegen kann. Solche bipolar angelegten Typisierungen aus der Spieltheorie, die in Laborexperimenten und Computersimulationen (Nowak 2011) der Frage

3 Die Systemtheorie beschränkt Interaktion auf die Kommunikation unter Anwesenden, weil nur dort die Beteiligten unvermittelt, synchron, mehrkanalig, direkt, wechselseitig und sequenziell kommunizieren könnten (Luhmann 1976: 4f.; Kieserling 1999: 15; Sutter 2010: 86f.). Abgegrenzt wird diese Face-to-Face-Kommunikation von interaktionsfreier Massenkommunikation. Diese Eingrenzung findet sich auch in anderen soziologischen Ansätzen (als Überblick: Jäckel 1995). Zumindest implizit ist damit jedoch oft die Vorstellung verbunden, dass Kommunikation unter Anwesenden generell höher zu bewerten sei (zur Kritik: Schudson 1978; Schultz 2001). Und bei interaktiven Medien entsteht offensichtlich ein Zuordnungsproblem (Jäckel 1995: 471-474; Sutter 2010: 100). Zweckmäßiger ist es, Interaktion nicht an einen bestimmten Kontext zu binden und sie als graduelles Phänomen aufzufassen.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

nach der Kooperationsbereitschaft und Erwartungssicherheit rational handelnder Akteure nachgeht, sind jedoch zu abstrakt für die empirische Anwendung. Die Soziologie habe sich bisher auf den „Spezialfall" der Ego-Alter-Dyaden konzentriert, kritisiert Schimank (2010: 209). In der öffentlichen, medienvermittelten Kommunikation ist hingegen mit einer deutlich größeren Beteiligtenzahl zu rechnen, und auch die Rationalitätsunterstellung ist zweifelhaft.

Besser geeignet sind daher die „Interaktionsmodi" nach Rosa (2006: 84f.), der allgemeine soziologische Kategorien aufgreift. Neben der Konkurrenz nennt er – allerdings nur in einer kurzen Aufzählung – den (antagonistischen) Konflikt, die (assoziative) Kooperation, die (traditionalistisch-ständische) Zuteilung und die (autoritär-hierarchische) Regelung. Sein Hauptinteresse gilt der Konkurrenz, die bisher in der soziologischen Analyse vernachlässigt worden sei (ebd.: 83). Die Unterscheidung zwischen Konkurrenz und Konflikt habe noch „keine prominente Rolle gespielt", konstatiert Werron (2010: 303). Bisher herrsche ein „eher lockeres Verständnis beider Formen" (ebd.). Werron hat – Simmel folgend – beide Modi schärfer voneinander abgegrenzt; außerdem hat er die mehrdimensionale Universalisierung der Konkurrenz historisch analysiert, wobei er die Massenmedien und den Journalismus als Triebkräfte sieht (Abschnitt 4).

Nicht nur die Soziologie, sondern auch andere Disziplinen befassen sich mit Interaktionsmodi: Aus linguistischer Perspektive differenziert Allwood (2007) nach den Einstellungen der Teilnehmer: Kooperation kennzeichnet die wechselseitige kognitive und ethische Berücksichtigung, ein gemeinsames Ziel sowie das Vertrauen darauf, dass der andere entsprechend dieser Vorbedingungen handelt. Im Fall der Konkurrenz verfolgen die Teilnehmer das gleiche Ziel, das aber inkompatibel ist, und im Fall des Konflikts haben sie kein gemeinsames Ziel. In der Kommunikationswissenschaft trennt Kepplinger (1994) nach dem Kriterium der Strittigkeit zwischen Konflikt („Auseinandersetzungen zwischen mindestens zwei Kontrahenten" [ebd.: 214]), Katastrophe (bei der nicht der Schaden oder die Bedrohung strittig sind, sondern die Konsequenzen) und Skandal (bei dem weder Missstand noch Konsequenzen strittig sind). Außerdem erörtert er unterschiedliche Kommunikationskontexte (privat, öffentlich und publizistisch) (ebd.: 219-221).

Die Reihe solcher Typisierungen ließe sich fortsetzen. Es zeigt sich, dass es kein einheitliches Verständnis der Interaktionsmodi gibt. Konflikt, Konkurrenz und Kooperation, für die es jeweils einen breiten Bestand an Forschung gibt, werden im Folgenden als basale Akteurkonstellationen in der öffentlichen, medienvermittelten Kommunikation unterschieden (Tab. 2). Dabei wird an die neuere soziologische Theoriediskussion angeknüpft.

Menschen sind aufeinander angewiesen, weil ihr Interesse an knappen Ressourcen und die Kontrolle darüber oft auseinanderfallen (Esser 1996: 342). Akteure können mit- oder gegeneinander versuchen, ihre jeweiligen Interessen durchzusetzen. Im ersten Fall, der Kooperation, verfolgen sie ihre Interessen gemeinsam und unterstützen sich gegenseitig. Im zweiten Fall rivalisieren Akteure und tragen untereinander Kämpfe aus, um ihre Interessen auch gegen Widerstreben durchzusetzen. Solche Kämpfe lassen sich danach unterscheiden, ob die Akteure direkt oder indirekt interagieren: Treffen die Kontrahenten direkt aufeinander und streiten, dann handelt es sich um einen *Konflikt*. Werron (2010: 305; H. i. O.) definiert ihn als „Abfolge *direkt* aufeinander Bezug nehmender Gegenwidersprüche". Ein Konflikt liegt nach Hug (1997: 207) vor, sobald ein Sinnvorschlag zurückgewiesen wird (zweite Sequenz). Ein stabiles Konfliktsystem entsteht, wenn in der dritten Sequenz „auf den kommunizierten Widerspruch erneut mit Ablehnung ‚reagiert'" (ebd.) wird. Messmer (2003: 105-108) spricht erst ab der dritten Sequenz

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

von einem Konflikt, weil die faktische Unvereinbarkeit zweier Erwartungen kommunikativ realisiert, nicht bloß vermutet werden dürfe. Erst wenn dem Widerspruch widersprochen ist, besteht eine gemeinsame Situationsdefinition. Den Konflikt kennzeichnet direkte, wechselseitige und fortlaufende (sequenzielle) Kommunikation (Kepplinger 1994: 219), was einen hohen Koordinationsaufwand verursacht (Kieserling 1999: 37-44).

Die *Kooperation* charakterisieren die gleichen Kommunikationsformen wie der Konflikt, und sie benötigt ebenfalls mindestens zwei Teilnehmer (Dyade). Kooperationen werden hier als kommunikative Interaktionen aufgefasst, die einem gemeinsamen Zweck und/oder der gegenseitigen Unterstützung beim Erreichen individueller Ziele dienen (Lewis 2006: 201-204).

Die Konstellation verkompliziert sich, wenn Dritte hinzutreten (Fischer 2010: 198f.). Eine solche Triade ist der Fall der *Konkurrenz* (hier wird das Wort synonym mit „Wettbewerb" gebraucht). In seinem Aufsatz „Soziologie der Konkurrenz" aus dem Jahr 1903 definierte Simmel (2008: 203) die Konkurrenz als indirekte Form des Kampfes, in dem man so „verfährt, als ob kein Gegner, sondern nur das Ziel" (ebd.: 204) existiere. Dabei herrsche „Konkurrenz zweier um den dritten" (ebd.: 208). Die Leistungsanbieter setzen kommunikative „Mittel der Überredung oder Überzeugung" (ebd.: 209) ein, um die Gunst des Publikums zu gewinnen. Zwischen den Konkurrenten besteht nur eine indirekte, über das Publikum verlaufende Beziehung: Wer mehr Zuspruch im Publikum gewinnt, schmälert den möglichen Erfolg des Konkurrenten, ohne dass er ihm begegnen oder diesen auch nur kennen müsste. Das Publikum ist der umworbene und daher lachende Dritte (Fischer 2010: 196; Werron 2010: 308). Es beobachtet, vergleicht, bewertet und wählt unter konkurrierenden Offerten. Leistungen werden u. a. durch Aufmerksamkeit, Zustimmung und Zahlungen honoriert. Dafür müssen die Glieder des Publikums weder untereinander noch mit den Konkurrenten kommunizieren. Während also das Publikum in einer eher passiven, einseitig rezipierenden und selektierenden Haltung verbleibt, werben die Konkurrenten kommunikativ, um im Leistungsvergleich besser abzuschneiden und ein intendiertes Anschlusshandeln, z. B. die Wahl ihrer Partei oder den Kauf ihres Produkts, auszulösen. Auch dieses Beeinflussen kann einseitig und punktuell bleiben, d. h. ohne fortgesetzte Interaktion mit dem Publikum.

Zusammengefasst: Interaktionsmodi lassen sich als basale Konstellationen aus in-/direkten Beobachtungs- und Beeinflussungsbeziehungen[4] zwischen zwei bzw. drei Akteuren definieren. Im Konflikt- und Kooperationsfall ist Kommunikation direkt, wechselseitig, sequenziell, explizit aufeinander bezogen, informationshaltig, kostspielig, zeitintensiv und damit *träge*; deshalb ist auch die Teilnehmer- und Themenkapazität begrenzt (Kieserling 1999: 32-47; Werron 2010: 312). Sie unterscheiden sich durch die antagonistischen und kooperativen Absichten der Beteiligten. Die Konkurrenz ist die indirekte, einseitige, punktuelle, implizite, anonyme, individuelle, effiziente und damit *leichte* Form des Kampfes (Werron 2010: 312). Die einseitige Beobachtung des Angebots im Publikum und die einseitige Beeinflussung des Publikums durch die Anbieter erfordern keinen Rollenwechsel und wenig Koordination.

4 Schimank (2010: 202) unterscheidet Arten der „Handlungsabstimmung": Unter „Beobachten" versteht er, dass ein Akteur aus der Wahrnehmung seiner Umwelt Schlüsse zieht, um sein Handeln anzupassen (ebd.: 226-235). Der Rezipient ist ein solcher Beobachter. „Beeinflussen" bedeutet den „gezielten Einsatz von Einflusspotenzialen wie Macht, Geld, Wissen, Emotionen und moralische Autorität" (ebd.: 202), um den Handlungsspielraum eines Gegenübers einzuschränken und eine beabsichtigte Wirkung zu erzielen (ebd.: 267-279). Der Kommunikator besitzt eine solche Einflussintention. Das „Verhandeln" als dritter Modus wird hier ausgeklammert.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Tabelle 2: Vergleich der Interaktionsmodi

Merkmal	**Konkurrenz**	**Konflikt**	**Kooperation**
basale Akteurkonstellation	*Triade:* Konkurrenten kommunizieren *einseitig* mit dem Publikum (Werbung um die Gunst des Publikums) Publikum rezipiert *einseitig* Informationen über Konkurrenzangebote, es vergleicht Leistungen und selektiert *indirekte* Interaktion zwischen Konkurrenten, vermittelt über das Publikum als lachendem Dritten	*Dyade:* *wechselseitiges* Kommunizieren zwischen den Kontrahenten *direkte* Interaktion	*Dyade:* *wechselseitiges* Kommunizieren der Kooperationspartner *direkte* Interaktion
Interessen der Teilnehmer	*antagonistische* Interessen	*antagonistische* Interessen	*gemeinsames* Interesse oder gemeinsames Verfolgen individueller Interessen
zeitlicher Verlauf	*punktuell*	*sequenziell* (d. h. Verknüpfen von Mitteilungen, Widerspruch und Gegenwiderspruch)	*sequenziell*
optimale Bedingungen, hergestellt durch vermittelnde Dritte (Journalismus) und andere Kontextfaktoren (Medium, Format usw.)	Chancengleichheit der Konkurrenten; Transparenz und Validität des Leistungsvergleichs (Messen)	Bedingungen des herrschaftsfreien und rationalen Diskurses (Deliberation)	Teilnahmebereitschaft (Trittbrettfahrer-Problem); Bedingungen für Qualität des Ergebnisses (z. B. „Weisheit der Vielen“)

Vor der Diskussion dieser Modi in verschiedenen Kontexten sind sechs Zwischenbemerkungen notwendig:

(1) Handeln und Strukturen: Handeln und Strukturen konstituieren sich wechselseitig, wobei Strukturen „relativ dauerhafte Bewältigungsmuster“ (Schimank 2010: 203) für interferierende Intentionen mehrerer Akteure sind. In Konkurrenz- und Konfliktkonstellationen sind die Absichten antagonistisch, im Fall der Kooperation stimmen sie überein. Das Handeln der Beteiligten in solchen Konstellationen wird durch Konstellations-, Erwartungs- und Deutungsstrukturen geprägt und beeinflusst diese wiederum.[5]

5 Zur Strukturdynamik, die Beobachten und Beeinflussen auslösen: Schimank (2010: 226-304).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

(2) Universalisierung: Die basalen dyadischen und triadischen Konstellationen[6] sind Grundelemente größerer Netzwerke (van Dijk 2012: 27). Ausgehend von der basalen Konstellation als Keimzelle können sich Interaktions- und Diffusionszusammenhänge sozial, zeitlich, räumlich und sachlich ausdehnen. Dabei nehmen die Zahl der beteiligten Akteure, die Gesamtdauer, die räumliche Reichweite der Beziehungen sowie die Breite der behandelten Themen zu. Öffentlichkeit und der Einsatz von (Massen-)Medien tragen zur mehrdimensionalen Universalisierung bei, wobei sich die Modi dafür in unterschiedlichem Maße eignen. Da für Konkurrenz einseitige und punktuelle Beobachtungs- und Beeinflussungsbeziehungen ausreichen, kann sie an der „Universalisierungs- und Globalisierungsdynamik gesellschaftlicher Teilsysteme prinzipiell in vollem Umfang partizipieren" (Werron 2010: 311). Globale Konkurrenzen sind weitaus plausibler als etwa die Austragung von Konflikten in einer globalen Sphäre der Öffentlichkeit (z. B. Wessler 2004). Konkurrenz ist zugleich der fiktivere Modus: Wenn Konkurrenten das Verhalten eines distanzierten, anonymen Massenpublikums kalkulieren müssen, dann bilden sich „Konkurrenzsuggestionen" (Werron 2010: 311) heraus. Offenheit, Unbekanntheit und Unberechenbarkeit des Publikums sind funktional, weil sie Leistungsanbieter zumindest einem „öffentlichen Zwang zur Simulation von Sachlichkeit und Leistungsbereitschaft" (Werron 2009a: 25) aussetzen. Das Publikum profitiert davon, dass es „systematisch überschätzt" (ebd.; H. i. O.) wird, und ist deshalb ein „versteckter Dritter, der in diesem Sinne am meisten zu lachen hat" (ebd.; H. i. O.).

(3) Überlagerungen und Übergänge: Die idealtypisch unterschiedenen Modi können sich überlagern oder ineinander übergehen. So erweitert sich der Konflikt, wenn er vor Publikum ausgetragen wird, von einer Dyade zu einer Triade (Schimank 2010: 291f.).[7] Dabei wird er durch Konkurrenz überlagert, weil die Kontrahenten zugleich um die Gunst des Publikums werben (Kepplinger 1994: 220; Hug 1997: 121f.). Politiker neigen z. B. in der öffentlichen Kommunikation dazu, „‚zum Fenster hinauszureden' und nicht miteinander zu kommunizieren; [...] sie werden eher versuchen, für ihr Anliegen Mehrheiten beim Publikum zu gewinnen, als sich auf komplizierte Argumente des Gegners einzulassen [...]" (Gerhards, Neidhardt & Rucht 1998: 45). Dabei gewinnen etwa persönliche Merkmale von Politikern wie Sympathie, Glaubwürdigkeit und Attraktivität an Bedeutung.

(4) Vermittelnde Dritte: Unparteiliche, vermittelnde Dritte können Akteurkonstellationen gestalten und deren Bedingungen optimieren. In der öffentlichen, medienvermittelten Kommunikation fällt diese Rolle dem Journalismus zu: Im Konflikt tritt er als Moderator auf (Hug 1997: 214f., 358; Werron 2010: 307f.). Ähnlich ändert sich auch im Rechtsstreit durch einen Richter die Beziehung zwischen den Kontrahenten. In Konkurrenzbeziehungen ist es die Aufgabe des Journalismus, über Vergleichsereignisse zu informieren, Leistungsvergleiche zu ziehen und zu definieren, nach welchen Kriterien Leistungen erbracht, gemessen und verglichen werden (Werron 2009a: 20). Er bestimmt also mit, nach welchen Regeln Konkurrenz, Konflikt und Kooperation ablaufen, und trägt zu ihrer Durchsetzung bei.[8]

6 Für eine andere, auf Kommunikatorrollen basierende Systematik dyadischer und triadischer Beziehungen: Friemel (2008: 476-481).

7 Zu den vielfältigen Beziehungen und Übergängen zwischen Konkurrenz und Konflikt: Werron (2010: 312-316).

8 Durch *Dritte* – seien es Vermittler oder das Publikum – wird ein externer Beobachterstandpunkt eingeführt: Dadurch wird die „Dyade zum Gegenstand" (Lindemann 2010: 167); sie kann objektiviert und kritisiert werden. Dritte sind nach Lindemann (ebd.: 161) sogar die „notwendige Bedingung der Konstitution von Sozialität" (so auch Koschorke 2010: 11).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

(5) Sicht der Beteiligten: Interaktionsmodi sind nicht nur Kategorien wissenschaftlicher Beobachter, sondern sind auch für die Beteiligten an einer Situation relevant (Schulz-Schaeffer 2008). Als Frames helfen sie, eine Situation zu definieren. Solche Situationsdefinitionen können etablierte, gemeinsam geteilte Deutungsmuster sein, die fraglos übernommen werden. Oft gibt es aber auch Spielräume, um eine bestimmte Definition durchzusetzen, die eigenen Interessen entspricht. So können öffentlich erhobene Vorwürfe als umstritten dargestellt werden, um den Versuch einer Skandalisierung abzuwehren und eine Situation als Konflikt umzudeuten. Dabei darf ein gewisser Grad an Passung mit der Situation nicht unterschritten werden.

(6) Anschlüsse: Kommunikative Anschlüsse sind oft konventionalisiert. Ein Beispiel ist die Eröffnung mit einer Frage, auf die im zweiten Zug eine Antwort erwartet wird. Neben zwei- und dreigliedrigen Sequenzen (z. B. Rogers & Farace 1975; Brinker & Sager 2006: 84-88; Lübcke 2010: 110f.) lassen sich auch größere Abschnitte in Phasen unterteilen (Henne & Rehbock 2001: 12-22). Solche Verlaufsmuster (Hepp & Hasebrink 2014a: 253) wären für die drei Interaktionsmodi zu klären.[9]

3. Gesellschaftliche Teilsysteme und Interaktionsmodi

Auf der Makroebene, auf die in diesem Abschnitt näher eingegangen wird, werden Interaktionsmodi in den funktional ausdifferenzierten gesellschaftlichen Teilsystemen in den Blick genommen. Die Grundkonstellation in solchen Systemen ist durch die Aufteilung in *Leistungs- und Publikumsrollen* vorstrukturiert (Gerhards 2001; Stichweh 2005; Burzan et al. 2008): Die Leistungserbringer eines Teilsystems (Unternehmen, Parteien, Sportvereine, Künstler etc.) konkurrieren um die Gunst des Publikums (Konsumenten, Bürger, Sportfans, Kunstrezipienten etc.). Auch typische Konflikte und Kooperationen sowohl zwischen Leistungsträgern und -empfängern als auch innerhalb dieser Akteurkategorien sind in den Teilsystemen strukturell angelegt.[10]

Interaktionsmodi sind generell *nicht an bestimmte Teilsysteme gebunden*, sondern stehen dazu quer (Rosa 2006: 85; Werron 2009a: 13; Kieserling 2010a: 259). So ist weder der Konflikt ausschließlich in der Politik beheimatet, noch ist die Konkurrenz nur in der Ökonomie vorzufinden (Wetzel 2013), wie bereits Hirschman (1974) mit Hilfe seiner bekannten Unterscheidung von Abwanderung („exit") und Widerspruch („voice") gezeigt hat: Im Konkurrenzfall sanktioniert das Publikum schlechter werdende Leistungen durch Abwanderung, d. h. den Wechsel zu einem Konkurrenten, während es im Konfliktfall öffentlich widerspricht. Diese verschiedenen Reaktionen lassen sich in allen gesellschaftlichen Teilsystemen nachweisen. Die Publikumsrolle kann auch innerhalb eines Teilsystems wie Politik (z. B. Christians et al. 2009) und Wirtschaft (z. B. Lamla 2013) mehr aktiv-kritisch oder passiv-selektiv interpretiert werden.

Das Verhältnis zwischen Teilsystemen und Interaktionsmodi ist also grundsätzlich variabel, wobei sich ihr Gewicht verschieben kann: In vielen Teilsystemen wird eine *wachsende Dominanz des Wettbewerbs* registriert (Rosa 2006: 82). So wird z. B. in der Politik eine Tendenz zur Verdrängung des Konflikts durch die Konkurrenz beobachtet. Der Diskurs folge „immer mehr den Regeln der Markenkommunikation" (Siemons 1993: 97), und das Gewinnen von Wählerstimmen habe zunehmend Vorrang gegenüber

9 Für die Aufrechterhaltung der Autopoiesis sind Kommunikationsanschlüsse notwendig, doch kann die Systemtheorie nicht erklären, weshalb es zu einem *bestimmten* Anschluss kommt (Lübcke 2010: 276).

10 Zur Systematisierung der „Kämpfe" von Leistungsträgern und -empfängern in und zwischen Teilsystemen: Schimank (2011).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Sachzielen (ebd.: 98). Hier stellt sich die Frage, in welchem Maße auch die traditionellen Massenmedien dazu beigetragen haben, weil sie vor allem die für Konkurrenz notwendige Möglichkeit der einseitigen Beobachtung und Beeinflussung verbessert haben.[11]

Der *Journalismus* stellt Beobachtungs- und Beeinflussungsbeziehungen zwischen Leistungsträgern und -empfängern her (Neuberger 2007c). Dabei sind die Journalisten „Vermittlungsakteure" (Schimank 2010: 292) in einer Einflusskette zwischen Sprechern und Publikum, in der sie auch selbst Einflussobjekte sind (z. B. durch Public Relations). „Medialisierung" bezeichnet den Bedeutungsgewinn des massenmedial und journalistisch vermittelten Beobachtens und Beeinflussens in der Gesellschaft (Neuberger 2013a). Ausgeleuchtet werden zunehmend auch solche Teilsysteme, in denen Öffentlichkeit lange Zeit wirksam unterbunden werden konnte. Dies gilt für Bereiche, in denen Professionen öffentliche Werbung und Laienkritik unterbinden konnten (wie Gesundheit, Recht und Bildung), oder in denen starke Hierarchien und Geheimhaltung zu finden sind (wie Militär und Religion; Neuberger 2004: 299-301).

4. Medienwandel und Interaktionsmodi

Durch den Medienwandel verändern sich die Bedingungen für Kommunikation im öffentlichen Raum. Die traditionellen Massenmedien Presse und Rundfunk ermöglichten in erster Linie einseitige, einstufige und punktuelle Beobachtungs- und Beeinflussungsbeziehungen, begünstigten also vor allem Konkurrenz. Das Messen, Quantifizieren und Vergleichen von Leistungen wurde mit Hilfe von Übertragungstechniken, reichweitenstarken Verbreitungsmedien und dem professionellen Journalismus öffentlich und für ein Massenpublikum sichtbar (Wehner, Passoth & Sutter 2012: 59-66).

Die Presse förderte schon in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhundert, wie Werron (2009b: 29) zeigt, in mehreren Dimensionen „Universalisierungsdynamiken" des Wettbewerbs (Werron 2005: 266-271; Werron 2007: 388). Die „Telegraphie-Presse-Allianz" (Werron 2009b: 31) war „stilbildend für eine moderne *Kombination aus Echtzeitnetzwerken und statisch-narrativer Evaluation*" (ebd.: 33; H. i. O.). Die Telegraphie ermöglichte, dass etwa über eine Vielzahl von Sportwettkämpfen an verschiedenen Orten aktuell und gleichzeitig in der Presse berichtet werden konnte, die außerdem diese Ereignisse bewertete und miteinander verglich. Werron (2005: 266) hat vor allem am Beispiel des *Sports* die mehrdimensionale Universalisierung der Konkurrenz erläutert:

- In der *Zeitdimension* kam es durch Wettkampfserien zur Verdichtung und Verstetigung von Vergleichsereignissen, um die wachsende Nachfrage der Medien zu befriedigen. Medien forcierten durch die Periodik ihres Erscheinens die Kontinuität des Leistungsvergleichs, durch hohe Aktualität die Gleichzeitigkeit des Vergleichens sowie durch ihre Gedächtnisfunktion die zeitliche Ausdehnung in die Vergangenheit, z. B. durch Ranglisten (Werron 2009b: 27-29).
- In der *Raumdimension* trieb die immer größere Reichweite der Berichterstattung und Verbreitung der Medien die Globalisierung des Vergleichens voran. Im Sport differenzierten sich Vergleichsebenen heraus, die von der Kreisklasse über nationale Ligen bis zur Weltmeisterschaft reichen (ebd.: 29; Heintz 2010: 167).
- In der *Sozialdimension* weiteten Medien den Beobachterkreis von einem überschaubaren Präsenz- zu einem massenhaften Medienpublikum aus. Der Leistungsvergleich

11 Der Bedeutungsgewinn des Wettbewerbs darf nicht mit dem Prozess der Ökonomisierung gleichgesetzt werden, also mit der Ausweitung des spezifisch ökonomischen Wettbewerbs, in dem sich die Gunst des Publikums in der Zahlungsbereitschaft ausdrückt.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

findet in den Massenmedien vor und in einem unabgeschlossenen, als Fiktion wirksamen Publikum statt (Werron 2009a: 16f., 20; Werron 2010: 309f.).

Traditionelle Massenmedien haben damit erheblich zur zeitlichen, räumlichen und sozialen Universalisierung der Konkurrenz im Sportsystem und zur Ausdifferenzierung des Sportjournalismus beigetragen. Es gibt Anhaltspunkte dafür, dass sich eine solche Ko-Evolution auch für andere Teilsysteme und journalistische Sparten nachweisen ließe (Blöbaum 1994: 205-211; Meier 2002: 119-127). So führten im 19. Jahrhundert in der *Wirtschaft* die Einführung des Telegraphen, von Nachrichtenagenturen und des Börsen-Tickers (Stäheli 2004) zur Beschleunigung sowie zur weiteren sozialen und räumlichen Verbreitung von Nachrichten. Gegenüber der Globalisierung der Kapitalströme und Börseninformationen blieb jedoch das Verständnis für die Kausalzusammenhänge der Weltwirtschaft zurück, wie der Börsenkrach von 1873 zeigte (Davies 2012). In der *Kunst* haben sich durch die Konservierung flüchtiger Musik- und Theateraufführungen mit Hilfe audio(-visueller) Trägermedien, durch den Rundfunk und die drucktechnische Vervielfältigung von Unikaten der Bildenden Kunst die Möglichkeiten der Verbreitung und damit auch Vergleichbarkeit zeitlich, räumlich und sozial erweitert. Parallel dazu entwickelte sich der Kulturjournalismus. Das „Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit" (Benjamin 1980) und die produzierenden Künstler gerieten dadurch unter Konkurrenzdruck. So wurde das Publikum z. B. durch Schallplattenaufnahmen mit den Darbietungen der besten Musiker vertraut. Dadurch verbreitete sich das Star-System über die Zentren des musikalischen Lebens und die Konzertsäle hinaus; im Gegenzug sank die Zahl der Berufsmusiker (Sennett 1986: 368f.).

Für *Konflikt* und *Kooperation* eignen sich Presse und Rundfunk dagegen mangels Partizipations- und Interaktionsmöglichkeiten nur begrenzt. Sequenzielle Interaktionen sind nur in einem kleinen Kreis von Eliteakteuren vor einem großen Publikum realisierbar, z. B. in Talkshows. Auch ihr periodisches Erscheinen und der fehlende Archivzugriff erschweren die Verknüpfung von Mitteilungen. Dagegen erleichtert das technische Potenzial des *Internets* wechselseitige, mehrstufige und sequenzielle Kommunikation, wie sie Konflikt und Kooperation erfordern, und es ermöglicht eine breite Beteiligung des Publikums daran (Neuberger 2009). Es fördert auch ihre zeitliche, räumliche und soziale und sachliche Universalisierung, weil es in der Lage ist, Mitteilungen zu archivieren, es eine globale Reichweite besitzt und Mitteilungen einer Vielzahl von Kommunikatoren verknüpfen kann.

- Die Möglichkeit, an *Konflikten* teilzunehmen, hat sich im Internet wesentlich verbessert: Konsumenten, Bürger und andere Leistungsempfänger können ihre Kritik relativ ungehindert öffentlich artikulieren. Allerdings ist die Frage offen, in welchem Maße im Konfliktverlauf Respekt, Kohärenz und andere deliberative Qualitätserwartungen erfüllt sind und von welchen Bedingungen dies abhängt (z. B. Dahlberg 2004; Freelon 2010; Gerhards & Schäfer 2010).
- *Kooperationen* waren in der Vor-Internet-Ära in der öffentlichen, medienvermittelten Kommunikation kaum relevant, weil sie noch nicht – wie heute z. B. im Fall der „Wikipedia" (Stegbauer 2009) – mit großer Teilnehmerzahl sowie zeit- und raumunabhängig realisierbar waren. Studien befassen sich mit den Motiven der Kooperationsbereitschaft (Benkler 2011; Nowak 2011), der Qualitätssicherung (McIntosh 2008; Sunstein 2009) sowie geeigneten Formaten und Regeln (Walther & Bunz 2005; Bos et al. 2007; Sohn & Leckenby 2007). Die Frage, wie kollektives Handeln via Social Media funktioniert, ist vor allem im Zusammenhang mit der Online-Mobilisierung für Massenproteste analysiert worden (Bennett & Segerberg 2012; González-Bailón, Borge-Holthoefer & Moreno 2013).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

– Auch der *Konkurrenz* eröffnet das Internet neue Möglichkeiten. Für Leistungsanbieter wird das Publikum transparenter (Wendelin 2014): Nutzungsverhalten (Datenspuren) und Kommentare liefern Hinweise, die das Publikumsbild weniger fiktiv machen. Allerdings ändert dies nichts daran, dass das Publikum unabgeschlossen und damit sein Verhalten nur in Grenzen kalkulierbar ist. Es besitzt nun auch noch bessere Möglichkeiten zur Mobilisierung und für mehr Transparenz über konkurrierende Leistungsangebote, weil es effizienter vergleichen und auf Erfahrungen anderer Konsumenten zurückgreifen kann. Beidseitig wächst also die Transparenz(-vermutung), worauf wiederum reagiert wird, z. B. durch die Manipulation von Konsumentenäußerungen durch Unternehmen oder Bürgerproteste gegen das Datensammeln.[12]

Der *Journalismus* verliert im Internet zum Teil seine Rolle als vermittelnder Dritter, weil er nicht mehr notwendig zwischen Trägern von Leistungs- und Publikumsrollen stehen muss, sondern umgangen werden kann. Das Publikum kann deshalb unmittelbar mit den Leistungsträgern und deren persuasiven Botschaften konfrontiert sein. Allerdings entstehen zusätzliche – auch partizipative und technische – Vermittler, die den besonderen Bedingungen des Internets angepasst sind (Neuberger 2009: 68-76).

Das Internet besitzt Strukturen, die weitaus heterogener und dynamischer sind als in den traditionellen Massenmedien. Sie sind das Ergebnis der technischen Multioptionalität und partizipativen Aneignung des Internets (Neuberger 2013b). Aus diesem Grund müsste hier eine Vielzahl unterschiedlicher Kontexte differenziert betrachtet werden. Im Prozess der Institutionalisierung des Internets bilden sich auch spezialisierte Formate heraus, die bestimmte Interaktionsmodi begünstigen (z. B. Benkler 2011: 238-247), z. B. Diskussionsforen für Konflikte, „virtuelle Gemeinschaften" für Kooperationen und Vergleichsportale für Konkurrenzen.

5. Schluss

Ausgangspunkt der hier angestellten Überlegungen waren die Notwendigkeit einer Neuorientierung der Kommunikationswissenschaft und die Frage, wie Relationen und Dynamik theoretisch (und auch methodisch) besser berücksichtigt werden können. Dadurch soll die Dominanz der Ansätze gebrochen werden, welche auf die Analyse einseitiger, einstufiger und punktueller Massenkommunikation ausgerichtet sind. Vorgeschlagen wurde, Interaktionsmodi als Elemente einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit zu verwenden und sich Fragen zuzuwenden wie: Wie verlaufen Konflikte, Kooperationen und Konkurrenzen? Von welchen Kontextfaktoren (Teilsysteme, Medien, Formate, Angebote etc.) hängt ihre Dynamik ab (Waldherr 2012)? Und wie lassen sich dafür die Bedingungen optimieren, damit sie individuellen oder kollektiven Erwartungen gerecht werden? Hier wäre an den interdisziplinären Forschungsstand zu Konflikt, Konkurrenz und Kooperation anzuknüpfen.

12 Das Internet universalisiert und rationalisiert auch die Konkurrenz in Freundschafts- und Partnerbeziehungen, in denen es keine Trennung zwischen Leistungs- und Publikumsrollen gibt. Auf Facebook oder Dating-Sites werden mehr Wahlmöglichkeiten und präzisere Informationen über potenzielle Freunde und Partner geboten als bislang in Präsenzsituationen (Wetzel 2013: 171-204). Deren Attraktivität kann nicht nur auf Basis ihrer Selbstdarstellung, sondern auch mit Hilfe von Indikatoren für ihr soziales Kapital (wie die Zahl und Qualität ihrer bestehenden Beziehungen) beurteilt werden. Traditionelle Massenmedien bieten Rezipienten zumindest die Möglichkeit des Auf- und Abwärtsvergleichs mit Medienpersonen (Schemer 2006).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Empirisch können Interaktionsmodi auf allen drei Ebenen analysiert werden: Untersuchungen auf der Mikroebene betreffen einzelne Kommunikationsakte und Sequenzmuster. Hier wäre also zu fragen, wie ein Kommunikationsakt den nächsten anstößt und wie diese miteinander verkettet sind. Auf der Mesoebene wäre zu prüfen, wie Angebote und Formate den Kommunikationsverlauf prägen und wie er sich durch Moderation und Regelsetzung optimieren lässt. Auf der Makroebene wären größere Zusammenhänge in Teilsystemöffentlichkeiten in den Blick zu nehmen (Themenkarrieren, Prozesse der öffentlichen Meinungsbildung). Hier wären die vertikale Top-down- und Bottom-up-Dynamik (Friedland, Hove & Rojas 2006: 8f.) sowie die horizontale Dynamik der Beziehungen zwischen Sprechern, Publikum und Vermittlern (z. B. der Grad der Disintermediation, Fragmentierung und Polarisierung) zu analysieren. Schwerer als Konflikt und Kooperation ist Konkurrenz empirisch fassbar, weil das Publikum nur einseitig rezipiert, d. h. keine Kommunikationsspuren hinterlässt, und das intendierte Anschlusshandeln oft außerhalb der Öffentlichkeit liegt. Neben aktuellen Analysen ließen sich auch historische Studien zur Ko-Evolution von Medien, Journalismus und gesellschaftlichen Teilsystemen im Anschluss an Werron durchführen. Schließlich bleibt anzumerken, dass sich die Reihe der Interaktionsmodi fortsetzen ließe, z. B. um den Skandal als triadische Akteurkonstellation.[13]

Literatur

Adam, S. (2008). Medieninhalte aus der Netzwerkperspektive. Neue Erkenntnisse durch die Kombination von Inhalts- und Netzwerkanalyse. *Publizistik* 53(2), 180-199.

Allwood, J. (2007). *Cooperation, Competition, Conflict and Communication.* Göteborg: Department of Linguistics, Göteborg University (= Gothenburg Papers in Theoretical Linguistics, 94). http://sskkii.gu.se/jens/publications/docs101-150/107a.pdf [12.09.2014].

Benjamin, W. (1980). Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. (Dritte, autorisierte letzte Fassung, 1939). In: Benjamin, W., *Gesammelte Schriften. Band I, Werkausgabe Band 2* (S. 471-508). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom.* New Haven, Conn.: Yale University Press.

Benkler, Y. (2011). *The Penguin and the Leviathan. How Cooperation Triumphs over Self-Interest.* New York: Crown Business.

Bennett, W. L. & Segerberg, A. (2012). The Logic of Connective Action. *Information, Communication & Society* 15(5), 739-768.

Blöbaum, B. (1994). *Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung.* Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Bos, N., Zimmerman, A., Olson, J., Yew, J., Yerkie, J., Dahl, E. & Olson, G. (2007). From Shared Databases to Communities of Practice: A Taxonomy of Collaboratories. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(2), 652-672.

Brinker, K. & Sager, S. F. (2006). *Linguistische Gesprächsanalyse. Eine Einführung.* 4., durchges. erg. Aufl., Berlin: Erich Schmidt.

Burzan, N., Lökenhoff, B., Schimank, U. & Schöneck, N. M. (2008). *Das Publikum der Gesellschaft. Inklusionsverhältnisse und Inklusionsprofile in Deutschland.* Wiesbaden: VS.

Christians, C. G., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K. & White, R. A. (2009). *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies.* Urbana, Chicago: University of Illinois Press.

13 Daran beteiligt sind der Skandalisierte, der angeblich gegen eine moralische Norm verstoßen hat, der Skandalisierer, der den Verstoß enthüllt und als „Skandal" rahmt, sowie das Publikum als empörter Dritter (Neckel 1989: 58; Hondrich 2002: 40).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Dahlberg, L. (2004). Net-Public Sphere Research: Beyond the „First Phase". *Javnost – The Public* 11(1), 27-44.
Davies, C. (2012). Papierschwindel und Börsenpanik. Der Gründerkrach von 1873 als Globalisierungsphänomen. *Merkur* 66(12), Nr. 763, 1178-1185.
Downs, A. (1972). Up and Down with Ecology – the "Issue Attention-Cycle". *Public Interest* 28(2), 38-50.
Esser, H. (1996). *Soziologie. Allgemeine Grundlagen.* 2., durchges. Aufl., Frankfurt a. M., New York: Campus.
Fischer, J. (2010). Der lachende Dritte. Schlüsselfigur der Soziologie Simmels. In: E. Eßlinger, T. Schlechtriemen, D. Schweitzer & A. Zons (Hrsg.), *Die Figur des Dritten. Ein kulturwissenschaftliches Paradigma* (S. 193-207). Berlin: Suhrkamp.
Folger, M. (2014). *Entstehung und Entwicklung von Shitstorms: Motivation und Intention am Beispiel von Facebook.* Berlin: Bundesverband deutscher Pressesprecher e. V.
Freelon, D. G. (2010). Analyzing Online Political Discussion Using Three Models of Democratic Communication. *New Media & Society* 12(7), 1172-1190.
Friedland, L. A., Hove, T. & Rojas, H. (2006). The Networked Public Sphere. *Javnost – The Public* 13(4), 5-26.
Friemel, T. N. (2008). Anatomie von Kommunikationsrollen. Methoden zur Identifizierung von Akteursrollen in gerichteten Netzwerken. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 60(3), 473-499.
Fritz, G. (1994). Grundlagen der Dialogorganisation. In: G. Fritz & F. Hundsnurscher (Hrsg.), *Handbuch der Dialoganalyse* (S. 177-201). Tübingen: Niemeyer.
Gerhards, J. (1994). Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. In: F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 77-105). Opladen: Westdeutscher Verlag (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34).
Gerhards, J. (2001). Der Aufstand des Publikums. Eine systemtheoretische Interpretation des Kulturwandels in Deutschland zwischen 1960 und 1989. *Zeitschrift für Soziologie* 30(3), 163-184.
Gerhards, J. & Neidhardt, F. (1993). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: W. R. Langenbucher (Hrsg.), *Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse* (S. 52-88). 2., überarb. Aufl., Wien: Böhlau.
Gerhards, J., Neidhardt, F. & Rucht, D. (1998). *Zwischen Palaver und Diskurs. Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel der deutschen Diskussion zur Abtreibung.* Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
Gerhards, J. & Schäfer, M.S. (2010). Is the Internet a Better Public Sphere? Comparing Old and New Media in the USA and Germany. *New Media & Society* 12(1), 1-18.
González-Bailón, S., Borge-Holthoefer, J. & Moreno, Y. (2013). Broadcasters and Hidden Influentials in Online Protest Diffusion. *American Behavioral Scientist* 57(7), 943-965.
Heintz, B. (2010). Numerische Differenz. Überlegungen zu einer Soziologie des (quantitativen) Vergleichs. *Zeitschrift für Soziologie* 39(1), 162-181.
Henne, H. & Rehbock, H. (2001). *Einführung in die Gesprächsanalyse.* 4. Aufl., Berlin, New York: de Gruyter.
Hepp, A. & Hasebrink, U. (2014a). Human Interaction and Communicative Figurations: The Transformation of Mediatized Cultures and Societies. In: K. Lundby (Hrsg.), *Mediatization of communication* (S. 249-271). Berlin, New York: de Gruyter.
Hepp, A. & Hasebrink, U. (2014b). Kommunikative Figurationen – ein Ansatz zur Analyse der Transformation mediatisierter Gesellschaften und Kulturen. In: N. Jackob, O. Quiring & B. Stark (Hrsg.), *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis. Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGPuK* (S. 343-360). Konstanz: UVK.
Hirschman, A. O. (1974). *Abwanderung und Widerspruch. Reaktionen auf Leistungsabfall bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten.* Tübingen: Mohr.
Hondrich, K. O. (2002). *Enthüllung und Entrüstung. Eine Phänomenologie des politischen Skandals.* Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
Hug, D. M. (1997). *Konflikte und Öffentlichkeit. Zur Rolle des Journalismus in sozialen Konflikten.* Opladen: Westdeutscher Verlag.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Ingenhoff, D. & Röttger, U. (2006). Issues Management – Ein zentrales Verfahren der Unternehmenskommunikation. In: B. F. Schmid & B. Lyczek (Hrsg.), *Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung* (S. 319-350). Wiesbaden: Gabler.

Jäckel, M. (1995). Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff. *Rundfunk und Fernsehen* 43(4), 463-476.

Jäger, S. (2009). *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung.* Münster: Unrast.

Jandura, O., Fahr, A. & Brosius, H.-B. (Hrsg.) (2013). *Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt.* Baden-Baden: Nomos.

Jann, W. & Wegrich, K. (2002). Phasenmodelle und Politikprozesse: Der Policy Cycle. In: K. Schubert & N. C. Bandelow (Hrsg.), *Lehrbuch der Politikfeldanalyse* (S. 71-104). München: Oldenbourg.

Janning, F., Leifeld, P., Malang, T. & Schneider, V. (2009). Diskursnetzwerkanalyse. Überlegungen zur Theoriebildung und Methodik. In: V. Schneider, F. Janning, P. Leifeld & T. Malang (Hrsg.), *Politiknetzwerke. Modelle, Anwendungen und Visualisierungen* (S. 59-92). Wiesbaden: VS.

Jarren, O. & Donges, P. (2011). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung.* 3., grundl. überarb. akt. Aufl., Wiesbaden: VS Springer.

Karnowski, V. (2011). *Diffusionstheorien.* Baden-Baden: Nomos.

Kepplinger, H. M. (1994). Publizistische Konflikte. Begriffe, Ansätze, Ergebnisse. In: F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 214-233). Opladen: Westdeutscher Verlag (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34).

Kieserling, A. (1999). *Kommunikation unter Anwesenden. Studien über Interaktionssysteme.* Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Kieserling, A. (2010a). Ausdifferenzierung von Konkurrenzbeziehungen. Wirtschaft und Wissenschaft im Vergleich. Soziale Systeme 16(2), 259-276.

Kieserling, A. (2010b). Simmels Formen in Luhmanns Verfahren. In: B. Stollberg-Rillinger & A. Krischer (Hrsg.), *Herstellung und Darstellung von Entscheidungen: Verfahren, Verwalten und Verhandeln in der Vormoderne* (S. 109-129). Berlin: Duncker & Humblot (= Zeitschrift für historische Forschung, Beiheft 44).

Kieserling, A. (2011). Simmels Sozialformenlehre: Probleme eines Theorieprogramms. In: H. Tyrell, O. Rammstedt & I. Meyer (Hrsg.), *Georg Simmels große „Soziologie". Eine kritische Sichtung nach hundert Jahren* (S. 181-208). Bielefeld: Transcript.

Klaus, E. (2001). Das Öffentliche im Privaten – Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationstheoretischer Ansatz. In: F. Herrmann & M. Lünenborg (Hrsg.), *Tabubruch als Programm. Privatheit und Intimität in den Medien* (S. 15-35). Leske + Budrich: Chronos.

Kolb, S. (2005). *Mediale Thematisierungszyklen. Theoretischer Entwurf und empirische Anwendung.* Köln: von Halem.

Koschorke, A. (2010). Ein neues Paradigma der Kulturwissenschaften. In: E. Eßlinger, T. Schlechtriemen, D. Schweitzer & A. Zons (Hrsg.), *Die Figur des Dritten. Ein kulturwissenschaftliches Paradigma* (S. 9-31). Berlin: Suhrkamp.

Lamla, J. (2013). *Verbraucherdemokratie. Politische Soziologie der Konsumgesellschaft.* Berlin: Suhrkamp.

Lewis, L. K. (2006). Collaborative Interaction: Review of Communication Scholarship and a Research Agenda. In: C. S. Beck (Hrsg.), *Communication Yearbook 30* (S. 197-247). Mahaw, NJ, London: Lawrence Erlbaum.

Lindemann, G. (2010). Statt der Dyade: die Ego-Alter-Tertius-Konstellation als konstitutive Bedingung von Sozialität. In: T. Bedorf, J. Fischer & G. Lindemann (Hrsg.), *Theorien des Dritten. Innovationen in Soziologie und Sozialphilosophie* (S. 161-188). München: Wilhelm Fink.

Loosen, W. & Schmidt, J.-H. (2012). (Re-)Discovering the Audience. The Relationship between Journalism and Audience in Networked Digital Media. *Information, Communication & Society* 15(6), 867-887.

Loosen, W. & Dohle, M. (Hrsg.) (2014). *Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS.

Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I. & boyd, d. (2011). The Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolution. *International*

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Journal of Communication 5, 1375-1405. http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1246/643 [15.09.2014].
Lübcke, M. (2010). *In Line or Out of Control? Kommunikative Anschlussnahme in Online-Diskursen.* Wiesbaden: VS.
Luhmann, N. (1974). Öffentliche Meinung. In: W. R. Langenbucher (Hrsg.), *Zur Theorie der politischen Kommunikation* (S. 27-54). München: Pieper.
Luhmann, N. (1976). Einfache Sozialsysteme. In: M. Auwärter, E. Kirsch & K. Schröter (Hrsg.), *Seminar: Kommunikation, Interaktion, Identität* (S. 3-34). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
Maletzke, G. (1963). *Psychologie der Massenkommunikation.* Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
Manheim, J. B. (1987). A Model of Agenda Dynamics. In: M. L. McLaughlin (Hrsg.), *Communication Yearbook 10* (S. 499-516). Newbury Park, Beverley Hills, London, New Delhi: Sage.
Mayntz, R. & Scharpf, F. W. (1995). Der Ansatz des akteurzentrierten Institutionalismus. In: R. Mayntz & F. W. Scharpf (Hrsg.), *Gesellschaftliche Selbstregelung und politische Steuerung* (S. 39-72). Frankfurt a. M., New York: Campus.
McIntosh, S. (2008). Collaboration, Consensus, and Conflict. Negotiating News the Wiki Way. *Journalism Practice* 2(2), 197-211.
Meier, K. (2002). *Ressort, Sparte, Team. Wahrnehmungsstrukturen und Redaktionsorganisation im Zeitungsjournalismus.* Konstanz: UVK.
Meraz, S. & Papacharissi, Z. (2013). Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt. *The International Journal of Press/Politics* 18(2), 138-166.
Messmer, H. (2003). Konflikt und Konfliktepisode. Strukturen, Prozesse und Funktion einer sozialen Form. *Zeitschrift für Soziologie* 32(2), 98-112.
Miltner, P. & Waldherr, A. (2013). Themenzyklus der Kriegsberichterstattung – ein Phasenmodell. *Publizistik* 58(3), 267-287.
Nahon, K. & Hemsley, J. (2013). *Going Viral.* Cambridge, Malden, MA: Polity Press.
Neckel, S. (1989). Das Stellhölzchen der Macht. Zur Soziologie des politischen Skandals. In: R. Ebbighausen & S. Neckel (Hrsg.), *Anatomie des politischen Skandals* (S. 55-80). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
Neuberger, C. (2004). Journalismus als systembezogene Akteurkonstellation. Grundlagen einer integrativen Journalismustheorie. In: M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (S. 287-303). 2., vollst. überarb. erw. Aufl., Wiesbaden: VS.
Neuberger, C. (2007a). Interaktivität, Interaktion, Internet. Eine Begriffsanalyse. *Publizistik* 52(1), 33-50.
Neuberger, C. (2007b). Neue Medien als Herausforderung für die Journalismustheorie. Paradigmenwechsel in der Vermittlung öffentlicher Kommunikation. In: C. Winter, A. Hepp & F. Krotz (Hrsg.), *Theoriediskussion in der Kommunikationswissenschaft* (S. 251-267). Wiesbaden: VS.
Neuberger, C. (2007c): Beobachten, Beeinflussen und Verhandeln via Öffentlichkeit: Journalismus und gesellschaftliche Strukturdynamik. In: K.-D. Altmeppen, T. Hanitzsch & C. Schlüter (Hrsg.), *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation* (S. 139-161). Wiesbaden: VS.
Neuberger, C. (2008). Internet und Journalismusforschung: Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In: T. Quandt & W. Schweiger (Hrsg.), *Journalismus Online – Partizipation oder Profession?* (S. 17-42). Wiesbaden: VS.
Neuberger, C. (2009). Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: C. Neuberger, C. Nuernbergk & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung* (S. 19-105). Wiesbaden: VS.
Neuberger, C. (2013a). Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft. In: K. Meier & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (S. 221-242). Baden-Baden: Nomos.
Neuberger, C. (2013b). Onlinemedien als Institutionen. In: M. Künzler, F. Oehmer, M. Puppis & C. Wassmer (Hrsg.), *Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* (S. 97-116). Baden-Baden: Nomos (= Medienstrukturen, 2).

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Nowak, M. (2011). *Super Cooperators. Evolution, Altruism and Human Behaviour or Why We Need Each Other to Succeed.* With R. Highfield. Edinburgh, London, New York, Melbourne: Canongate.

Nuernbergk, C. (2011). Inhaltsanalyse und Netzwerkanalyse. Methodenkombination am Beispiel einer Metatextanalyse über das Verhältnis von Weblogs und Journalismus. In: W. Loosen & A. Scholl (Hrsg.), *Methodenkombinationen in der Kommunikationswissenschaft. Methodologische Herausforderungen und empirische Praxis* (S. 289-307). Köln: von Halem.

Nuernbergk, C. (2013). *Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit. Ein inhalts- und netzwerkanalytischer Vergleich der Kommunikation im „Social Web" zum G8-Gipfel von Heiligendamm.* Baden-Baden: Nomos.

Peters, B. (2007). Der Sinn von Öffentlichkeit. In: B. Peters(Hrsg.), *Der Sinn von Öffentlichkeit. Mit einem Nachwort von Jürgen Habermas* (S. 55-102). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Pörksen, B. & Detel, H. (2012). *Der entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter.* Köln: von Halem.

Quandt, T. & Scheufele, B. (Hrsg.) (2011). *Ebenen der Kommunikation. Mikro-Meso-Makro-Links in der Kommunikationswissenschaft.* Wiesbaden: VS.

Rafaeli, S. & Sudweeks, F. (1996). Networked Interactivity. *Journal of Computer-Mediated Communication* 2(4). http://onlinelibrary.wiley.com/enhanced/doi/10.1111/j.1083-6101.1997.tb002 01.x/ [15.09.2014].

Rafaeli, S. (1988). Interactivity. From New Media to Communication. In: R. P. Hawkins, J. M. Wiemann & S. Pingree (Hrsg.), *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes* (S. 110-134). Newbury Park, Beverley Hills, London, New Delhi: Sage.

Rogers, E. & Farace, R. V. (1975). Analysis of Relational Communication in Dyads: New Measurement Procedures. *Human Communication Research* 1(3), 222-239.

Rosa, H. (2006). Wettbewerb als Interaktionsmodus. Kulturelle und sozialstrukturelle Konsequenzen der Konkurrenzgesellschaft. *Leviathan* 34(1), 82-104.

Scharpf, F. W. (2006). *Interaktionsformen. Akteurzentrierter Institutionalismus in der Politikforschung.* Aus dem Amerikanischen übersetzt von O. Treib. Unveränderter Nachdruck, Wiesbaden: VS.

Schemer, C. (2006). Soziale Vergleiche als Nutzungsmotiv? Überlegungen zur Nutzung von Unterhaltungsangeboten auf der Grundlage der Theorie sozialer Vergleichsprozesse. In: W. Wirth, H. Schramm & V. Gehrau (Hrsg.), *Unterhaltung durch Medien* (S. 80-101). Köln: von Halem.

Schenk, M. (1995). *Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation.* Tübingen: Mohr.

Schenk, M. (2007). *Medienwirkungsforschung.* 3. Aufl., Tübingen: Mohr Siebeck.

Schimank, U. (2004). Der akteurzentrierte Institutionalismus. In: M. Gabriel (Hrsg.), *Paradigmen der akteurszentrierten Soziologie* (S. 287-301). Wiesbaden: VS.

Schimank, U. (2010). *Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurtheoretische Soziologie.* 4., völlig überarb. Aufl., Weinheim, München: Juventa.

Schimank, U. (2011). Gesellschaftliche Differenzierungsdynamiken – ein Fünf-Fronten-Kampf. In: T. Schwinn, C. Kroneberg & J. Greve (Hrsg.), *Soziale Differenzierung. Handlungstheoretische Zugänge in der Diskussion* (S. 261-284). Wiesbaden: VS.

Schudson, M. (1978). The Ideal of Conversation in the Study of Mass Media. *Communication Research* 5(3), 320-329.

Schultz, T. (2001). Mediatisierte Verständigung. *Zeitschrift für Soziologie*. 30(2), 85-102.

Schulz-Schaeffer, I. (2008). Die drei Logiken der Selektion. Handlungstheorie als Theorie der Situationsdefinition. *Zeitschrift für Soziologie* 37(5), 362-379.

Sennett, R. (1986). *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität.* Frankfurt a. M.: Fischer.

Siemons, M. (1993). *Schöne neue Gegenwelt. Über Kultur, Moral und andere Marketingstrategien.* Frankfurt a. M., New York: Campus.

Simmel, G. (1992). *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung.* Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Simmel, G. (2008[1903]). Soziologie der Konkurrenz. In: ders., *Individualismus der modernen Zeit und andere soziologische Abhandlungen.* Ausgewählt und mit einem Nachwort von O. Rammstedt. (S. 202-224). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Simone, M. A. (2010). Deliberative Democracy Online: Bridging Networks with Digital Technologies. *The Communication Review* 13(2), 120-139.

Sohn, D. & Leckenby, J. D. (2007). A Structural Solution to Communication Dilemmas in a Virtual Community. *Journal of Communication* 57(3), 435-449.

Spitzmüller, J. & Warnke, I. H. (2011). *Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse.* Berlin, Boston: de Gruyter.

Stäheli, U. (2004). Der Takt der Börse. Inklusionseffekte von Verbreitungsmedien am Beispiel des Börsen-Tickers. *Zeitschrift für Soziologie* 33(3), 245-263.

Stegbauer, C. & Häußling, R. (Hrsg.) (2010). *Handbuch Netzwerkforschung.* Wiesbaden: VS.

Stegbauer, C. (2009). *Wikipedia. Das Rätsel der Kooperation.* Wiesbaden: VS.

Stichweh, R. (2005). *Inklusion und Exklusion. Studien zur Gesellschaftstheorie.* Bielefeld: Transcript.

Sunstein, C. R. (2009). *Infotopia. Wie viele Köpfe Wissen produzieren.* Aus dem Amerikanischen von R. Celikates und E. Engels. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Sutter, T. (2010). Der Wandel von der Massenkommunikation zur Interaktivität neuer Medien. In: T. Sutter & A. Mehler (Hrsg.), *Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen* (S. 83-105). Wiesbaden: VS.

van Dijk, J. (2012). *The Network Society.* 3. Aufl., London, Thousand Oaks, CA, New Delhi, Singapore: Sage.

Waldherr, A. (2012). *Die Dynamik der Medienaufmerksamkeit. Ein Simulationsmodell.* Baden-Baden: Nomos.

Walther, J. B. & Bunz, U. (2005). The Rules of Virtual Groups: Trust, Liking, and Performance in Computer-Mediated Communication. *Journal of Communication* 55(4), 828-846.

Walther, J. B., Gay, G. & Hancock, J. T. (2005). How Do Communication and Technology Researchers Study the Internet? *Journal of Communication* 55(3), 632-657.

Wehner, J., Passoth, J.-H. & Sutter, T. (2012). Gesellschaft im Spiegel der Zahlen – Die Rolle der Medien. In: F. Krotz & A. Hepp (Hrsg.), *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze* (S. 59-86). Wiesbaden: Springer VS.

Weise, P. (1997). Konkurrenz und Kooperation. In: M. Held (Hrsg.), *Normative Grundfragen der Ökonomik. Folgen für die Theoriebildung* (S. 58-80). Frankfurt a. M., New York: Campus.

Wendelin, M. (2014). Transparenz von Rezeptions- und Kommunikationsverhalten im Internet. Theoretische Überlegungen zur Veränderung der Öffentlichkeitsdynamiken zwischen Journalismus und Publikum. In: W. Loosen & M. Dohle (Hrsg.), *Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung* (S. 73-89). Wiesbaden: Springer VS.

Werron, T. (2005). Der Weltsport und sein Publikum. Weltgesellschaftstheoretische Überlegungen zum Zuschauersport. In: B. Heintz, R. Münch & H. Tyrell (Hrsg.), *Weltgesellschaft. Theoretische Zugänge und empirische Problemlagen* (S. 260-289) (= Sonderheft der Zeitschrift für Soziologie). Stuttgart: Lucius & Lucius.

Werron, T. (2007). Publika. Zur Globalisierungsdynamik von Funktionssystemen. *Soziale Systeme* 13(1-2), 381-394.

Werron, T. (2009a). *Zur sozialen Konstruktion moderner Konkurrenzen. Das Publikum in der „Soziologie der Konkurrenz".* Luzern: Soziologisches Seminar, Kultur- und Sozialwissenschaftliche Fakultät, Universität Luzern (= Working Paper, WP 05/09).

Werron, T. (2009b). Der Weltsport und seine Medien. In: F. Axster, J. Jäger, K. Sicks & M. Stauff (Hrsg.), *Mediensport. Strategien der Grenzziehung* (S. 23-42). München: Fink.

Werron, T. (2010). Direkte Konflikte, indirekte Konkurrenzen. Unterscheidung und Vergleich zweier Formen des Kampfes. *Zeitschrift für Soziologie* 39(4), 302-318.

Wessler, H. (2004). Can There Be a Global Public Sphere? September 11 in the World's Media. In: F. Hardt (Hrsg.), *Mapping the World. New Perspectives in the Humanities and Social Sciences* (S. 179-188). Tübingen: Francke.

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Westley, B. H. & MacLean, M. S., Jr. (1957). A Conceptual Model For Communications Research. *Journalism Quarterly* 34(1), 31-38.
Wetzel, D. J. (2013). *Soziologie des Wettbewerbs. Eine kultur- und wirtschaftssoziologische Analyse der Marktgesellschaft.* Wiesbaden: Springer VS.
Wimmer, J. (2007). *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft: Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses.* Wiesbaden: VS.

Politische Interessenvermittlung vor neuen Herausforderungen

Politische Interessen-vermittlung und Medien
Funktionen, Formen und Folgen medialer Kommunikation von Parteien, Verbänden und sozialen Bewegungen
Herausgegeben von Franziska Oehmer
2014, 443 S., brosch., 79,– €
ISBN 978-3-8487-0187-2
(Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit, Bd. 8)
www.nomos-shop.de/20392

Gesellschaftliche und mediale Wandlungsprozesse stellen die Vermittlungsleistungen politischer Akteure zunehmend vor kommunikative Herausforderungen. Der Band analysiert anhand von empirischen und theoretischen Beiträgen zur massenmedialen und Online-Kommunikation den Umgang von Parteien, Verbänden und sozialen Bewegungen mit diesen Herausforderungen.

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-4-567 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY