

# Inhalt

---

<b>I. Einleitung</b> .....	7
1. Ein praxeologischer Medienbegriff: Becoming Media .....	10
2. Medien, Öffentlichkeit und Privatheit .....	15
<b>II. Schreibpraktiken 2.0</b> .....	19
1. Mediendebatten zum Web 2.0 .....	19
1.1 Unsichtbare Medien? .....	22
1.2 Historische Mediendebatten .....	26
1.3 Funktionale Unbestimmtheit von Medien .....	29
2. Internetforschung als Methode und Befund .....	35
2.1 Uneigentliche Räume: der differente Ort des Beobachters .....	36
2.2 Unterschiedliche Zeitlichkeiten und dauerhafte Veränderung .....	40
2.3 Körperlose Sprecher und die Unzugänglichkeit von Bewusstsein .....	42
2.4 Datengrundlage .....	44
<b>III. Die Öffentlichkeit des Privaten</b> .....	47
1. Privatheit in der vernetzten Öffentlichkeit .....	47
1.1 Netzwerke affizieren Netzwerke .....	49
1.2 Überraschte Autorschaften .....	52
1.3 Überraschende Öffnungen: Peinlichkeiten und Fremdschämen .....	55
2. Transformationen .....	67
2.1 Unbestimmte Sprecher: the ever changing profile picture .....	67
2.2 Emoticons und Nicht-Wörter: die fremden Heiligen des Web 2.0 .....	74
2.3 Gute Kopien .....	78
2.4 Listen .....	102
2.5 Zusammenfassung .....	111

<b>IV. Die Privatheit des Öffentlichen</b> .....	113
1. Black Boxing: Das Ausblenden ungeliebter Netzwerkkontakte .....	114
2. Technische Beobachter: Algorithmen .....	118
3. On doing Hate Speech .....	123
3.1 Reiterationen .....	125
3.2 Definitionsprobleme: Was ist Hass auf Facebook? .....	128
3.3 Kulturen des Hasses .....	134
3.4 Entscheidungsprozesse: Was tun gegen den Hass? .....	138
4. Rückblicke .....	142
4.1 Tönnies: Öffentlichkeit und das Differenzverhältnis von Gemeinschaft und Gesellschaft .....	143
4.2 Habermas: Öffentlichkeit als universalisierbare Argumentationsgemeinschaft .....	146
4.3 Laclau und Mouffe: Die Dekonstruktion von Gemeinschaft und Gesellschaft – Diskursöffentlichkeit und die Unmöglichkeit des Sozialen .....	147
4.4 Der Internet-Diskurs der 90er Jahre: Zwischen Community, Netzwerk und Schwarm .....	148
4.5 Social Network Sites als Öffentlichkeit? Zwischen personalisierten <i>Mini-Publics</i> und technisch-vermarkteten Diskursen .....	157
5. Intimierte Öffentlichkeiten .....	166
5.1 Die zunehmende Überlagerung von Öffentlichkeit mit privaten Praktiken .....	166
5.2 Die Technisierung von Publika im Web 2.0 .....	168
5.3 Die ökonomischen Strukturen von Diskursen im Netz .....	169
5.4 Die Bedeutung von Affekten .....	171
 <b>V. Schluss: Digitale Publika – zwischen Abschottung und Vernetzung</b> .....	 175
 <b>Literatur</b> .....	 179