

Inhalt

I. Einleitung	7
1. Ein praxeologischer Medienbegriff: Becoming Media	10
2. Medien, Öffentlichkeit und Privatheit	15
II. Schreibpraktiken 2.0	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 Bewusstseinen	42
2.4 Datengrundlage	44
III. Die Öffentlichkeit des Privaten	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

IV. Die Privatheit des Öffentlichen	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 Mini-Publics und technisch-vermarkteten Diskursen	157
5. Intimisierte 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
V. Schluss: Digitale Publika – zwischen Abschottung und Vernetzung	175
Literatur	179