

# Literatur

---

- Abels, H. & König, A. (2016). Simmel: Wechselwirkungen, Vergesellschaftung, individuelles Gesetz. In H. Abels & A. König (Hrsg.), *Sozialisation. Über die Vermittlung von Gesellschaft und Individuum und die Bedingungen von Identität* (S. 3–16). Wiesbaden: Springer VS.
- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. doi:10.1257/jep.31.2.211
- Allcott, H., Gentzkow, M. & Yu, C. (2019). Trends in the Diffusion of Misinformation on Social Media. *Research and Politics*, 6(2), 1–8. doi:10.1177/2053168019848554
- Anagnostopoulos, A., Bessi, A., Caldarelli, G., Del Vicario, M., Petroni, F., Scala, A., ... Quattrocchi, W. (2014). Viral Misinformation: The Role of Homophily and Polarization. *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web*, 355–356. doi:10.1145/2740908.2745939
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. New York: Hyperion.
- Anderson, C. (2008). The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete. *Wired*. Abgerufen unter <https://www.wired.com/2008/06/pb-theory/>
- Anton, A., Schetsche, M. & Walter, M. K. (2014). Einleitung: Wirklichkeitskonstruktion zwischen Orthodoxie und Heterodoxie – zur Wissenssoziologie von Verschwörungstheorien. In A. Anton, M. Schetsche & M. K. Walter (Hrsg.), *Konspiration. Soziologie des Verschwörungsdenkens* (S. 9–25). Wiesbaden: Springer VS.
- ARGE Media-Analysen. (2018). MA 2018. Presse. Abgerufen unter <https://www.media-analyse.at/table/3129>
- Asen, R. (2000). Seeking the «Counter» in Counterpublics. *Communication Theory*, 10(4), 424–446. doi: 10.1111/j.1468-2885.2000.tb00201.x
- Atkinson, J. D. & Leon Berg, S. V. (2012). Narrowmobilization and Tea Party Activism: A Study of Right-Leaning Alternative Media. *Communication Studies*, 63(5), 519–535. doi:10.1080/10510974.2011.649442
- Atton, C. (2007). Current Issues in Alternative Media Research. *Sociology Compass*, 1(1), 17–27. doi:10.1111/j.1751-9020.2007.00005.x

- Atton, C. (2011). Alternative Media. In J. D. H. Downing (Hrsg.), *Encyclopedia of Social Movement Media* (S. 16-20). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Ausserhofer, J. & Maireder, A. (2013). National Politics on Twitter. *Information, Communication & Society*, 16(3), 291–314. doi:10.1080/1369118X.2012.756050
- Bach, A. J., Wolfson, T. & Crowell, J. K. (2018). Poverty, Literacy, and Social Transformation: An Interdisciplinary Exploration of the Digital Divide. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 22–41. doi:10.23860/JMLE-2018-10-1-2
- Bakir, V. & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154–175. doi:10.1080/21670811.2017.1345645
- Bale, J. M. (2007). Political Paranoia v. Political Realism: On Distinguishing between Bogus Conspiracy Theories and Genuine Conspiratorial Politics. *Patterns of Prejudice*, 41(1), 45–60. doi:10.1080/00313220601118751
- Barth, V. & Homberg, M. (2018). Fake News. Geschichte und Theorie falscher Nachrichten. *Geschichte und Gesellschaft*, 44, 619–642. doi:10.13109/gege.2018.44.4.619
- Bauhaus, W. (2016). Die Nutzung von Twitter als Erhebungsinstrument für die qualitative empirische Sozialforschung. In D. Schiek & C. G. Ullrich (Hrsg.), *Qualitative Online-Erhebungen. Voraussetzungen – Möglichkeiten – Grenzen* (S. 159–172). Wiesbaden: Springer VS.
- Bauschmann, M. & Ahnert, C. (2016). Analyse und Visualisierung interdisziplinärer Publikationsnetzwerke. *Zenedo*. doi:10.5281/zenodo.159939
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.
- Benkler, Y., Roberts, H., Faris, R., Solow-Niederman, A. & Etling, B. (2015). Social Mobilization and the Networked Public Sphere: Mapping the SOPA-PIPA Debate. *Political Communication*, 32(4), 594–624. doi:10.1080/10584609.2014.986349
- Bennett, W. L. & Livingstone, S. (2018). The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. doi:10.1177/0267323118760317
- Bernhard, S. (2010). Netzwerkanalyse und Feldtheorie. Grundriss einer Integration im Rahmen von Bourdieus Sozialtheorie. In C. Stegbauer (Hrsg.), *Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie* (S. 121–130). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bessi, A., Coletto, M., Davidescu, G. A., Scala, A., Caldarelli, G. & Quattrociocchi, W. (2015). Science vs Conspiracy: Collective Narratives in the Age of Misinformation. *PLoS One*, 10(2), e0118093. doi:10.1371/journal.pone.0118093
- Bessi, A., Petroni, F., Del Vicario, M., Zollo, F., Anagnostopoulos, A., Scala, A., ... Quattrociocchi, W. (2016). Homophily and Polarization in the Age of Misinformation. *The European Physical Journal Special Topics*, 225(10), 2047–2059. doi:10.1140/epjst/e2015-50319-0

- Blatter, J. K., Janning, F. & Wagemann, C. (2007). *Qualitative Politikanalyse. Einführung in Forschungsansätze und Methoden*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R. & Lefebvre, E. (2008). Fast Unfolding of Communities in Large Networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 10. doi:10.1088/1742-5468/2008/10/P10008
- Bode, L. & Vraga, E. K. (2018). See Something, Say Something: Correction of Global Health Misinformation on Social Media. *Health Communication*, 33(9), 1131–1140. doi:10.1080/10410236.2017.1331312
- Bourdieu, P. (1998[1985]). *Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, P. (2010 [1994]). Principles of an Economic Anthropology. In N. J. Smelser & R. Swedberg (Hrsg.), *The Handbook of Economic Sociology* (2. Aufl., S. 75–89). Princeton: Princeton University Press.
- Bourdieu, P. (2013[1979]). *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft* (23. Aufl.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Bowker, G. C. (2014). The Theory/Data Thing. Commentary. *International Journal of Communication*, 8, 1795–1799.
- Brumette, J., DiStaso, M., Vafeiadis, M. & Messner, M. (2018). Read All About It: The Politicization of «Fake News» on Twitter. *Social Media Uses and Content*, 95(2), 497–517. doi:10.1177/1077699018769906
- Bruns, A. (2009). *From Prosumer to Producer: Understanding User-Led Content Creation. Transforming Audiences*, London.
- Bruns, A., Burgess, J., Highfield, T., Kirchhoff, L. & Nicolai, T. (2010). Mapping the Australian Networked Public Sphere. *Social Science Computer Review*, 29(3), 277–287. doi:10.1177/0894439310382507
- Bruns, A. & Stieglitz, S. (2012). Quantitative Approaches to Comparing Communication Patterns on Twitter. *Journal of Technology in Human Services*, 30(3–4), 160–185. doi:10.1080/15228835.2012.744249
- Bruns, A. & Stieglitz, S. (2013). Towards more systematic Twitter analysis: metrics for tweeting activities. *International Journal of Social Research Methodology*, 16(2), 91–108. doi:10.1080/13645579.2012.756095
- Bürger, T. & Dang-Anh, M. (2014). Twitter Analytics. In M. Welker, M. Taddicken, J.-H. Schmidt & N. Jakob (Hrsg.), *Handbuch Online-Forschung: Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und -auswertung in digitalen Netzen* (S. 284–302). Köln: Halem.
- Burt, R. S. (2000). The Network Structure of Social Capital. *Organizational Behaviour*, 22, 345–423.

- Buß, E. (1984). Entstehungsbedingungen von Masse. In H. Pross & E. Buß (Hrsg.), *Soziologie der Masse* (S. 24–57). Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Castanho Silva, B., Vegetti, F. & Littvay, L. (2017). The Elite Is Up to Something: Exploring the Relation Between Populism and Belief in Conspiracy Theories. *Swiss Political Science Review*, 23(4), 423–443. doi:10.1111/spsr.12270
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-Power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238–266.
- Castells, M. (2010 [1996]). *The Rise of the Network Society* (2. Aufl.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chan, M. (2017). Media Use and the Social Identity Model of Collective Action: Examining the Roles of Online Alternative News and Social Media News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(3), 663–681. doi:10.1177/1077699016638837
- Chomsky, N. (2003). *Media Control. Wie die Medien uns manipulieren*. Hamburg/Wien: Europa Verlag.
- Clarke, S. (2002). Conspiracy Theories and Conspiracy Theorizing. *Philosophy of the Social Sciences*, 32(2), 131–150. doi:10.1177/004931032002001
- Coady, D. (2003). Conspiracy Theories and Official Stories. *International Journal of Applied Psychology*, 17(2), 197–209. doi:10.5840/ijap200317210
- Corner, J. (2017). Fake News, Post-Truth and Media-Political Change. *Media, Culture & Society*, 39(7), 1100–1107. doi:10.1177/0163443717726743
- Darwin, H., Neave, N. & Holmes, J. (2011). Belief in Conspiracy Theories. The Role of Paranormal Belief, Paranoid Ideation and Schizotypy. *Personality and Individual Differences*, 50(8), 1289–1293. doi:10.1016/j.paid.2011.02.027
- Diaz-Bone, R. (2008). Gibt es eine qualitative Netzwerkanalyse? *Historical Social Research*, 33(4), 311–343. doi:10.12759/hsr.33.2008.4.311-343
- Douglas, K. M., Sutton, R. M. & Cichocka, A. (2017). The Psychology of Conspiracy Theories. *Current Directions in Psychological Science*, 26(6), 538–542. doi:10.1177/0963721417718261
- Downing, J. D. H. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dubois, E. & Blank, G. (2018). The Echo Chamber is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information, Communication & Society*, 21(5), 729–745. doi:10.1080/1369118x.2018.1428656
- Duden. (2020). Gutmensch, der. Abgerufen unter <https://www.duden.de/recht-schreibung/Gutmensch>
- Elderly, S. (2015). Red Media, Blue Media, and Purple Media: News Repertoires in the Colorful Media Landscape. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(1), 1–21. doi:10.1080/08838151.2014.998220

- Eisenegger, M. (2017). Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit – Professionelle Informationsmedien nötiger denn je! In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hrsg.), *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz Suisse Svizzera* (S. 7–16). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M. (2018). Begriffe sind Programm – Plädoyer für eine öffentlichkeitssoziologische Organisationskommunikations-Forschung. In S. Wehmeier & D. Schoeneborn (Hrsg.), *Strategische Kommunikation im Spannungsfeld zwischen Intention und Emergenz* (S. 19–41). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Eisenegger, M. (2019). Hauptbefunde. Umbau der Schweizer Medienöffentlichkeit. In *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz Suisse Svizzera* (S. 9–26). Basel: Schwabe.
- Eisenegger, M. (2021). Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger & R. Blum (Hrsg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen* (S. 17–39). Wiesbaden: Springer VS.
- Eley, G. (1990). Nations, Publics, and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century. *CRSO Working Paper*.
- Elias, N. (2006 [1970]). *Was ist Soziologie?* Amsterdam: Suhrkamp.
- Elias, N. & Scotson, J. L. (2002[1965]). *Etablierte und Außenseiter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Emirbayer, M. (1997). Manifesto for a Relational Sociology. *American Journal of Sociology*, 103(2), 281–317. doi:10.1086/231209
- Engesser, S. (2008). Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In A. Zerfaß, M. Welker & J. Schmidt (Hrsg.), *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 2: Anwendungsfelder: Wirtschaft, Politik, Publizistik* (S. 47–71). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Engesser, S. & Wimmer, J. (2009). Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet. *Publizistik*, 54(1), 43–63. doi:10.1007/s11616-009-0024-2
- Fenton, N. & Downey, J. (2003). Counter Public Spheres and Global Modernity. *Javnost – The Public*, 10(1), 15–32. doi:10.1080/13183222.2003.11008819
- Figenschou, T. U. & Ihlebæk, K. A. (2018). Challenging Journalistic Authority. *Journalism Studies*, 20(19), 1–17. doi:10.1080/1461670x.2018.1500868
- Flaxman, S., Goel, S. & Rao, J. M. (2016). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(Special Issue), 298–320. doi:10.1093/poq/nfw006
- Fraser, N. (1996). Öffentlichkeit neu denken. Ein Beitrag zur Kritik real existierender Demokratie. In E. Scheich (Hrsg.), *Vermittelte Weiblichkeit. Feministische Wissenschafts- und Gesellschaftstheorie* (S. 151–182). Hamburg: Hamburger Edition.

- Fraser, N. (2010). Kritische Theorie im neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit. *Forschungsjournal NSB*, 23(3), 18–25. doi:10.1515/fjsb-2010-0304
- Friedland, L. A., Hove, T. & Rojas, H. (2014). The Networked Public Sphere. *Javnost – The Public*, 13(4), 5–26. doi:10.1080/13183222.2006.11008922
- Fuchs, C. (2010). Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory*, 13(2), 173–192. doi:10.1177/1368431010362294
- Fuhse, J. (2008). Gibt es eine Phänomenologische Netzwerktheorie? Geschichte, Netzwerk und Identität. *Soziale Welt*, 59(1), 31–52. doi:10.5771/0038-6073-2008-1-31
- Fuhse, J. (2009). Lässt sich die Netzwerkforschung besser mit der Feldtheorie oder der Systemtheorie verknüpfen? In R. Häußling (Hrsg.), *Grenzen von Netzwerken* (S. 55–80). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, 38(1), 84–117. doi:10.22329/il.v38i1.5068
- Gerhards, J. (1998). Öffentlichkeit. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch* (S. 268–274). Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Gerhards, J. & Neidhardt, F. (1991). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In S. Müller-Doohm & K. Neumann-Braun (Hrsg.), *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie* (S. 31–89). Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg.
- Glaser, B. (1992). *Emergence versus Forcing. Basics of Grounded Theory*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine.
- Goffman, E. (1961). *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Goode, L. (2009). Social News, Citizen Journalism and Democracy. *new media & society*, 11(8), 1287–1305. doi:10.1177/1461444809341393
- Görke, A. (2003). Das System der Massenmedien, öffentliche Meinung und Öffentlichkeit. In K.-U. Hellmann, K. Fischer & H. Bluhm (Hrsg.), *Das System der Politik. Niklas Luhmanns politische Theorie* (S. 121–135). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B. & Lazer, D. (2019). Fake News on Twitter During the 2016 U.S. Presidential Election. *Science*, 363(6425), 374–378. doi:10.1126/science.aau2706
- Gualda, E. & Rúas, J. (2019). Conspiracy Theories, Credibility and Trust in Information. *Communication & Society*, 32(1), 179–194. doi:10.15581/003.32.1.179-194

- Guess, A., Nagler, J. & Tucker, J. (2019). Less Than You Think: Prevalence and Predictors of Fake News Dissemination on Facebook. *Science Advantages*, 5(1), eaau4586. doi:10.1126/sciadv.aau4586
- Guess, A., Nyhan, B. & Reifler, J. (2018). Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. from European Research Council <https://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf>.
- Haas, T. (2004). Research Note. *Journalism Studies*, 5(1), 115–121. doi:10.1080/1461670032000174783
- Habermas, J. (1992). *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, J. (2009[1981]). *Theorie des kommunikativen Handelns* (7. Aufl.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, J. (2018[1962]). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hagen, L. M., Wieland, M. & In der Au, A.-M. (2017). Algorithmischer Strukturwandel der Öffentlichkeit. Wie die automatische Selektion im Social Web die politische Kommunikation verändert und welche Gefahren dies birgt. *Medien Journal*, 41(2), 127–143. doi:10.24989/medienjournal.v41i2.1476
- Haim, M., Graefe, A. & Brosius, H.-B. (2018). Burst of the Filter Bubble? *Digital Journalism*, 6(3), 330–340. doi:10.1080/21670811.2017.1338145
- Haller, A. & Holt, K. (2018). Paradoxical Populism: How PEGIDA relates to Mainstream and Alternative Media. *Information, Communication & Society*, 22(12), 1665–1680. doi:10.1080/1369118x.2018.1449882
- Haller, A., Holt, K. & de La Brosse, R. (2019). The «Other» Alternatives: Political Right-Wing Alternative Media. *Journal of Alternative and Community Media*, 4(1), 1–6. doi:10.20378/irbo-54716
- Harcup, T. (2016). Asking the Readers. *Journalism Practice*, 10(6), 680–696. doi:10.1080/17512786.2015.1054416
- Hartmann, M. (2004). *Elite-Soziologie*. Frankfurt am Main: Campus.
- Hasebrink, U. (2008). Das multiple Publikum. In B. Pörksen, W. Loosen, A. Scholl & S. Weischenberg (Hrsg.), *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Festschrift für Siegfried Weischenberg* (S. 513–530). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hasebrink, U. & Hepp, A. (2017). How to Research Cross-Media Practices? Investigating Media Repertoires and Media Ensembles. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(4), 362–377. doi:10.1177/1354856517700384
- Hasebrink, U. & Popp, J. (2006). Media Repertoires as a Result of Selective Media Use. A Conceptual Approach to the Analysis of Patterns of Exposure. *Communications*, 31(3), 369–387. doi:10.1515/COMMUN.2006.023

- Hasebrink, U. & Rössler, P. (Hg.). (1999). *Publikumsbindungen: Medienrezeption zwischen Individualisierung und Integration*. München: Reinhard Fischer.
- Häußling, R. (2010). Relationale Soziologie. In C. Stegbauer & R. Häußling (Hrsg.), *Handbuch Netzwerkforschung* (S. 63–88). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*, 1(2), 1–11. doi:10.1177/2056305115603080
- Hendricks, V. F. & Vestergaard, M. (2018). *Postfaktisch. Die neue Wirklichkeit in Zeiten von Bullshit, Fake News und Verschwörungstheorien*. München: Karl Blessing Verlag.
- Hennig, M. & Kohl, S. (2012). Fundierung der Netzwerkperspektive durch die Habitus und Feldtheorie von Pierre Bourdieu. In M. Hennig & C. Stegbauer (Hrsg.), *Die Integration von Theorie und Methode in der Netzwerkforschung* (S. 13–32). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hindman, M. (2009). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- Hollander, B. A. (2018). Partisanship, Individual Differences, and News Media Exposure as Predictors of Conspiracy Beliefs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(3), 619–713. doi:10.1177/1077699017728919
- Holt, K. (2018). Alternative Media and the Notion of Anti-Systemness: Towards an Analytical Framework. *Media and Communication*, 6(4), 49–57. doi:10.17645/mac.v6i4.1467
- Holt, K. (2020). *Right-Wing Alternative Media*. London/New York: Routledge.
- Holt, K., Figenschou, T. U. & Frischlich, L. (2019). Key Dimensions of Alternative News Media. *Digital Journalism*, 7(7), 860–869. doi:10.1080/21670811.2019.1625715
- Holtz-Bacha, C. (1997). Das fragmentierte Medien-Publikum. Folgen für das politische System. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 42, 13–21.
- Holtz-Bacha, C. (2015). Alternative Presse. In J. Wilke (Hrsg.), *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland* (S. 330–349). Köln: Böhlau Verlag.
- Imhof, K. (1996). Intersubjektivität und Moderne. In K. Imhof & G. Romano (Hrsg.), *Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie sozialen Wandels*. (S. 200–292). Frankfurt am Main: Campus.
- Imhof, K. (2000). Strukturwandel der Politik durch den Strukturwandel der Öffentlichkeit. In R. Blindenbacher, P. Hablützel & B. Letsch (Hrsg.), *Vom Service Public zum Service au Public. Regierung und Verwaltung auf dem Weg in die Zukunft* (S. 324–331). Zürich: NZZ Verlag.
- Imhof, K. (2008). Die seismographische Qualität der Öffentlichkeit. In H. Bonfadelli, K. Imhof, R. Blum & O. Jarren (Hrsg.), *Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel* (S. 17–56). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Imhof, K. (2011). *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Frankfurt am Main: Campus.
- Imhof, K. & Romano, G. (1996). *Die Diskontinuität der Moderne. Zur Theorie des sozialen Wandels*. Frankfurt am Main: Campus.
- Jarren, O. & Donges, P. (2011). Strukturen der Öffentlichkeit. In O. Jarren & P. Donges (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft* (S. 95–117). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Johnson, H. M. & Seifert, C. M. (1994). Sources of the Continued Influence Effect: When Misinformation in Memory Affects Later Inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20(6), 1420–1436. doi:10.1037/0278-7393.20.6.1420
- Jolley, D. & Douglas, K. M. (2014). The Social Consequences of Conspiracism: Exposure to Conspiracy Theories Decreases Intentions to Engage in Politics and to Reduce One's Carbon Footprint. *The British Psychological Society*, 105(1), 35–56. doi:10.1111/bjop.12018
- Kaiser, J. (2017). Spheres of Skepticism – The Integration of the Climate Skeptic Counterpublic Within the German Networked Public Sphere. Abgerufen unter <https://repositorium.zu.de/frontdoor/deliver/index/docId/16/file/Spheres+of+Skepticism+Dissertation+ZU++Jonas+Kaiser.pdf>
- Kaiser, J. & Rauchfleisch, A. (2019). Integrating Concepts of Counterpublics into Generalised Public Sphere Frameworks: Contemporary Transformations in Radical Forms. *Javnost – The Public*, 26(3), 241–257. doi:10.1080/13183222.2018.1558676
- Keller, T. R. (2019). *The Structuration of the Networked Public Sphere: How Politicians Attract Public Attention on Social Media Platforms*. Zurich: University of Zurich (Dissertation).
- Kirchner, S. & Beyer, J. (2016). Die Plattformlogik als digitale Marktordnung. *Zeitschrift für Soziologie*, 45(5), 324–339. doi:10.1515/zfsoz-2015-1019
- Kleinen-von Königslöw, K. (2016). Publikumsfragmentierung in der Online-Nachrichtenumgebung. In P. Henn & D. Frieß (Hrsg.), *Politische Online-Kommunikation: Voraussetzungen und Folgen des strukturellen Wandels der politischen Kommunikation* (S. 253–278). Berlin.
- Klemm, M. & Michel, S. (2014). Big Data – Big Problems? Zur Kombination qualitativer und quantitativer Methoden bei der Erforschung politischer Social-Media-Kommunikation. In H. Ortner, D. Pfurtscheller, M. Rizzolli & A. Wiesinger (Hrsg.), *Datenflut und Informationskanäle* (S. 83–98). Innsbruck: innsbruck university press.
- Klinger, U. & Svensson, J. (2015). The Emergence of Network Media Logic in Political Communication: A Theoretical Approach. *new media & society*, 17(8), 1241–1257. doi:10.1177/1461444814522952

- Koningsbruggen, G. M. V., Hartmann, T. & Du, J. (2018). Always On? Explicating Impulsive Influences on Media Use. In P. Vorderer, D. Hefner, L. Reinecke & C. Klimmt (Hrsg.), *Permanently Online, Permanently Connected. Living and Communicating in a POPC World*. New York/London: Routledge.
- Konkes, C. & Lester, L. (2015). Incomplete Knowledge, Rumour and Truth Seeking. *Journalism Studies*, 18(7), 826–844. doi:10.1080/1461670x.2015.1089182
- Kovic, M., Caspar, C. & Rauchfleisch, A. (2019). Motivated Cognition, Conspiratorial Epistemology, and Bullshit: A Model of Post-Factual Political Discourse. *Preprint*, 1–20. doi:10.31235/osf.io/bnv2m
- Krotz, F. (1998). Stichwort «Gegenöffentlichkeit». In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil* (S. 653). Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kwasniewski, N. (2012). Bilderberg – das Kartell der Macht. Abgerufen unter <https://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/die-verschwörungstheorie-ueber-die-bilderberg-konferenzen-a-862961.html>
- Lancchinetti, A. & Fortunato, S. (2009). Community Detection Algorithms: A Comparative Analysis. *Physical Review E*, 80(5), 056117. doi: 10.1103/PhysRevE.80.056117
- Le Bon, G. (1973[1895]). *Psychologie der Massen*. Stuttgart: Alfred Kröner.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H. & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the «Post-Truth» Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353–369. doi:10.1016/j.jarmac.2017.07.008
- Lewis, R. (2018). Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube. Abgerufen unter [https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/09/DS\\_Alternative\\_Influence.pdf](https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/09/DS_Alternative_Influence.pdf)
- Linker.ch. (2019). Presse Schweiz, CH Zeitungen, Zeitschriften, Sonntagszeitungen, Regional-Anzeiger. Abgerufen unter [https://www.linker.ch/eigenlink/presse\\_schweiz.htm](https://www.linker.ch/eigenlink/presse_schweiz.htm)
- Lobigs, F. (2017). Paradigmenwechsel in der Ökonomie gesellschaftlich relevanter digitaler Medieninhalte. Expertise im Auftrag der Eidgenössischen Medienkommission EMEK. Abgerufen unter [https://www.emek.admin.ch/inhalte/Paradigmenwechsel\\_OEkonomie\\_digitaler\\_Medien\\_Expertise\\_Lobigs.pdf](https://www.emek.admin.ch/inhalte/Paradigmenwechsel_OEkonomie_digitaler_Medien_Expertise_Lobigs.pdf)
- Lohmeier, C. (2014). The Researcher and the Never-Ending Field: Reconsidering Big Data and Digital Ethnography. *Studies in Qualitative Methodology*, 13, 75–89. doi:10.1108/S1042-319220140000013005
- Löw, M. (2001). *Raumsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1971). Öffentliche Meinung. In N. Luhmann (Hrsg.), *Politische Planung. Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung* (S. 9–34). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Luhmann, N. (1986). *Ökologische Kommunikation: Kann die moderne Gesellschaft sich aufökologische Gefährdungen einstellen?* Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Luhmann, N. (2016[1996]). *Protest. Systemtheorie und soziale Bewegungen* (5. Aufl.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (2017[1995]). *Die Realität der Massenmedien* (5. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Mahrt, M. (2016). Big Data-Analysen und qualitative Forschungsmethodik. In H. Friese, M. Nolden, G. Rebane & M. Schreiter (Hrsg.), *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten* (S. 23–37). Wiesbaden: Springer.
- Maireder, A. & Schlögl, S. (2016). Twitter-Öffentlichkeiten: Identifikation und Interpretation der Strukturen von Follower-Netzwerken. In H. Friese, M. Nolden, G. Rebane & M. Schreiter (Hrsg.), *Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten* (S. 115–139). Wiesbaden: Springer.
- Mayring, P. (1994). Qualitative Inhaltsanalyse. In A. Böhm, A. Mengel & T. Muhr (Hrsg.), *Texte verstehen: Konzepte, Methoden, Werkzeuge* (S. 159–175). Konstanz: UVK Univ.-Verl. Konstanz.
- Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (S. 601–613). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Mayring, P. & Fenzl, T. (2014). Qualitative Inhaltsanalyse. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 543–556). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- McPherson, M., Smith-Lovin, L. & Cook, J. M. (2001). Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 27, 415–444. doi:10.1146/annurev.soc.27.1.415
- Metag, J. & Rauchfleisch, A. (2016). Agenda-Building durch Twitter? Eine Analyse der Nutzung politischer Tweets durch Schweizer Journalistinnen und Journalisten. In P. Henn & D. Frieß (Hrsg.), *Politische Online-Kommunikation: Voraussetzungen und Folgen des strukturellen Wandels der politischen Kommunikation* (S. 95–116). Berlin: Digital Communication Research.
- Metag, J. & Rauchfleisch, A. (2017). Journalists' Use of Political Tweets. *Digital Journalism*, 5(9), 1155–1172. doi:10.1080/21670811.2016.1248989
- Mosca, G. (1950[1896]). *Die herrschende Klasse*. München: Leo Lehnen Verlag.
- Münch, R. (1995). *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Mützel, S. & Fuhse, J. (2010). Einleitung: Zur relationalen Soziologie. Grundgedanken, Entwicklungslinien und transatlantische Brückenschläge. In J. Fuhse & S. Mützel (Hrsg.), *Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung* (S. 7–36). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Nefes, T. S. (2015). Scrutinizing Impacts of Conspiracy Theories on Readers' Political Views: A Rational Choice Perspective on Anti-Semitic Rhetoric in Turkey. *British Journal of Sociology*, 66(3), 557–575. doi:10.1111/1468-4446.12137

- Negt, O. & Kluge, A. (1972). *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Neidhardt, F. (1994). Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 7–41). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Nelson, J. L. & Taneja, H. (2018). The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption. *new media & society*, 20(10), 3720–3737. doi:10.1177/1461444818758715
- Netzbeitrag. (2019). Deutsche Zeitungen – Aktuelle Nachrichten online lesen. Abgerufen unter <https://netzbeitrag.de/internet/2040/deutsche-zeitungen-nachrichten-online-lesen/>
- Neuberger, C. (2009). Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. In C. Neuberger, C. Nuernbergk & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession, Partizipation, Technisierung* (S. 19–105). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Neuberger, C. (2011). Soziale Netzwerke im Internet. In C. Neuberger & V. Gehrau (Hrsg.), *StudiVZ* (S. 33–96). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Neuberger, C. (2012). Bürgerjournalismus als Lösung? Empirische Ergebnisse zu den journalistischen Leistungen von Laienkommunikatoren. In O. Jarren, M. Künzler & M. Puppis (Hrsg.), *Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung* (S. 53–77). Baden-Baden: Nomos.
- Neuberger, C. (2017). Die Rückkehr der Masse. Kollektivphänomene im Internet aus Sicht der Massen- und Komplexitätstheorie. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(3), 550–572. doi:10.5771/1615-634X-2017-3-550
- Neuberger, C. & Quandt, T. (2010). Internet-Journalismus: Vom traditionellen Gatekeeping zum partizipativen Journalismus? In W. Schweiger & K. Beck (Hrsg.), *Handbuch Online-Kommunikation* (S. 59–79). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Nollert, M. (2010). Kreuzung sozialer Kreise: Auswirkungen und Wirkungsgeschichte. In C. Stegbauer & R. Häußling (Hrsg.), *Handbuch Netzwerkforschung* (S. 157–165). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Nuernbergk, C. (2012). Gatekeeper, Vermittler, Orientierungstifter? Die Rolle der etablierten Medienanbieter in der Netzwerköffentlichkeit. In B. Anda, S. Endrös, J. Kalka & S. Lobo (Hrsg.), *SignsBook – Zeichen setzen in der Kommunikation* (S. 2–7). Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Nuernbergk, C. (2016). Political Journalists Interaction Networks. The German Federal Press Conference on Twitter. *Journalism Practice*, 10(7), 868–879. doi:10.1080/17512786.2016.1162669
- Oliver, J. E. & Wood, T. J. (2014). Conspiracy Theories and the Paranoid Style(s) of Mass Opinion. *American Journal of Political Science*, 58(4), 952–966. doi:10.1111/ajps.12084

- Ortega y Gasset, J. (1968[1930]). *Der Aufstand der Massen*. Stuttgart: Rowohlt Verlag.
- Österreichische Auflagenkontrolle. (2018). 2. Halbjahr 2018 und Jahreschnitt 2018. Abgerufen unter [https://www.oeak.at/korrekturliste\\_2-hj2018/](https://www.oeak.at/korrekturliste_2-hj2018/)
- Österreichische Webanalyse. (2018). Medienanalyse. Abgerufen unter <http://www.oeawa.at/plus/medienanalyse>
- Oy, G. (2001). *Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Oy, G. (2003). Vom Kampfbegriff Gegenöffentlichkeit zur elektronischen Demokratie. Kritische Publizistik, Gegenöffentlichkeit und die Nutzung Neuer Medien durch soziale Bewegungen. *Peripherie*, 92(23), 507–523.
- Padovani, C. (2016). The Media of the Ultra-Right. *Journal of Language and Politics*, 15(4), 399–421. doi:10.1075/jlp.15.4.02pad
- Pareto, V. (1955[1916]). *Allgemeine Soziologie (ausgewählt, eingeleitet und übersetzt von Carl Brinkmann)*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. London: Viking.
- Parks, M. R. (2014). Big Data in Communication Research: Its Contents and Discontents. *Journal of Communication*, 64(2), 355–360. doi:10.1111/jcom.12090
- Pennycook, G., Cannon, T. D. & Rand, D. G. (2018). Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News. *Journal of Experimental Psychology General*, 147(12), 1865–1880. doi:10.1037/xge0000465
- Peters, B. (1994). Der Sinn von Öffentlichkeit. In F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 42–76). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Pfetsch, B., Löblich, M. & Eilders, C. (2018). Dissonante Öffentlichkeiten als Perspektive kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung. *Publizistik*, 63(4), 477–495. doi:10.1007/s11616-018-0441-1
- Podolny, J. M. (2001). Networks as the Pipes and Prisms of the Market. *American Journal of Sociology*, 107(1), 33–60. doi:10.1086/323038
- Pörksen, B. (2018). Die Theorie der Filterblasen ist nicht länger haltbar – Wir leiden bereits unter dem Filter-Clash. Abgerufen unter <https://www.nzz.ch/feuilleton/die-theorie-derfilterblasen-ist-nicht-laenger-haltbar-denn-wir-leiden-bereits-unter-dem-filter-clash-ld.1402553>
- Prior, M. (2005). News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science*, 49(3), 577–592. doi:10.2307/3647733
- Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. New York: Cambridge University Press.
- Pross, H. & Buß, E. (1984). *Soziologie der Masse*. Heidelberg: Quelle & Meyer.

- Pross, H. & Klewes, J. (1984). Einleitung. In H. Pross & E. Buß (Hrsg.), *Soziologie der Masse* (S. 7–23). Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2014). *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch* (4 Aufl.). München: Oldenbourg Verlag.
- Rauch, J. (2007). Activists as Interpretive Communities: Rituals of Consumption and Interaction in an Alternative Media Audience. *Media, Culture & Society*, 29(6), 994–1013. doi:10.1177/0163443707084345
- Rauch, J. (2016). Are There Still Alternatives? Relationships Between Alternative Media and Mainstream Media in a Converged Environment. *Sociology Compass*, 10(9), 756–767. doi:10.1111/soc4.12403
- Rauchfleisch, A. & Metag, J. (2016). The Special Case of Switzerland: Swiss Politicians on Twitter. *new media & society*, 18(10), 2413–2431. doi:10.1177/1461444815586982
- Rauchfleisch, A., Vogler, D. & Eisenegger, M. (2020). Transnational News Sharing on Social Media: Measuring and Analysing Twitter News Media Repertoires of Domestic and Foreign Audience Communities. *Digital Journalism*, 8(9), 1206–1230. doi:10.1080/21670811.2020.1835511
- Reese, S. D. & Shoemaker, P. J. (2016). A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model. *Mass Communication and Society*, 19, 389–410. doi:10.1080/15205436.2016.1174268
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2019). Digital News Report. Abgerufen unter <http://www.digitalnewsreport.org>
- Robertson, D. G. (2016). *UFOs, Conspiracy Theories and the New Age. Millennial Conspiracism*. London: Bloomsbury Publishing (Bloomsbury Advances in Religious Studies).
- Sandoval, M. & Fuchs, C. (2010). Towards a Critical Theory of Alternative Media. *Telematics and Informatics*, 27(2), 141–150. doi:10.1016/j.tele.2009.06.011
- Saxer, U. (1999). Der Forschungsgegenstand der Medienwissenschaft. In J.-F. Leonhard, H.-W. Ludwig, D. Schwarze & E. Straßner (Hrsg.), *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 1. Teilband* (S. 1–14). Berlin/New York: de Gruyter.
- Schiffrin, A. (2017). Disinformation and Democracy: The Internet Transformed Protest But Did Not Improve Democracy. *Journal of International Affairs*, 71(1), 117–126.
- Schink, A. (2020). *Verschwörungstheorie und Konspiration. Ethnographische Untersuchungen zur Konspirationskultur*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schlögl, S. & Maireder, A. (2015). Struktur politischer Öffentlichkeiten auf Twitter am Beispiel österreichischer Innenpolitik. *OZP – Austrian Journal of Political Science*, 44(1), 2313–5433. doi:10.15203/ozp.213.vol44iss1
- Schmidt, J.-H., Hölig, S., Merten, L. & Hasebrink, U. (2017). Nachrichtennutzung und Meinungsbildung in Zeiten sozialer Medien. *Informatik Spektrum*, 40(4), 358–361. doi:10.1007/s00287-017-1057-y

- Schmidt, J.-H., Merten, L., Hasebrink, U., Petrich, I. & Rolf, A. (2019). How Do Intermediaries Shape News-Related Media Repertoires and Practices? Findings From a Qualitative Study. *International Journal of Communication*, 13, 853–873.
- Schneider, J. & Eisenegger, M. (2018). Newsrepertoires junger Erwachsener. In N. Gonser (Hrsg.), *Der öffentliche (Mehr-) Wert von Medien* (S. 93–107). Wiesbaden: Springer VS.
- Schneider, J. & Eisenegger, M. (2019). Der Bedeutungsverlust traditioneller Newsmedien und die Entstehung neuer Nutzungsmuster – wie die Digitalisierung Newsrepertoires verändert. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hrsg.), *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz Suisse Svizzera* (S. 27–45). Basel: Schwabe.
- Scholl, A. (2009). Vom Dissens zur Dissidenz. Die Bedeutung alternativer Gegenöffentlichkeit für die Gesellschaft. In K. Merten (Hrsg.), *Konstruktion von Kommunikation in der Mediengesellschaft* (S. 83–95). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schrape, J.-F. (2013). Aufriss: Norbert Elias und die relationale Soziologie. Abgerufen unter <https://gedankenstrich.org/wp-content/uploads/2013/07/Norbert-Elias-und-die-relationale-Soziologie.pdf>
- Schulze, H. (2020). Who Uses Right-Wing Alternative Online Media? An Exploration of Audience Characteristics. *Cogitatio*, 8(3), 6–18. doi:10.17645/pag.v8i3.2925
- Schwaiger, L. (2019). Social Media. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hrsg.), *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz Suisse Svizzera* (S. 147–164). Basel: Schwabe.
- Schwaiger, L. (2021a). Die Lüge im digitalen Zeitalter – Simmel und die «geheime Gesellschaft». In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger & R. Blum (Hrsg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen* (S. 323–337). Wiesbaden: Springer VS.
- Schwaiger, L. (2021b). Gegen den Mainstream: Eliten- und Medienkritik in digitalen Öffentlichkeiten. In K. Hahn & A. Langenohl (Hrsg.), *Protestkommunikation: Konflikte um die Legitimität politischer Öffentlichkeit* (S. 191–212). Wiesbaden: Springer VS.
- Schwaiger, L. (2021 [im Erscheinen]). Datenvielfalt auf Twitter – Relational soziologische Ansätze bei der Interpretation sozialer Netzwerkstrukturen. In C. Lohmeier & T. Wiedemann (Hrsg.), *Datenvielfalt in kommunikationswissenschaftlichen Forschungskontexten: Potenziale und Herausforderungen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schwaiger, L., Schneider, J. & Vogler, D. (2020). Mediennutzung. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hrsg.), *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz Suisse Svizzera* (S. 135–143). Basel: Schwabe.

- SimilarWeb. (2019). Website Analysis & Competitive Intelligence. Abgerufen unter <https://www.similarweb.com>
- Simmel, G. (1905). *Kant. Sechzehn Vorlesungen gehalten an der Berliner Universität*. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Simmel, G. (1968 [1908]). *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung* (5. Aufl.). Berlin: Duncker & Humblot.
- Simmel, G. (1992 [1899]). Zur Psychologie und Soziologie der Lüge. In H.-J. Dahme & D. P. Frisby (Hrsg.), *Georg Simmel. Aufsätze und Abhandlungen 1894 bis 1900 (Gesamtausgabe Band 5)* (S. 404–419). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Smith, R. J. (2014). Missed Miracles and Mystical Connections: Qualitative Research, Digital Social Science and Big Data. *Studies in Qualitative Methodology*, 13, 181–204. doi:10.1108/S1042-319220140000013011
- Stamm, K.-H. (1988). *Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen*. Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Stark, B. (2013). Fragmentierung Revisited: eine theoretische und methodische Evaluation im Internetzeitalter. In W. Seufert (Hrsg.), *Langfristiger Wandel von Medienstrukturen: Theorie, Methoden, Befunde* (S. 199–220). Baden-Baden: Nomos.
- Statista. (2019a). Zeitungen in Deutschland. Abgerufen unter <https://de.statista.com/statistik/studie/id/6551/dokument/zeitungen-in-deutschland/>
- Statista. (2019b). Zeitungen und Zeitschriften in der Schweiz. Abgerufen unter <https://de.statista.com/statistik/studie/id/45383/dokument/zeitungen-und-zeitschriften-in-der-schweiz/>
- Statista. (2019c). Zeitungen und Zeitschriften in Österreich. Abgerufen unter <https://de.statista.com/statistik/studie/id/37756/dokument/zeitungen-in-oesterreich-statista-dossier/>
- Stieglitz, S. & Dang-Xuan, L. (2013). Emotions and Information Diffusion in Social Media – Sentiment of Microblogs and Sharing Behavior. *Journal of Management Information Systems*, 29(4), 217–248. doi:10.2753/MIS0742-1222290408
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques*. California: SAGE Publications.
- Strippel, C., Bock, A., Katzenbach, C., Mahrt, M., Merten, L., Nuernbergk, C., ... Waldherr, A. (2018). Die Zukunft der Kommunikationswissenschaft ist schon da, sie ist nur ungleich verteilt. *Publizistik*, 63(1), 11–27. doi:10.1007/s11616-017-0398-5
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and Partisan Selective Exposure. *Journal of Communication*, 60(3), 556–576. doi:10.1111/j.1460-2466.2010.01497.x
- Stroud, N. J. (2011). *Niche News. The Politics of News Choice*. New York: Oxford University Press.
- Swart, J., Peters, C. & Broersma, M. (2017). Navigating Cross-Media News Use. *Journalism Studies*, 18(11), 1343–1362. doi:10.1080/1461670x.2015.1129285

- Tandoc, E. C., Lim, Z. W. & Ling, R. (2017). Defining «Fake News»: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(3), 137–153. doi:10.1080/21670811.2017.1360143
- Theis-Berglmaier, A. M. (2015). Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. In R. Fröhlich, P. Szyszka & G. Bentele (Hrsg.), *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln* (3. Aufl., S. 399–410). Wiesbaden: Springer VS.
- Thiel, T. (2016). Anonymität und der digitale Strukturwandel der Öffentlichkeit. *Zeitschrift für Menschenrechte*, 10(1), 9–24.
- Törnberg, P. (2018). Echo Chambers and Viral Misinformation: Modeling Fake News as Complex Contagion. *PLoS One*, 13(9), 1–21. doi:10.1371/journal.pone.0203958
- Treibel, A. (2008). *Die Soziologie von Norbert Elias. Eine Einführung in ihre Geschichte, Systematik und Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ullrich, P. (2017). Postdemokratische Empörung. Ein Versuch über Demokratie, soziale Bewegungen und gegenwärtige Protestforschung. In T. Heim (Hrsg.), *Pegida als Spiegel und Projektionsfläche. Wechselwirkungen und Abgrenzungen zwischen Pegida, Politik, Medien, Zivilgesellschaft und Sozialwissenschaften* (S. 217–251). Wiesbaden: Springer VS.
- van der Linden, S. (2015). The Conspiracy-Effect: Exposure to Conspiracy Theories (About Global Warming) Decreases Pro-Social Behavior and Science Acceptance. *Personality and Individual Differences*, 87, 171–173. doi:10.1016/j.paid.2015.07.045
- van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. doi:10.17645/mac.v1i1.70
- van Prooijen, J. W. & Douglas, K. M. (2017). Conspiracy Theories as Part of History: The Role of Societal Crisis Situations. *Memory Studies*, 10(3), 323–333. doi:10.1177/1750698017701615
- van Prooijen, J. W. & Douglas, K. M. (2018). Belief in Conspiracy Theories: Basic Principles of an Emerging Research Domain. *European Journal of Social Psychology*, 48(7), 897–908. doi:10.1002/ejsp.2530
- Vargo, C. J., Guo, L. & Amazeen, M. A. (2018). The Agenda-Setting Power of Fake News: A Big Data Analysis of The Online Media Landscape From 2014 to 2016. *new media & society*, 20(5), 2028–2049. doi:10.1177/1461444817712086
- Verweij, P. (2012). Twitter Links between Politicians and Journalists. *Journalism Practice*, 6(5–6), 680–691. doi:10.1080/17512786.2012.667272
- Vogler, D. (2017). Medienstrukturen. In fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (Hrsg.), *Jahrbuch Qualität der Medien. Schweiz Suisse Svizzera* (S. 23–40). Basel: Schwabe.

- von Kardoff, E. (2019). Castells (1996): The Rise of the Network Society. In B. Holzer & C. Stegbauer (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Netzwerkforschung* (S. 105–109). Wiesbaden: Springer VS.
- Wahl-Jorgensen, K. (2018). The Emotional Architecture of Social Media. In Z. Papacharissi (Hrsg.), *A Networked Self and Platforms, Stories, Connections* (S. 77–93). New York and London: Routledge.
- Wallace, J. (2017). Modelling Contemporary Gatekeeping. *Digital Journalism*, 1–20. doi:10.1080/21670811.2017.1343648
- Warner, B. R. & Neville-Shepard, R. (2014). Echoes of a Conspiracy: Birthers, Truthers, and the Cultivation of Extremism. *Communication Quarterly*, 62(1), 1–17. doi:10.1080/01463373.2013.822407
- Weber, M. (1984 [1921]). *Soziologische Grundbegriffe*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Weber, M. (1985 [1922]). *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- WEMF. (2019). next>level. Auflagen 2018. Abgerufen unter <https://www.nextlevel.ch/m-cloud/index.html>
- White, H. C. (1992). *Identity and control: A structural theory of social action*. Princeton: University Press.
- Wiestler, D. & Barth, N. (2017). Le public et la foule. Praktiken des Massenhaf-ten und die Entstehung digitaler Öffentlichkeit(en) auf Facebook. In K. Hahn & A. Langenohl (Hrsg.), *Kritische Öffentlichkeiten – Öffentlichkeiten in der Kritik*. (S. 159–181). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Wikipedia. (2019a). Deutsche Nachrichtenmagazine. Abgerufen unter [https://de.wikipedia.org/wiki/Nachrichtenmagazin#Deutsche\\_Nachrichtenmagazine](https://de.wikipedia.org/wiki/Nachrichtenmagazin#Deutsche_Nachrichtenmagazine)
- Wikipedia. (2019b). Liste deutscher Zeitungen. Abgerufen unter [https://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_deutscher\\_Zeitungen](https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_deutscher_Zeitungen)
- Wikipedia. (2019c). Liste österreichischer Zeitungen und Zeitschriften. Abgerufen unter [https://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_österreichischer\\_Zeitungen\\_und\\_Zeitschriften](https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_österreichischer_Zeitungen_und_Zeitschriften)
- Wikipedia. (2019d). Liste von Schweizer Zeitungen. Abgerufen unter [https://de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_von\\_Schweizer\\_Zeitungen](https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Schweizer_Zeitungen)
- Willems, H. (2010). Figurationssoziologie und Netzwerkansätze. In C. Stegbauer & R. Häußling (Hrsg.), *Handbuch Netzwerkforschung* (S. 255–268). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wimmer, J. (2007). *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wimmer, J. (2014). Öffentlichkeit, Gegenöffentlichkeiten und Medienpartizipation im Zeitalter des Internets. In C. Schmitt & A. Vonderau (Hrsg.), *Transnationalität und Öffentlichkeit. Interdisziplinäre Perspektiven* (S. 285–308). Bielefeld: transcript.

- Wimmer, J. (2015). Alternative Medien, Soziale Bewegungen und Medienaktivismus. In A. Hepp, F. Krotz, S. Lingenberg & J. Wimmer (Hrsg.), *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse* (S. 191–199). Wiesbaden: Springer VS.
- Wood, M. J. & Gray, D. (2019). Right-Wing Authoritarianism as a Predictor of Pro-Establishment Versus Anti-Establishment Conspiracy Theories. *Personality and Individual Differences*, 138, 163–166. doi:10.1016/j.paid.2018.09.036
- Zannettou, S., Caulfield, T., De Cristofaro, E., Kourtellis, N., Leontiadis, I., Sirivianos, M., ... Blackburn, J. (2017). *The Web Centipede: Understanding How Web Communities Influence Each Other Through the Lens of Mainstream and Alternative News Sources*. Proceedings of the 2017 Internet Measurement Conference.
- Zimmermann, F. & Kohring, M. (2018). «Fake News» als aktuelle Desinformation. Systematische Bestimmung eines heterogenen Begriffs. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(4), 526–541. doi:10.5771/1615-634x-2018-4-526
- Zollo, F., Novak, P. K., Del Vicario, M., Bessi, A., Mozetic, I., Scala, A., ... Quattrociocchi, W. (2015). Emotional Dynamics in the Age of Misinformation. *PLoS One*, 10(9), e0138740. doi:10.1371/journal.pone.0138740
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., de Vreese, C. H. & Helberger, N. (2016). Should We Worry About Filter Bubbles? *Internet Policy Review*, 5(1), 1–16. doi:10.14763/2016.1.401



# Tabellenverzeichnis

---

Tabelle 1: Alternative Nachrichtenwebsites mit den höchsten monatlichen Seitenzugriffen (> 1'000'000) aus den drei Untersuchungsländern (Stand: August 2019).....	127
Tabelle 2: Top 10 alternativer Newswebsites aus den drei Untersuchungsländern mit den meisten monatlichen Zugriffen (Stand: August 2019) .....	128
Tabelle 3: Nachrichtenseiten mit den grössten Communities (Page-Likes, Follower_innen, Abonnent_innen) auf Facebook, Twitter und YouTube (Stand: August 2019).....	129
Tabelle 4: Medieninhalte alternativer Nachrichtenmedien nach Medientyp.....	178
Tabelle 5: Kategorienschema qualitative Inhaltsanalyse »Relationen alternativer Nachrichtenmedien«.....	214



# Abbildungsverzeichnis

---

Abbildung 1:	Vierstufiges methodisches Design .....	109
Abbildung 2:	Kodierparadigma für die Hauptkategorie «Kritik am «Mainstream» (professioneller Journalismus)» .....	135
Abbildung 3:	Kodierparadigma für die Hauptkategorie «Selbst- und Journalismusverständnis» .....	137
Abbildung 4:	Kodierparadigma für die Hauptkategorie «Layout und Rhetorik» .....	142
Abbildung 5:	Schlüsselkategorie «Alternative Nachrichtenmedien als Vierte Gewalt» und Definitionskategorien alternativer Nachrichtenmedien .....	144
Abbildung 6:	Aufbau und Layout der Website «Junge Freiheit» (Deutschland) ..	150
Abbildung 7:	Aufbau und Layout der Website «Tichys Einblick» (Deutschland) .....	150
Abbildung 8:	Aufbau und Layout der Website «Info-DIREKT» (Österreich) .....	150
Abbildung 9:	Aufbau und Layout der Website «Newskritik» (Schweiz) .....	150
Abbildung 10:	Layout der Website «Alles Schall und Rauch» (Schweiz) .....	158
Abbildung 11:	Layout der Website «Uncut News» (Schweiz) .....	159
Abbildung 12:	Layout der Website «Der Funke» (Österreich) .....	164
Abbildung 13:	Layout der Website «Rote Anneliese» (Schweiz) .....	164
Abbildung 14:	Layout der Website «Rote Fahne News» (Deutschland) .....	164
Abbildung 15:	Layout der Website «Addendum» (Österreich) .....	170
Abbildung 16:	Layout der Website «Republik» (Schweiz) .....	171
Abbildung 17:	Layout der Website «Krautreporter» (Deutschland) .....	171
Abbildung 18:	Leserinnenquote der «Republik» .....	173
Abbildung 19:	Soziale und ökonomische Strukturen alternativer Nachrichtenmedien .....	176
Abbildung 20:	Twitter-Follower-Netzwerk alternativer Nachrichtenmedien .....	186
Abbildung 21:	Twitter-Follower-Netzwerk alternativer und professioneller Nachrichtenmedien .....	191
Abbildung 22:	Twitter-Retweet-Netzwerk alternativer Nachrichtenmedien .....	199
Abbildung 23:	Twitter-Retweet-Netzwerk alternativer und professioneller Nachrichtenmedien .....	204

