Stefan Hauser, Roman Opilowski, Eva L. Wyss (Hg.): Alternative Öffentlichkeiten: Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung

Bielefeld: transcript 2019 (Edition Medienwissenschaft, Bd.35), 318 S., ISBN 9783837636123, EUR 29,99

Mit ihrem Sammelband zu alternativen Öffentlichkeiten legen die Herausgeber_innen eine Nuancierung der verschiedenen Konzepte von Gegenöffentlichkeit und Öffentlichkeit vor, die auf das Hervorbringen „digitaler Öffentlichkeiten […] durch nicht-institutionelle Akteure […] mit teilweise anderen Produktions- und Rezeptionslogiken […]" (S.10) als bei journalistischen Massenmedien bezogen ist. Der Fokus dieser Nuancierung ist dabei eine linguistische Perspektive. Allerdings sind die Beiträge stets in interdisziplinären Auseinandersetzungen mit Öffentlichkeitstheorien gerahmt, was in den meisten Fällen die Relevanz der linguistischen Perspektive hinsichtlich des Öffentlichkeitsdiskurses weiter hervorhebt. Dabei liegen die Annahmen zu Grunde, dass Öffentlichkeit stets Bestandteil sozialer Praktiken ist und die Praxis des Öffentlichen in Abhängigkeit von medialen Bedingungen geschieht (vgl. S.7). Weder der Begriff der Öffentlichkeit noch jener der alternativen Öffentlichkeit werden in einer einheitlichen Weise verwendet, was jedoch in Anbetracht des Zieles des Sammelbandes notwendig und sinnvoll erscheint.

Praktiken, die beleuchtet werden, sind unter anderem das Verhalten in Webforen, Kommentarfunktionen von Nachrichtenmagazinen und Unternehmen sowie Kundenbewertungen bei Amazon, die Verwendung von Medien als Interaktionsschutz oder des Hashtags #MeToo. Ebenso behandelt der Band Meso-Kommunikation im Verhältnis medialer Praktiken in der Stadt und online, wissenschaftliche Webvideos als kritisch zu betrachtende Ontologisierung von Erkenntnis und Internetmeme als Sprech- und Bildakte.

Alle Beiträge zeichnen sich durch viele anschauliche Beispiele aus, welche die Verbindung zu klassischen (Gegen-) Öffentlichkeitsdiskursen erleichtern.
Der Beitrag von Françoise Hammer zu Dissens in der Leser_innenrezension widmet sich der Konstitution potenziell partizipativer Räume im Kontext von Amazon-Kundenrezensionen; sie untersucht insbesondere von der Majorität abweichende Buchrezensionen und Reaktionen auf diese. Die Beschreibung von öffentlichen Kundenbeschwerden „als Versuch des Entwurfs einer alternativen Gegenöffentlichkeit" (S.308) in Nadine Rentels Beitrag scheint streitbar, denn der Diskurs um Gegenöffentlichkeit kennzeichnet selbige als eine „[…] gegen eine hegemoniale Öffentlichkeit gerichtete *Teilöffentlichkeit* […] (Engesser, Sven/Wimmer, Jeffrey: „Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet." In: *Pub* 2009 [54], S.43–63, hier S.45)

wie etwa die Studierendenproteste der 1970er Jahre; hier ist die Bedeutung von ‚alternativ' also anders kontextualisiert.

Interessant scheint eine in mehreren Beiträgen identifizierbare Bedeutung des (Ver)Schweigens für die (Nicht-) Konstitution von Öffentlichkeiten. Zentral ist dieses Motiv bei Birte C. Gnau und Eva L. Wyss in Bezug auf ein „Schweigekartell" (S.133) um den Sexualstraftäter Harvey Weinstein und „gesellschaftliche Muster der Relativierung von Verbrechen und offengelegte[n] Missständen" (S.144.). Erscheint das Motiv bei Gerd Antos in Form des Potentials der „Datenmacht […] als Steuerungs- und Repressionsinstrument" (S.73) und damit als Instrument des ‚Zum-Schweigen-Bringens' wieder auf, so findet sich bei Ruth Ayaß etwa die Konstruktion „temporärer situationaler Reservate" (S.94) via Medien als *involvement-shields*, also etwa einer Zeitung oder eines Mobiltelefons als Zeichen der Nicht-Verfügbarkeit in öffentlichen Räumen. Besagte Reservate fungieren in Konsequenz teilweise auch als Räume des öffentlichen Schweigens. Konstanze Marx hingegen beschreibt das Schweigen Prominenter als Zeichen von Pietät bei tragischen Ereignissen und die Schweigeminute als vergemeinschaftete Trauer.

In Reminiszenz an die von Jürgen Habermas stilisierte bourgeoise Salonkultur, lassen sich die Beiträge als die Herausarbeitung einer Bandbreite kommunikativer, und damit sozialer Praktiken verstehen, die in Bezug auf Fragmentierung und Dispersität des Publikums beziehungsweise der Öffentlichkeit in und durch Mediatisierung oder Digitalisierung ähnliche Relevanz beweisen. Für Medien- und Kommunikationswissenschaftler_innen, die sich mit dem vielschichtigen Prozess der Konstitution von Öffentlichkeit und damit der Genese öffentlicher Meinung befassen, stellt dieser Band eine interessante Nuancierung des Diskurses dar.

Jan Hinnerk Freytag (Flensburg)