

Inhalt

1	Einführung: Medienentwicklung und Öffentlichkeit.....	9
2	Zum Realitätsgehalt von Öffentlichkeitsbegriffen	14
2.1	Die Renaissance eines Themas.....	14
2.2	Relevanz, Kommunikation und Raum	17
2.3	Gegenöffentlichkeit.....	23
3	Zwei Strukturmerkmale von Öffentlichkeit	28
3.1	Die Struktur des Forums	28
3.2	Die Struktur der Arena.....	30
3.3	Kategorisierung von Öffentlichkeiten.....	32
4	Gesellschaftlicher Wandel und Öffentlichkeit.....	35
4.1	Jürgen Habermas als Protagonist einer nicht vermachteten Kommunikation	35
4.2	Kritik am deliberativen Politikmodell.....	40
4.3	Niklas Luhmann: Anschlussfähige Kommunikation durch Öffentlichkeit	42
4.4	Diskursbedarf und Individualisierung.....	45
5	Kommunikative Potenziale des Internet	49
5.1	Medieninnovationen im Vergleich.....	49
5.2	Die Veränderung von Verwaltung und Politik.....	53
5.3	Elektronische Netzwerke und alternative Politik	62
5.4	Politik und Internet in der Diskussion.....	64
6	Gegenöffentlichkeit im Cyberspace?	
	Die Bedeutung des Raumes	72
6.1	Bewegungsmilieus in ihrem Verhältnis zu lokalen Traditionen.....	72
6.2	Universalismus und räumliche Entgrenzung.....	76
6.3	Betroffenheit im Cyberspace?.....	77
6.4	Die Symbolik von Raum und Zeit.....	79
6.5	Die Vergesellschaftung des Protests	85

7	Herkömmliche Massenmedien und Internet.....	88
7.1	Die Selektivität der Nutzer	88
7.2	Aktualität als Sinnstiftung	91
7.3	Themengenerierung im Internet?	94
7.4	Die Multifunktionalität des Internet	95
7.5	Typologie der Internet-Öffentlichkeit	97
7.6	Netzkommunikation als rationaler Diskurs	100
8	Mailinglist und Chat: eine Exploration.....	103
8.1	Verteilungen und Beziehungsmuster.....	103
8.2	Die neue Öffentlichkeit des Internet	108
9	Subversion oder Anarchie?	
	Zur Kommunikation von Gerüchten.....	112
9.1	Analogie der Netzstrukturen	112
9.2	Gerücht und Gegenöffentlichkeit	115
9.3	Strategien der Legitimation von Informationen	117
10	Gerüchte im Internet	123
10.1	Digitales Hörensagen	123
10.2	Vorteile der Anonymität?	125
10.3	Meme und Hoax	127
10.4	Informationsknappheit und <i>information overload</i>	129
✓ 10.5	Politische Gerüchte	130
11	Propaganda und die Instrumentalisierung der Gegenöffentlichkeit.....	133
11.1	Informationskontrolle, Informationspolitik, Desinformation	133
11.2	Propaganda als politische Werbung und Indoktrination.....	135
11.3	Propaganda als Kriegswaffe.....	139
12	Das Ende der Propaganda.....	143
12.1	Die herkömmlichen Medien.....	143
12.2	Die Logik der Online-Kommunikation	145
12.3	Öffentlichkeit ohne Zensur.....	146
12.4	Propaganda und Aufklärung.....	150
12.5	Monitoring durch die globale Öffentlichkeit.....	152
12.6	Relativierung der Macht?	157
12.7	Öffnung oder Schließung: Rechtsradikale im Netz.....	159

13 Medienkompetenz als demokratietheoretisches Postulat	162
13.1 Zugangsvoraussetzungen für die politische Kommunikation.....	162
13.2 Texte und Bilder.....	167
13.3 Von der pädagogischen zur gesamtgesellschaftlichen Aufgabe.....	169
13.4 Dimensionen der Medienkompetenz.....	175
14 Ausblick: Die Dialektik der Internet-Kommunikation	183
Literatur.....	189
URL	200