

# Protest in der Plattformöffentlichkeit

Jan-Felix Schrape

*Beitrag zum Plenum 6 »Mobilisierung und Protest«*

## Einleitung

In meinem Beitrag<sup>1</sup> möchte ich aus medien- und techniksoziologisch informierter Sicht einige Verdachtsmomente zu dem fortschreitenden Wandel der gesellschaftlichen Öffentlichkeitsstrukturen sowie zu den Folgen und Konsequenzen entwickeln, die damit für soziale Bewegungen mit Blick auf ihre Aktivitäten und die Generierung öffentlicher Sichtbarkeit einhergehen. In einem ersten Schritt nehme ich die weitreichenden Rekonfigurationen in den Infrastrukturen der öffentlichen Kommunikation in den Blick, die durch die Digitalisierung angestoßen worden sind. In einem zweiten Schritt diskutiere ich am Beispiel der jugendzentrierten Bewegung *Fridays for Future*, wie sich diese Neuordnungen für zivilgesellschaftliche Protestkollektive mit Blick auf ihre Koordination und die Herstellung von Aufmerksamkeit ausspielen. In einem dritten Schritt stelle ich daran anknüpfend die These zur Diskussion, dass Mehrebenenmodelle von Öffentlichkeit trotz der Pluralisierung der Kommunikationsarenen und der veränderten Balance zwischen technischen und sozialen Strukturierungsleistungen nach wie vor eine instruktive Orientierungsgrundlage in der Untersuchung zivilgesellschaftlicher Protestdynamiken bieten.

## Plattformöffentlichkeit

Wie in anderen sozioökonomischen Bereichen (beispielsweise mit Blick auf die Koordination von Märkten; vgl. Staab 2019) rückt seit einigen Jahren auch im Bereich der öffentlichen Kommunikation die zunehmende Plattformorientierung von Transaktions- und Austauschprozessen in den Fokus des sozialwissenschaftlichen Diskurses und ist dort mit dem Ausdruck *Plattformisierung* (Helmond 2015) auf den Begriff gebracht worden. Intermediäre Plattformstrukturen per se sind im Medienbereich indes alles andere als ein exklusives Phänomen der Gegenwart: Mit der Verbreitung der Telegrafie sind im 19. Jahrhundert die ersten Nachrichtenagenturen entstanden, die Meldungen sammeln, kuratieren und an Einzelmedien vermitteln; zur selben Zeit gründeten sich im Buchhandel die ersten Barsortimente als logistische Zwischenglieder; in nicht wenigen Belangen lassen sich auch Zeitungshäuser

---

<sup>1</sup> Der vorliegende Text entspricht abgesehen von wenigen punktuellen Aktualisierungen und ergänzten Literaturangaben dem im Sommer 2020 erarbeiteten Vortragsmanuskript.

(neben ihrer Position als Produzenten) als vermittelnde Plattformen zwischen Journalist\*innen, werbetreibenden Unternehmen und Leser\*innen beschreiben (Rochet, Tirole 2003). Erst mit der Etablierung des Internets und alltagstauglicher digitaler Endgeräte sehen sich Rezipient\*innen allerdings in der Lage, selbsttätig auf den Katalog der jeweiligen Plattform zuzugreifen sowie die Inhalte mit algorithmischen Hilfsmitteln eigenständig zu selektieren und weiterzuverbreiten – ebenso wie sich dort alle informationstechnisch registrierten Nutzungsdynamiken aggregieren und auswerten lassen. Dadurch tritt zum einen die ‚Plattform‘ als Koordinationsstruktur in den Vordergrund der sozialwissenschaftlichen Wahrnehmung. Zum anderen gehen damit aber auch einschneidende Verschiebungen in den medienökonomischen Grundkonstellationen einher, die José van Dijck et al. (2018, S. 51) treffend als ein „unbundling“ sowie „rebundling“ von Inhalten, Verbreitung, Werbung und Publikum beschrieben haben.

Ausschlaggebend für die öffentliche Kommunikation ist hierbei nicht nur, dass in diese Dynamiken der Neubündelung technikzentrierte Unternehmen wie *Apple*, *Alphabet* (mit *Google*, *YouTube*), *Facebook* (mit *Instagram*, *WhatsApp*), *Snapchat*, *TikTok* und *Twitter* involviert sind, die sich journalistischen Handlungsorientierungen nicht zuvorderst verpflichtet fühlen, sondern ebenso, dass mit dem Ineinandergreifen verschiedenartiger Plattformstrukturen und -logiken überdies ein verändertes Verhältnis von Zentralisierung und Dezentralisierung einhergeht. Zum einen bestimmen sich die übergreifenden Diffusionschancen von Inhalten in der öffentlichen Kommunikation heute nicht mehr alleine durch deren Reflexion in den Publikationen großer Medienhäuser, sondern in einem soziotechnischen Zusammenspiel von Suchmaschinen, Social-Media-Plattformen, Werbenetzwerken sowie Aggregations- und Medienportalen. Zum anderen ist der gegenwärtige Strukturwandel nicht mehr nur durch klassische Dynamiken der Medienkonzentration – also die Verflechtung eigentlicher Medienunternehmen (Trappel et al. 2002) – geprägt, sondern ebenso durch eine historisch singuläre infrastrukturelle Dominanz weniger weltweit agierender börsennotierter IT-Unternehmen (Dolata 2020; Dolata, Schrape 2018).

Bereits über 60 Prozent der 18- bis 44-jährigen in Deutschland nannten dabei 2020 laut dem *Reuters Digital News Report* das Internet in seiner Gesamtheit als ihre Hauptnachrichtenquelle (Newman et al. 2020; Hölig, Hasebrink 2020), wobei sich einerseits die meistgeteilten Inhalte im deutschsprachigen Social Web nach wie vor primär aus den Angeboten etablierter Medienmarken (z.B. *ARD Tagesschau*, *RTL*, *Spiegel*, *BILD*) speisen (Prochazka 2020, S. 21ff.) und sich daneben andererseits vielfältige Teil- und Gegenöffentlichkeiten um Instant-Messaging-Gruppen und sogenannte „alternative Medienangebote“ herausgebildet haben, „die sich in Auswahl und Darstellung berichteter Inhalte tendenziell eher an den Rändern des politischen Spektrums orientieren“ (Hölig, Hasebrink 2020, S. 27f.). Insbesondere die jüngeren Altersgruppen – und das macht die Rekonstruktion der entsprechenden Dynamiken meines Erachtens so diffizil – greifen allerdings oft nicht mehr direkt auf die entsprechenden Nachrichteninhalte zu, sondern über äußerst divergent ausgerichtete digitale Plattformen, die für sich jeweils durch ganz eigene Diffusions- und Kommunikationslogiken geprägt sind, wodurch im Effekt höchst individuelle und kontextgebundene Medienrepertoires entstehen.

Entgegen vieler Erwartungen erfährt der professionelle Journalismus vor diesem Hintergrund bislang zwar in der Produktion von Nachrichten weder durch Amateure noch durch Algorithmen elementare Konkurrenz (vgl. Nuernbergk, Neuberger 2018). Allerdings verlieren Medienunternehmen zunehmend die Kontrolle über die Distribution und Monetarisierung ihrer Inhalte, da die zentralen digitalen Plattformen zu den alles entscheidenden Intermediären zwischen Inhalten, Publikum und Werbekunden werden. Die Verteilung von Nachrichten richtet sich heute insofern verstärkt an den algorithmisch messbaren Präferenzen der Nutzer\*innen aus, was sich ein Stück weit durchaus als eine Dezentralisierung in der Nachrichtengewichtung beschreiben lässt, die mit erhöhten Sichtbarkeitspotenzialen für

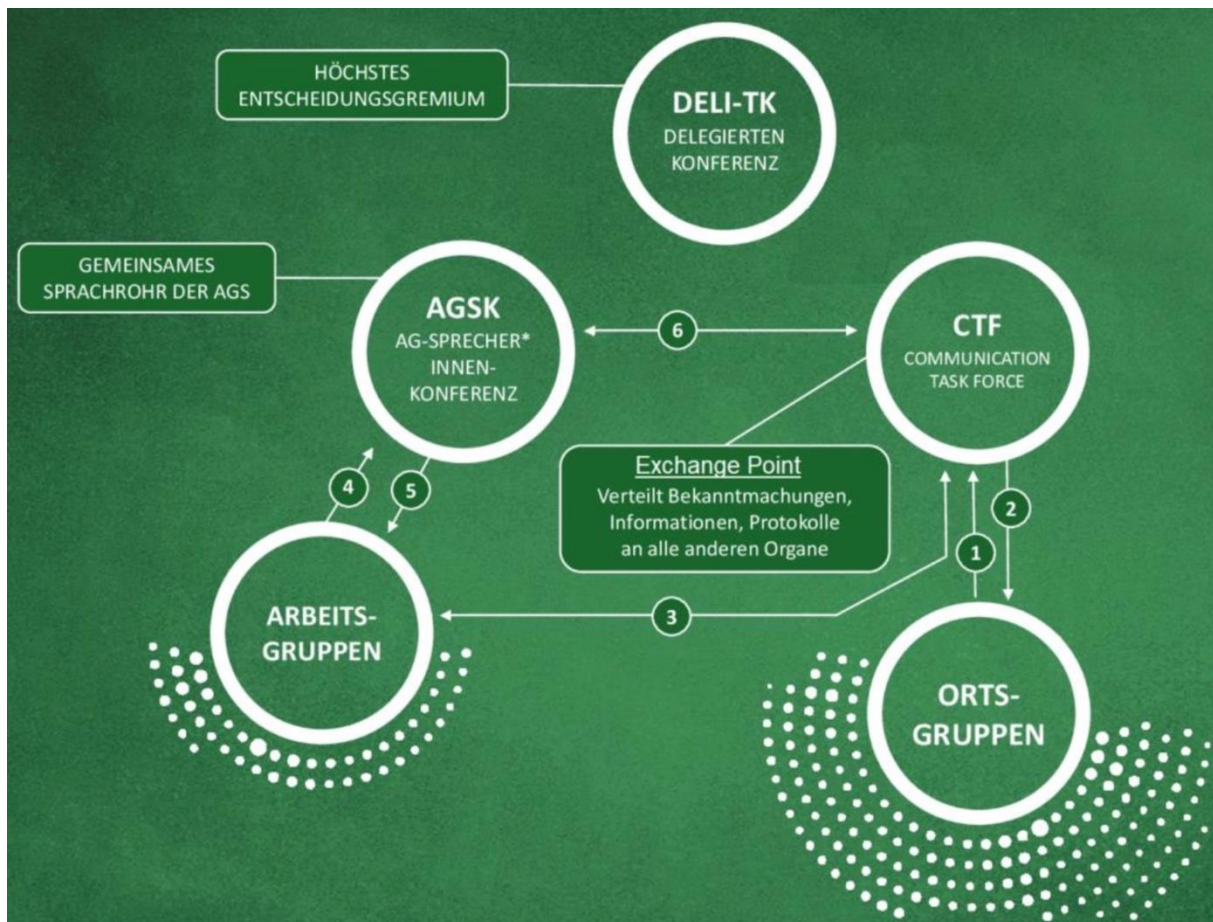
randständige Inhalte (wie auch bewusste *fake news*) eingeht. Gleichzeitig werden dadurch freilich unmittelbare Anschlussreaktionen zu dem wesentlichen Dreh- und Angelpunkt der öffentlichen Kommunikation. Die gesellschaftsübergreifende Sichtbarkeit von Inhalten und Stellungnahmen bestimmt sich heute folglich nicht mehr nur durch deren Reflexion in den Publikationen großer Medienhäuser, sondern in einem komplexen Wechselspiel von Kommunikations- und Aggregationsplattformen, Medienanbietern, Rezeptionsdynamiken und den jeweils in Anschlag gebrachten algorithmischen Mustern. Mit diesen infrastrukturellen Rekonfigurationen geht zum einen eine erhöhte Durchlässigkeit einher; zum anderen zeichnet sich jede Plattform allerdings wiederum durch einen starken organisationalen Nukleus aus, der durch in die technischen Architekturen bereits eingeschriebene Regularien (z.B. das Zeichenlimit auf *Twitter*, vorgegebene Aufzeichnungslängen auf *TikTok*) und Eingriffe in den Informationsverkehr bei Verstößen gegen die plattformeigenen Regeln (vgl. z.B. für eine Liste der Suspendierungen auf *Twitter*: Wikipedia 2021) die dortigen Kommunikationsdynamiken erheblich mitstrukturiert.

## Protestdynamiken

Für zivilgesellschaftliche Protestdynamiken und soziale Bewegungen gehen mit diesen soziotechnischen Rekonfigurationen zunächst einmal deutlich erweiterte Spielräume einher, da diese Neubündelung vorderhand lange kritisierten Ungleichgewichten in der Nachrichtenproduktion sowie öffentlichen Kommunikation entgegensteuert. Das betrifft sowohl die Frage, wer als Autor\*in oder Meinungsmacher\*in auftreten kann, als auch die Frage, welchen Themen und Inhalten überhaupt Nachrichtenwert zugesprochen wird und welche Ereignisse (wie z.B. selbst große Demonstrationen in den 1970er- und 1980er-Jahren) keine übergreifende mediale Reflexion erfahren. Beide Engführungen werden mit der Digitalisierung bzw. Plattformisierung der öffentlichen Kommunikation nun bis zu einem gewissen Grad aufgebrochen: Ortsungebundene Kommunikations- und Abstimmungsmöglichkeiten stehen niederschwellig auf breiter Ebene zur Verfügung; Internetnutzer\*innen können mehr oder minder (un-)mittelbar Einfluss auf die Informationsströme nehmen; Lücken und Unschärfen in der journalistischen Berichterstattung lassen sich zeitnaher als zuvor benennen; jedwedes Thema und jede Meinung kann zumindest im Grundsatz an dem Spiel um öffentliche Sichtbarkeit partizipieren.

Diese ermöglichenden Eigenheiten digitaler Infrastrukturen sowie die daraus resultierenden Umstellungen in der Mobilisierung und Koordination sozialer Protestbewegungen waren in der letzten Dekade ein zentraler Gegenstand sozialwissenschaftlicher Diskurse. Das zeigt sich zum einen in den intensiven Diskussionen um die nach wie vor populäre These der „logic of connective action“, die von W. Lance Bennett und Alexandra Segerberg (2013, S. 196f.) unter dem unmittelbaren Eindruck von *Occupy Wall Street* (USA, ab Herbst 2011) und dem *Movimiento 15-M* (Spanien, ab Mai 2011) formuliert worden ist und digitale Plattformen als „organizing agents“ beschreibt, welche zu der Genese neuartiger „connective action networks“ beitragen sollen, in denen sich individuelle Unzufriedenheiten ohne weitere Organisationsleistungen zu gesellschaftsweit sichtbaren Protestkollektiven verdichten können. Und das zeigt sich zum anderen in den vielfältigen Debatten um einen radikalen Strukturwandel der Öffentlichkeit durch Digitalisierung und Internet, im dem – verbreiteten Annahmen zufolge – die Grenze zwischen Publikum und Anbietenden mehr und mehr verschwimmt und die Gatekeeping-Positionen von journalistischen Anbietern bzw. massenmedialen Synthetisierungsinstanzen einer Erosion unterliegen.

Beide Vermutungen sind in ihrer Radikalität zwischenzeitlich relativiert worden – so unter anderem von Bennett und Segerberg (2015) selbst – oder haben in der empirischen Rekonstruktion nachkommender Bewegungen wie *Nuit debout* (Frankreich, ab 2016) und *Black Lives Matter* (USA, ab 2014) umfassende Erweiterung erfahren, so etwa durch Anastasia Kavada (2018) sowie Elena Pavan und Donatella della Porta (2021). Und in vielen dieser Arbeiten ist aus meiner Sicht mittlerweile doch sehr offenkundig hervorgetreten, dass sich die Effekte der digitalen Transformation von Öffentlichkeit – oder anders formuliert: der zunehmenden Relevanz digitaler Plattformen und ihrer strukturgebenden Eigenheiten – für soziale Bewegungen deutlich uneindeutiger ausspielen, als dies zunächst angenommen wurde (Schrape 2021; Mölders, Schrape 2019; Dolata, Schrape 2018). Das lässt sich meines Erachtens in besonders prägnanter Form mit Blick auf die auf dem 40. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie vielfach thematisierte Bewegung *Fridays for Future* vor Augen führen, die in Deutschland im Dezember 2018 das erste Mal mit Straßendemonstrationen in den Bereich der öffentlichen Aufmerksamkeit getreten ist.



**Abb. 1: Chatstruktur Fridays for Future Deutschland (Quelle: FFF 2021, Stand: 10/2020, v1.9)**

*Fridays for Future Deutschland* (vgl. als Übersicht: Haunss, Sommer 2020) beschreibt sich selbst als eine dezentral und basisdemokratisch organisierte Graswurzelbewegung und greift zur Mobilisierung sowie zur ortsübergreifenden Koordination intensiv auf populäre Social-Media-Plattformen und Instant-Messaging-Dienste (*WhatsApp*, *Discord*, *Telegram*) zurück. Gleichzeitig verlässt sich die Bewegung aber keineswegs alleine auf die Leistungen digitaler Plattformen und Dienste als ‚organizing agents‘, sondern verfügt bereits seit Frühjahr 2019 über distinkte interne Koordinationsstrukturen, die sich in ei-

nem ca. 17-seitigen Strukturpapier (Fridays for Future 2021) widerspiegeln, in dem die kollektiven Grundsätze, Werte und Leitlinien, die bundesweiten Kommunikationskanäle und Abstimmungsmodalitäten sowie die Aufgabenverteilungen zwischen den einzelnen Arbeits- und Organisationseinheiten ausformuliert werden. In diesem kollektiv legitimierten Strukturpapier, das regelmäßig Aktualisierung erfährt und Ende 2020 in Version 1.9 vorlag, wird die allgemeine Chatstruktur von *Fridays for Future Deutschland* wie folgt beschrieben (Abb. 1): Die inzwischen nominell über 500 demokratisch strukturierten und eigenverantwortlich handelnden Ortsgruppen entsenden jeweils 2 bis 4 gewählte Delegierte in die bundesweite Delegierten-Telefonkonferenz, die Entscheidungsfragen in die Ortsgruppen zurücktragen, welche jeweils über eine Stimme zu jedem Sachverhalt verfügen. Daneben gibt es eine Communication Task Force, die zwischen den Ortsgruppen, der Delegiertenkonferenz und den thematischen Arbeitsgruppen vermittelt, die wiederum durch eine Arbeitsgruppen-Sprecher\*innen-Konferenz vertreten werden. Ende 2020 operierten über 25 solcher Arbeitsgruppen, darunter z.B. eine AG Abgeordnetengespräche, eine Presse AG, eine Kampagnen AG, eine Social Media AG, eine Finanz AG und eine Struktur AG.

Auch wenn sich in der Protestpraxis naturgemäß situative Abweichungen und Unschärfen erkennen lassen (vgl. für eine teilnehmende Beobachtung je zweier Sitzungen der Ortsgruppen Bremen und Bremerhaven: Döninghaus et al. 2020), lässt sich *Fridays for Future Deutschland* mit Blick auf die interne Koordination insofern durchaus als ein Beispiel für die schrittweise, genuin soziale Institutionalisierung kollektiver Protestakteure (und als eine in dieser Hinsicht eher klassische Form der *collective action*) beschreiben, die heute freilich durch die veränderten kommunikationstechnischen Infrastrukturen eine beträchtliche Effektivierung erfährt. Solche längerfristig strategiefähigen sozialen Bewegungen schälen sich mit der Zeit aus loser gekoppelten Formationen heraus und entwickeln eigenständige Koordinationsmuster wie auch eine kollektiv geteilte Identität und Intentionalität (Dolata, Schrape 2018); sie bleiben allerdings nichtsdestoweniger auf die wiederkehrende Herstellung und politische Ausschöpfung von Massen- und Crowd-Dynamiken angewiesen: „While crowds open up the opportunity for politics [...], it falls on social movements, as actors expressing a systemic conflict and aware of their own agency, to capitalize on this opportunity.“ (Kavada 2018, S. 115) Die öffentliche Sichtbarkeit von *Fridays for Future* nahm in diesem Sinne denn auch merklich ab, nachdem massenhafte Straßenproteste mit der COVID-19-Pandemie ab Frühjahr 2020 nicht mehr möglich waren.

Auch die Außenkommunikation der Bewegung zeichnet sich durch ein hohes Maß an Intentionalität und Professionalisierung aus und folgt dabei Mustern, die sich in früheren Fällen kollektiven Protests bewährt haben. Wie unter anderem Moritz Sommer, Dieter Rucht, Sebastian Haunss und Sabrina Zajak (2019) herausgearbeitet haben, konnte *Fridays for Future* dabei von Beginn an nicht nur auf eine in der allgemeinen Öffentlichkeit bereits verankerte Sensibilität für den Klimawandel sowie auf den Mobilisierungsleistungen der Ökologiebewegung aufbauen, sondern mit Greta Thunberg und ihrer Lebensgeschichte von Anfang an ebenso dem Personalisierungsinteresse journalistischer Berichterstattung in idealer Weise entsprechen. Daneben hat sich zumindest in der Außenbetrachtung auch hierzulande mit der Zeit ein informelles Kernteam herausgebildet, das zwar über keine formale interne Legitimation verfügt und von der Basis mitunter kritisch gesehen wird, aber mit Luisa Neubauer, Jakob Blasel und anderen Protagonist\*innen eindeutig benennbare Adressen für die journalistische Bearbeitung, den öffentlichen Diskurs und Diskussionsdynamiken auf Social-Media-Plattformen bietet. Darüber hinaus adressiert die Bewegung in ihrer Außenkommunikation regelmäßig bekannte politische Entscheidungsträger\*innen (wie z.B. Angela Merkel im August 2020) mit ausgearbeiteten konkreten Forderungen – Simon Teune (2020) nennt das „die Prominenzkarte spielen“ – und sucht mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen gezielt die Aufmerksamkeit verbreitungsstarker journalistischer



Angebote (zum Teil in Kooperation mit politischen Partnern wie dem gemeinnützigen Recherchezentrum *Correctiv*).

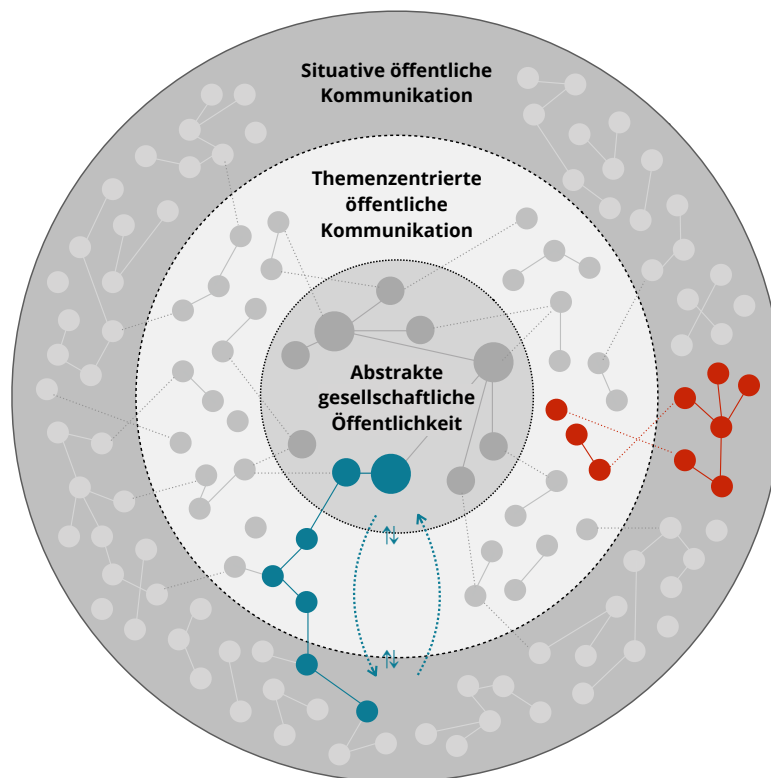
Diese durch eine langfristige Strategie geprägte Öffentlichkeitsarbeit spricht insofern ebenso dafür, *Fridays For Future* in vielen Belangen als eine stabilisierte soziale Bewegung einzustufen, deren Koordinations- und Mobilisierungsprozesse zwar durch Digitalisierung und Internet beträchtliche Effektivierung und Erweiterung erfahren – die aber in ihrer Außenkommunikation zugleich die gesamte Klaviatur erprobter Protest-PR ausspielt und in diesem Zusammenhang bewusst auch auf die eingespielten Selektionskriterien verbreitungsstarker Massenmedien eingeht. Die Kehrseite davon ist, dass die Intensität der übergreifenden Aufmerksamkeit für *Fridays for Future* an die üblichen Themenkonjunkturen der journalistischen Berichterstattung gekoppelt bleibt und die eigenen Aktivitäten und Positionen schnell durch neuartige Protestphänomene wie *Querdenken 711* überschrieben werden können (und also ständig nachgeladen werden muss). Zum ersten lässt sich am Beispiel *Fridays for Future* wie auch anhand weiterer Ausprägungen zivilgesellschaftlicher Protestkommunikation (vgl. dazu: Schrape 2021; Mölders, Schrape 2019; Dolata, Schrape 2018) insoweit zeigen, dass auch die Einheit onlineaffiner sozialer Protestbewegungen nach wie vor durch aufwändige soziale Identitäts- und Strategiebildungsprozesse realisiert wird. Zum zweiten wird deutlich, dass die Schlagkraft kollektiver Agenda-Setting-Impulse über den konkreten Moment hinaus wesentlich durch die Ausbildung von internen Organisationsstrukturen sowie Beziehungen zu politischen Partnern bestimmt wird. Und zum dritten bestimmt sich der überdauernde Erfolg zivilgesellschaftlicher Protestdynamiken nach wie vor in substantieller Weise auch aus der Fähigkeit, regelmäßig Anschluss an bereits sichtbare Themen in der öffentlichen Kommunikation sowie an die allgemeine Berichterstattung journalistischer Massenmedien zu finden.

## Ebenen öffentlicher Kommunikation

Vor diesem Hintergrund möchte ich im abschließenden Teil dieses Beitrags dafür plädieren, probate Mehrebenenmodelle von Öffentlichkeit (paradigmatisch: Gerhards, Neidhardt 1991) in der Beobachtung von Protestdynamiken im Kontext der fortschreitenden Digitalisierung nicht – wie das immer wieder diskutiert wird – einfach aufzugeben, sondern diese vielmehr mit Blick auf die strukturebenen Eigenheiten digitaler Plattformen sowie die intensivierten Austauschbeziehungen zwischen den divergenten Arenen öffentlicher Kommunikation weiterzuentwickeln (dazu z.B.: Jarren 2019). Denn in der digitalisierten Gesellschaft haben sich zwar die Eintrittsbarrieren in die Sphäre medial vermittelter Öffentlichkeit spürbar verringert; angesichts nach wie vor knapper Verarbeitungsressourcen bleiben aber nichtsdestominder basale Selektionsschwellen erhalten, deren Überwindung jenseits des Zufalls eine intendierte Herstellung von Aufmerksamkeit voraussetzt. Dieser keineswegs reduzierte Anforderungsdruck in der Herstellung von Sichtbarkeit für zivilgesellschaftliche Protestkollektive wird aus meiner Sicht gerade dann erklärbar, wenn wir uns die öffentliche Sphäre ausgehend von den klassischen Eingaben von Jürgen Habermas (1992, S.436, 452) nach wie vor als ein „hochkomplexes Netzwerk“ vorstellen, das sich nach Kommunikationsdichte, Organisationskomplexität und Reichweite in mehrere Ebenen ausdifferenzieren lässt – von der situativen Kommunikation über themenzentrierte Teilöffentlichkeiten bis hin zu einer allgemeinen abstrakten Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Bezugshorizont (Abb. 2).

In der *situativen öffentlichen Kommunikation* treten Kommunikationspartner\*innen mit heterogenen Hintergründen auf der Basis der gegebenen soziotechnischen Infrastrukturen miteinander in Interaktion. In der einschlägigen Literatur werden als Beispiele hierfür Gespräche in öffentlichen Verkehrsmit-

teln und auf Wochenmärkten oder Diskussionen in Kneipen und Bars genannt – also eher zufällige Kommunikationsprozesse, die durch die infrastrukturellen Rahmenbedingungen mitgeprägt werden. Im Online-Bereich lassen sich diesbezüglich volatile Austauschdynamiken auf *Facebook*, *Twitter* oder *Instagram* anführen, die sich durch eine hohe soziale Offenheit auszeichnen und durch die ermöglichenden wie strukturierenden Eigenheiten der genutzten Plattformen mitbestimmt werden. Im Unterschied zu Face-to-Face-Interaktionen kann es durch die veränderten soziotechnischen Prämissen unkomplizierter zu Akkumulationseffekten, basalen Verknüpfungen (z.B. über einen Hashtag) und rasch erkennbaren Ballungen von Aufmerksamkeit (z.B. Empörungswellen) kommen. Ohne weitergehende soziale Koordinierungsleistungen bleibt eine momentüberdauernde Verfestigung aber unwahrscheinlich. Da die dort verhandelten Inhalte allerdings im Social Web deutlich sichtbarer sind als zuvor, kann in stabileren Kommunikationszusammenhängen (wie z.B. in der journalistischen Berichterstattung) heute umstandsloser daran angeschlossen werden als dies früher der Fall war.



**Abb. 2: Ebenen öffentlicher Kommunikation (Quelle: Schrape 2021)**

Demgegenüber zeichnen sich Formen der *themenzentrierten öffentlichen Kommunikation* durch einen deutlich höheren Grad an Organisiertheit aus. Als typisches Beispiel hierfür gelten öffentliche Veranstaltungen, die über eindeutige Sprecher\*innen- und Publikumsrollen verfügen, sich an einem Thema ausrichten und von einem benennbaren Personenkreis durchgeführt werden. Daneben lassen sich (online wie offline) sämtliche Formen von arrangierten Kommunikationszusammenhängen auf dieser Ebene verorten, die sich durch einen koordinierenden Kern und eine klare thematische Ausrichtung auszeichnen. Solche arrangierten Kommunikationszusammenhänge bauen heute oft auf algorithmisch vorstrukturierten Diskussionsdynamiken auf. Sie bilden mit der Zeit allerdings distinkte eigene Koordinationsstrukturen aus, die sie unabhängiger von den Eigenheiten spezifischer Plattformen machen, und verfolgen ausgearbeitete Öffentlichkeitsstrategien. Auch kollektive Protestzusammenhänge, die situationsüberdauernde Relevanz erfahren, stabilisieren sich nicht voraussetzungsfrei, sondern

entlang benennbarer thematischer und organisationaler Bezugspunkte. Das zeigt sich am Beispiel von fokussierten Bewegungen wie *Fridays for Future*, das zeigt sich aber auch in den Stabilisations- bzw. Zerfallsdynamiken rechtspopulistischer Initiativen wie *Querdenken 711* (Nachtwey et al. 2020) oder *PEGIDA* (Rucht 2015).

Angesichts der Vielzahl an situativen und themenzentrierten Kommunikationszusammenhängen kann die Gesellschaft ihre Einheit in der allgemeinen Gegenwartsbeschreibung (die als Bezugsgrundlage nicht nur in politischen Entscheidungsprozessen relevant bleibt) indes auch bei intensivster Vernetzung nicht über eine automatisierte Aggregation aller kursierenden Inhalte herstellen. Dafür bleiben übergreifende Synthetisierungsinstanzen wie die Massenmedien oder funktionale Äquivalente relevant, die entlang sozial ausgehandelter Kriterien wie etwa journalistischer Standards jene Inhalte selektieren, die allgemein relevant erscheinen (das hat sich zuletzt auch wieder in der COVID-19-Pandemie gezeigt). Der Katalog an Themen und Stellungnahmen, der auf dieser *abstrakten Ebene einer gesellschaftsweiten Bezugsöffentlichkeit* verhandelt werden kann, ist dabei notwendigerweise überaus beschränkt und muss aus jeder spezialisierten Perspektive zwangsläufig lückenhaft und fragmentarisch erscheinen. Gerade aber weil stets nur wenige Themen im Bereich der gesellschaftsweiten Aufmerksamkeit stehen können, bleibt es für soziale Protestbewegungen von zentraler Relevanz, neben anderen Kommunikationssphären und Öffentlichkeitsarenen auch diese abstrakte Bezugsöffentlichkeit sehr bewusst mit aufmerksamkeitsbindenden, in der journalistische Berichterstattung direkt verwertbaren Inhalten und Aktivitäten zu adressieren. Das zeigt sich entlang der bisherigen Entwicklungen um *Fridays for Future* und das zeigt sich ebenso mit Blick auf weltweite Hashtag-Dynamiken wie *MeToo*, die so noch vor 20 Jahren gar nicht möglich gewesen wären, aber ohne ihre breite Reflexion durch massenmediale Angebote keineswegs ein derart hohes Maß an Sichtbarkeit und Resonanz erfahren hätten.

Die These, die ich in diesem Plenum im Rahmen des diesjährigen DGS-Kongresses zur Diskussion stellen möchte, lautet dementsprechend: Insbesondere in der Beobachtung zivilgesellschaftlicher Protestdynamiken bleibt es nach wie vor instruktiv, Mehrebenenmodelle von Öffentlichkeit als ein erstes Orientierungsraster über die Aushandlungsprozesse von Sichtbarkeit in der digitalisierten Gesellschaft zu legen, sofern die heute weitaus vielfältigeren Interaktionen zwischen den einzelnen Kommunikationssphären sowie der Einfluss informationstechnischer Infrastrukturen und ihre strukturierenden Eigenheiten dabei nicht unter den analytischen Teppich gekehrt werden (Schrape 2021; vgl. auch Klaus, Drüeke 2017). Denn: Nicht zuletzt dadurch, dass die journalistische Konstruktion einer als gemeinsam empfundenen Gegenwartsbeschreibung mittlerweile auch auf der Auswertung von beobachtbaren Kommunikationsdynamiken im Social Web fußt und ein Gutteil der politischen Stellungnahmen auf digitalen Plattformen getätigt wird, treten zu den klassischen Selektionsmustern journalistischer Massenmedien (wie Quantität, Konflikt und Anschlussfähigkeit an die bisherige Berichterstattung) nun die Ordnungsleistungen algorithmischer Selektions- und Aggregationsstrukturen hinzu, die sich vor allem an den privatwirtschaftlichen Interessen der plattformbetreibenden Unternehmen ausrichten.

## Literatur

Bennett, W. Lance, und Alexandra Segerberg. 2015. Communication in Movements. In *The Oxford Handbook of Social Movements*, Hrsg. Donatella della Porta und Mario Diani, 367–382. Oxford: Oxford University Press.



- Bennett, W. Lance, und Alexandra Segerberg. 2013. *The Logic of Connective Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Döninghaus, Luca Marie, Konstantin Gaber, Renée Gerber, Jonas Laur, Helena Redmer, Ann-Katrin Schlott, und Anne Wollschläger. 2020. Kollektive Identität und kollektives Handeln. Wie werden Entscheidungen in Fridays for Future-Ortsgruppen getroffen? In *Fridays for Future – Die Jugend gegen den Klimawandel*, Hrsg. Sebastian Haunss und Moritz Sommer, 147–162. Bielefeld: Transcript.
- Dolata, Ulrich. 2020. Plattform-Regulierung. Koordination von Märkten und Kuratierung von Sozialität im Internet. *Berliner Journal für Soziologie* 29:179–206.
- Dolata, Ulrich, und Jan-Felix Schrape. 2018. *Collectivity and Power on the Internet. A Sociological Perspective*. Cham: Springer.
- Fridays for Future Deutschland. 2021. *Strukturpapier*. Version 1.9 vom 30.9.2020. <https://wiki.fridaysforfuture.is/index.php?title=Strukturpapier> (Zugegriffen: 14. Jan. 2021).
- Gerhards, Jürgen, und Friedhelm Neidhardt. 1991. Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. In *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation*, Hrsg. Stefan Müller-Doohm und Klaus Neumann-Braun, 31–89. Oldenburg: BIS.
- Habermas, Jürgen. 1992. *Faktizität und Geltung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Haunss, Sebastian, und Moritz Sommer. 2020. *Fridays for Future – Die Jugend gegen den Klimawandel*. Bielefeld: Transcript.
- Helmond, Anne. 2015. The Platformization of the Web. In *Social Media + Society* 1(2):1–11.
- Hölig, Sascha, und Uwe Hasebrink (Hrsg.). 2020. *Reuters Institute Digital News Report 2020. Ergebnisse für Deutschland*. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts 50. Hamburg: HBI.
- Kavada, Anastasia. 2018. Connective or Collective? The Intersection between Online Crowds and Social Movements in Contemporary Activism. In *The Routledge Companion to Media and Activism*, Hrsg. Graham Meikle, 108–117. London: Routledge.
- Klaus, Elisabeth, und Ricarda Drüeke (Hrsg.). *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde*. Bielefeld: transcript.
- Mölders, Marc, und Jan-Felix Schrape. 2019. Digital Deceleration. Protest and Societal Irritation in the Internet Age. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 44(S1):199–215.
- Nachtwey, Oliver, Robert Schäfer und Nadien Frei. 2020. *Politische Soziologie Der Corona-Protteste*. SocArXiv, 17.12.2020. <https://osf.io/preprints/socarxiv/zyp3f/> (Zugegriffen: 14. Jan. 2021).
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Anne Schulz und Kleis Nielsen. 2020. *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nuernbergk, Christian, und Christoph Neuberger. 2018. Einführung. In *Journalismus im Internet*, Hrsg. Christian Nuernbergk und Christoph Neuberger, 1–10. Wiesbaden: Springer VS.
- Pavan, Elena, und Donatella della Porta. 2021. Social Movements, Communication and Media. In *Routledge Handbook of Digital Media and Communication*, Hrsg. Leah A. Lievrouw und Brian D. Loader, 307–318. London: Routledge.
- Prochazka, Fabian. 2020. *Vertrauen in Journalismus unter Online-Bedingungen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Jarren, Otfried. 2019. Medien- und Öffentlichkeitswandel durch Social Media als gesellschaftliche Herausforderung wie als Forschungsfeld. In *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft*, Hrsg. Marc Eisenegger, Linards Udris und Patrick Ettinger, 349–376. Wiesbaden: Springer VS.
- Rochet, Jean-Charles und Jean Tirole. 2003. Platform Competition in Two-sided Markets. *Journal of the European Economic Association* 1(4):990–1029.
- Rucht, Dieter. 2015. Pegida & Co. – Aufstieg und Fall eines populistischen Unternehmens. *betrifft: Bürgergesellschaft* 41:1–18.
- Schrape, Jan-Felix. 2021. Irritationsgestaltung in der Plattformöffentlichkeit. In *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Mediensymposium Bd. 15*, Hrsg. Roger Blum, Marc Eisenegger, Patrick Ettinger und Marlis Prinzing, 175–190. Wiesbaden: Springer VS.

- Sommer, Moritz, Dieter Rucht, Sebastian Haunss und Sabrina Zajak. 2019. *Fridays for Future. Profil, Entstehung und Perspektiven der Protestbewegung in Deutschland*. ipb Working Paper 2/2019.
- Staab, Philipp. 2019. *Digitaler Kapitalismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Teune, Simon. 2020. „Es geht um symbolische Politik“. Interview. *Die Tageszeitung (taz)* vom 20.8.2020. <https://taz.de/Bewegungsforscher-ueber-FFF-bei-Merkel/!5708480/> (Zugegriffen: 14. Jan. 2021).
- Trappel, Josef, Werner A. Meier, Klaus Schrape und Michaela Wölk. 2002. *Die gesellschaftlichen Folgen der Medienkonzentration*. Opladen: Leske+Buderich.
- Van Dijck, José, Thomas Poell und Martijn de Waal. 2018. *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press.
- Wikipedia. 2021. *Twitter Suspensions*. Enzyklopädie-Artikel (kontinuierlich aktualisiert). [https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter\\_suspensions](https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter_suspensions) (Zugegriffen: 14. Jan. 2021).