

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I Thematisierung als Element von online-medialer Kommunikation

<b>1 Komplexe Möglichkeiten zur Thematisierung auf Medienplattformen</b> .....	3
1.1 Problemstellung: Zur Unbestimmtheit von Themensetzung und -gestaltung in der online-medialen Öffentlichkeit .....	7
1.2 Zielsetzung und Entwicklung der Fragestellung über eine Affordanz-analytische Herangehensweise .....	11
1.3 Aufbau der Arbeit .....	17
Verweise .....	19
<b>2 Theoretischer Bezugspunkt I: »Themen« und »Thematisierung« als kommunikationswissenschaftliche Untersuchungsgegenstände</b> .....	27
2.1 Merkmale von Themen für Kommunikator*innen in der öffentlichen und interpersonalen Kommunikation .....	30
2.1.1 Themen in der öffentlichen Kommunikation .....	31
2.1.2 Themen in der interpersonal-privaten Kommunikation .....	34
2.1.3 Zwischenfazit: Suchpunkte für Leistungsmerkmale und Leistungsträger von Themen in der internetbasierten Kommunikation .....	36
2.2 Merkmale von Thematisierung nach klassischen Konzepten der Medieninhaltsforschung .....	38
2.2.1 Legitimation und Orientierung dank Hierarchisierung – Bezüge aus dem Agenda-Setting ....	38

2.2.2	Orientierung und Inszenierung über die Nachahmungen der Inhalte – Bezüge aus der Diffusionsforschung .....	42
2.2.3	Orientierung und Sinnentwicklung über das Hervorheben – Bezüge aus dem Framing .....	45
2.2.4	Orientierung über die Regelgeleitete Selektion – Bezüge aus der Nachrichtenwertforschung .....	47
2.3	Zwischenfazit .....	50
2.3.1	Fazit 1: Thematisierung zur Legitimation, Inszenierung und Deutung .....	51
2.3.2	Fazit 2: Leistungsträger sind an die Vermittlung der Handlungsantriebe gebunden .....	54
	Verweise .....	57

## **Teil II Entwicklung einer konzeptionellen Basis: Das Setzen und Gestalten von Themen auf einer Medienplattform**

<b>3</b>	<b>Theoretischer Bezugspunkt II: Affordanzen digitaler Medienplattformen .....</b>	<b>69</b>
3.1	Affordanzforschung in der Psychologie und der Informatik .....	72
3.1.1	Entwicklungs- und Gestaltpsychologischer Ausgangspunkt: Subjektspezifische Affordanzen .....	72
3.1.2	Konzeptioneller Gegenentwurf aus der Neurowissenschaft und Informatik: Bedarfsspezifisch selektierte Affordanzen .....	77
3.2	Adaptionen des Konzepts innerhalb der Sozial- und Geisteswissenschaften .....	81
3.2.1	Technologie – Affordanzen – Subjekt: Technologische Affordanzen zur subjektiven Beurteilung von Medieninhalten .....	82
3.2.2	Subjekte – Technologien – Affordanzen: Soziale Affordanzen bei gemeinsamen Gebrauchsweisen .....	87
3.2.3	Subjekt/Technologie – Subjekt/Technologie – Affordanzen: Die kommunikative Aushandlung, wozu Medientechnologien dienen .....	89
3.2.4	Systematisierung: Zwischen technologischen, sozialen und medialen Affordanzen – Drei Konzeptlinien für die Untersuchung internetbasierter Thematisierung .....	94

3.3 Zwischenfazit .....	99
Verweise .....	100
<b>4 Systematisierung: Soziale Affordanzen als Leistungsmerkmale in der internetbasierten Thematisierung .....</b>	<b>107</b>
4.1 Interaktionssoziologischer Ausgangspunkt: Affordanzen als soziale Merkmale realisierter technischer Handlungsoptionen .....	109
4.2 Artefaktanalytische Konkretisierung: Medienplattform – Kommunikator*innen – Handlungsverläufe .....	114
4.2.1 Kontext-Dimension: Bereitgestellte technische Handlungsoptionen .....	115
4.2.2 Kommunikator*innen-Dimension: Affordanzen als realisierte Kontaktmöglichkeit .....	116
4.2.3 Zeit-Dimension: Affordanzen als Hinweise auf Themen-Strukturbildung .....	118
4.3 Zwischenfazit .....	120
Verweise .....	122
<b>Teil III Konzeptionalisierung über (1) die Existenzkontexte, (2) die soziale und (3) die szenische Integration von Affordanzen bei Thematisierung</b>	
<b>5 Existenzkontexte von Affordanzen: Bereitgestellte und nicht bereitgestellte Techniken zur Thematisierung .....</b>	<b>127</b>
5.1 Normativ-Öffentlichkeitstheoretische Anforderungen: Die Kennzeichnung von Informationen und Meinungen zu einem Thema .....	129
5.2 Existenzkontextuelle Beurteilung von Affordanzen bei internetbasierter Thematisierung .....	134
5.2.1 Journalistischer Kontext: Merkmale bei der Relevanzauslegung und Verlinkung .....	135
5.2.2 Ökonomischer Kontext: Kurzfristige Anbindung an die Inhalte über Emotionen und die Plattformverschränkende Verbreitung .....	139
5.2.3 Soziokultureller Kontext: Referentieller Zirkelschluss .....	144
5.2.4 Zusammenfassende Gedanken: Fünf Merkmalsdimensionen von Affordanzen bei internetbasierter Thematisierung .....	146

5.3	Deskriptiv-Materielle Ebene: Gestalterische Anlage der Medienplattformen .....	147
5.3.1	Technische Umsetzung der fünf Merkmalsdimensionen .....	149
5.3.2	Zusammenfassende Gedanken zur deskriptiv-materiellen Analyse .....	164
5.4	Zwischenfazit .....	168
	Verweise .....	170
<b>6</b>	<b>Soziale Integration von Affordanzen: Vom Kennen über das Können zum Wollen .....</b>	<b>179</b>
6.1	Konzeptionelle Basis: Integration von Affordanzen als soziale Prozess Erfahrung .....	182
6.1.1	Ausgangspunkt: Affordanzen als Ereignisse von Kommunikation .....	183
6.1.2	Interaktionssoziologische Perspektive: Soziale Integration auf der Medienplattform .....	186
6.1.3	Netzwerktheoretische Anknüpfungspunkte: Integration der Themeninhalte vom Kennen über ein Können zum Wollen .....	188
6.1.4	Zusammenfassende Gedanken: Affordanzen in drei Sozial- und Zeitmodi von Thematisierung auf einer Medienplattform .....	193
6.2	Kennen: Affordanzen bei der Kontakterfahrung mit Themeninhalten auf Medienplattformen .....	197
6.2.1	Interaktionssoziologische Anknüpfungspunkte: Reaktivierung zur Stabilisierung von sozialer Ordnung .....	197
6.2.2	Artefaktanalytische Adaption: Kontakt und Reaktivierung von Themeninhalten über die Positionierung .....	200
6.2.3	Zusammenfassende Gedanken: Technische und soziale Merkmale von Affordanzen im Sozial- und Zeitmodus Kennen .....	204
6.3	Können: Affordanzen bei gemeinsamen Deutungs- und Evaluierungsprozessen in Bezug auf ein Thema .....	205
6.3.1	Interaktionssoziologische Anknüpfungspunkte: Die Übernahme von Themeninhalten zur gemeinsamen Beurteilung .....	206

6.3.2	Artefaktanalytische Adaption: Übernahme der Themeninhalte über die proaktive Deutung und Evaluation .....	210
6.3.3	Zusammenfassende Gedanken: Technische und soziale Merkmale von Affordanzen im Sozial- und Zeitmodus Können .....	217
6.4	Wollen: Das Thema in der Ideenschmiede – Affordanzen bei der Einnahme von Distanz zu öffentlichen Ereignissen und Akteuren .....	219
6.4.1	Interaktionssoziologische Anknüpfungspunkte: Entwicklung von kurzfristigen Ideen für eine wachsende Themenöffentlichkeit .....	220
6.4.2	Artefaktanalytische Adaption: Die Mobilisierung zukünftig relevanter Ideen .....	223
6.4.3	Zusammenfassende Gedanken: Technische und soziale Merkmale von Affordanzen im Sozial- und Zeitmodus Wollen .....	226
6.5	Zwischenfazit .....	228
	Verweise .....	229
<b>7</b>	<b>Szenische Integration der Affordanzen über die Strukturbildung auf einer Medienplattform .....</b>	<b>237</b>
7.1	Konzeptioneller Ausgangspunkt: Prozessmomente von Thematisierung bei der Problematisierung .....	239
7.2	Netzwerkstrukturalistische Adaption: Affordanzen zur Strukturierung von Handlungsverläufen bei Thematisierung auf der Plattformebene .....	244
7.2.1	Affordanzen im Sozial- und Zeitmodus I: Erstkontakt und Konfrontation mit bereits Bekanntem .....	246
7.2.2	Affordanzen im Sozial- und Zeitmodus II von Thematisierung: Komposition der Deutungsmuster .....	250
7.2.3	Affordanzen im Sozial- und Zeitmodus III von Thematisierung: Regelaushandlung zum Weitertragen der Informationen und Meinungen .....	253
7.2.4	Modellbildung: Themenstrukturierung auf Plattformebene vom Kennen über das Können zum Wollen .....	255

7.3 Zwischenfazit .....	259
Verweise .....	261

## **Teil IV Abschluss und Perspektiven**

<b>8 Zusammenfassung und Diskussion des Vorgehens sowie der Erkenntnisse .....</b>	<b>267</b>
8.1 Konzeptionelle Vorgehensweise und wesentliche Erkenntnisse .....	269
8.1.1 Zum Untersuchungsgegenstand »internetbasierte Thematisierung«: Themen und Thematisierung als soziale Kategorie .....	270
8.1.2 Zum Theorieanspruch bei Affordanzen: Internetbasierte Thematisierung als situativ <i>realisierte</i> Thematisierung .....	272
8.1.3 Zum empirisch-analytischen Vorgehen: Die sozialtheoretische Affordanzanalyse zur Untersuchung digitaler Kommunikationsphänomene ....	274
8.2 Diskussion und Ausblick .....	276
Verweise .....	277