

Extended Abstract: Die Rückkehr der Masse – Zur Analyse interaktiver Massenphänomene im Internet

(*< 5.000 Zeichen ohne Titel und Literatur*)

Problemstellung

Auch wenn *Massenkommunikation* lange Zeit als identitätsstiftendes Formalobjekt der Kommunikationswissenschaft gegolten hat, so hat dennoch das Wort „Masse“ jahrzehntelang keine größere Bedeutung für das Fach gehabt. Maletzke (1963: 28-30) ersetzte es in seiner Definition für Massenkommunikation durch „disperses Publikum“. Traditionelle Massenmedien stellen eine Akteurkonstellation her, in der primär wenige Medienanbieter einstufig, einseitig und punktuell mit einer Masse von Rezipienten kommunizieren. Das Publikum ist zerstreut, nicht organisiert und verfügt über keine eigene Identität. Salopp formuliert: Die Masse war ruhig gestellt.

Das technische Potenzial des *Internets* gestattet es nun, dass Partizipation (= offene Beteiligung in der Kommunikatorrolle) und Interaktion (= flexibler Wechsel zwischen der Kommunikator- und Rezipientenrolle) nun leichter in der Medienöffentlichkeit kombinierbar geworden sind (Chaffee/Metzger 2001; Neuberger 2009). Diese Verbindung ist zuvor nur in der Präsenzöffentlichkeit möglich gewesen. Das Internet überwindet jedoch die engen sozialen, räumlichen und zeitlichen Grenzen der Kommunikation unter Anwesenden. Da Kommunikation nicht mehr zentral von wenigen „Gatekeepern“ gelenkt wird und sich nun prinzipiell jeder als Kommunikator zu Wort melden kann, ergeben sich im Internet größere *Freiheitsgrade für die Relationierung* zwischen Akteuren bzw. Mitteilungen als Elementen. Dadurch erhöht sich die Komplexität sowohl für die beteiligten Beobachter als auch für wissenschaftliche Beobachter zweiter Ordnung (Mainzer 2008, 2012).

Interaktion als mediatisiertes Massenphänomen im Internet lässt bisher jedoch noch viele Fragen offen. Die Kommunikationswissenschaft steht hier fast am Anfang, weil sie sich in ihren herkömmlichen Forschungsansätzen entweder nur der Kommunikator- oder der Rezipientenseite zuwendet und damit den Rollenwechsel systematisch ausblendet (Neuberger 2014).

Analyse von Interaktionen als Massenphänomen im öffentlichen Raum

Im geplanten Vortrag soll deshalb diskutiert werden, welche Theorien sie für interaktive Massenphänomene adaptieren kann. Vorgestellt werden die Ergebnisse einer Literaturstudie zu folgenden *Fragenkomplexen*:

- (1) Welche *interaktiven Massenphänomene* lassen sich mit Hilfe von Kriterien, die sich auf die beteiligten Akteure und die zwischen ihnen bestehenden Relationen beziehen, unterscheiden? Welche Dynamik besitzen diese Konstellationen?
- (2) Wie beeinflussen verschiedene *Kommunikationskontexte* die Merkmale und den Verlauf dieser interaktiven Massenphänomene? Wie prägt sie vor allem das *Internet*?

Anknüpfungspunkte für die Analyse von Interaktion als Massenphänomen liefern vor allem zwei Forschungsrichtungen:

- (1) *Collective Behavior*: Der Blick von Intellektuellen auf die Masse war vom 19. Jahrhundert bis in die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts überwiegend negativ – sie galt als bedrohlich, irrational und leicht verführbar (Carey 1996; Jonsson 2013). In der Soziologie und Sozialpsychologie haben sich früh Vertreter wie LeBon, Tarde und Park mit Massenphänomenen beschäftigt (McPhail 1989). Blumer (1969) unterschied zwischen Menge (crowd), Masse (mass) und Publikum (public). Anknüpfend daran, hat sich unter der Bezeichnung „Collective

Behavior“ eine Forschungsrichtung etabliert, welche die oft spontanen und überraschenden Phänomene kollektiven Verhaltens wie Panik, Aufstand, Empörung, Hysterie, Mode, Gerücht und öffentliche Meinung erklären will, z.B. mit Hilfe von Komplexitäts- und Chaostheorie (van Ginneken 2003). Interaktive Massenphänomene im Internet wie Hypes, Shitstorms, Smartmobs oder Cybermobs lassen sich hier ebenfalls zuordnen (Pörksen/Detel 2012).

- (2) *Collective Action*: In Abgrenzung zur ersten Richtung wird hier analysiert, wie durch geplantes Handeln kollektiv öffentliche Güter hergestellt werden können, z.B. Informationsgüter (Wikipedia, Open Source) oder soziale Bewegungen. Traditionell stehen zwei Aspekte im Mittelpunkt der Theorie (Bimber et al. 2005): die Frage nach der Bereitschaft von Akteuren, sich freiwillig zu beteiligen (Trittbrettfahrer-Problem), sowie die Frage nach dem Stellenwert formaler Organisationen für das Gewinnen von Anhängern, die interne Kommunikation sowie die Koordination der Teilnehmer. Im Internet entstehen neue Varianten der Strukturierung kollektiven Handelns (z.B. Logic of Connective Action, Schwarmintelligenz, Wisdom of Crowds), die nicht zentral, sondern über Netzwerke koordiniert sind (Flanagin et al. 2006; Bennett/Seegerberg 2013). Entschärft ist angesichts geringer Kosten auch das Trittbrettfahrer-Problem, weshalb eher mit massenhafter Beteiligung zu rechnen ist.

Über die Systematisierung interaktiver Massenphänomene hinaus sollen Überlegungen zu ihrer empirischen Erfassung angestellt werden.

Literatur:

- Bennett, W. Lance/Seegerberg, Alexandra (2013): *The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Bimber, Bruce/Flanagin, Andrew J./Stohl, Cynthia (2005): *Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment*. In: *Communication Theory*. 15. Jg., H. 4, S. 365-388.
- Blumer, Herbert (1969): *Collective Behavior*. In: Lee, Alfred McClung (Hrsg.): *Principles of Sociology*. 3. Auflage, New York: Barnes & Noble, S. 65-122.
- Carey, John (1996): *Haß auf die Massen. Intellektuelle 1880-1939*. Aus dem Englischen von Siegfried Kohlhammer. Göttingen: Steidl.
- Chaffee, Steven H./Metzger, Miriam J. (2001): *The End of Mass Communication?* In: *Mass Communication & Society*. 4. Jg., H. 4, S. 365-379.
- Flanagin, Andrew/Stohl, Cynthia/Bimber, Bruce (2006): *Modeling the structure of collective action*. In: *Communication Monographs*. 73. Jg., H. 1, S. 29-54.
- Jonsson, Stefan (2013): *Crowds and Democracy. The Idea and Image of the Masses from Revolution to Facism*. New York: Columbia University Press.
- Mainzer, Klaus (2012): *Komplexität*. In: Jahraus, Oliver/Nassehi, Armin/Grizelj, Mario/Saake, Irmhild/Kirchmeier, Christian/Müller, Julian (Hrsg.): *Luhmann-Handbuch. Leben – Werk – Wirkung*. Stuttgart/Weimar: Metzler, S. 92-95.
- Mainzer, Klaus (2008): *Komplexität*. Paderborn: Wilhelm Fink/UTB.
- Maletzke, Gerhard (1963): *Psychologie der Massenkommunikation*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- McPhail, Clark (1989): *Blumer's Theory of Collective Behavior: The Development of a Non-Symbolic Interaction Explanation*. In: *The Sociological Quarterly*. 30. Jg., H. 3, S. 401-423
- Neuberger, Christoph (2009): *Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs*. In: Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hrsg.): *Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden: VS, S. 19-105.
- Neuberger, Christoph (2014): *Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*. 62. Jg., H. 4, S. 567-587.
- Pörksen, Bernhard/Detel, Hanne (2012): *Der entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter*. Köln: von Halem.
- van Ginneken, Jan (2003): *Collective Behavior and Public Opinion – Rapid Shifts in Opinion and Communication*. Mahwah, NJ/London: Erlbaum.