

**1 Mobile Medienpraktiken im Spannungsfeld von
2 Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymität**

3 Katharina König & Florence Oloff

4 Entgegen einer oft durch Alltagserfahrungen gestützten Les-
5 art jedoch bedeuten mobile Medien nicht zwangsläufig ei-
6 nen Verlust des Privaten *sui generis*, sondern erlauben völlig
7 neue Strategien, „Privatheit“, genauer: private (Kommunika-
8 tions-)Räume in der Öffentlichkeit zu erschaffen, indem sie
9 neue Mechanismen der Grenzziehung ermöglichen. (Bächle
10 2017: 139)

**11 1. Verwischte Grenzen zwischen Öffentlichkeit, Privatheit und Ano-
12 nymität¹**

13 Anonymität, Öffentlichkeit und Privatheit haben sich seit je-
14 her als wichtige Bestimmungsfaktoren mediatisierter Kom-
15 munikation erwiesen. Durch Medien, also technische Mittel
16 zur Herstellung, Verarbeitung, Speicherung, Übermittlung
17 und Rezeption von Zeichen (Habscheid 2000), werden Kom-
18 munikate auch für nicht ko-präsentente Andere (seien es ein-
19 zelne RezipientInnen oder viele) verfügbar bzw. „veröffent-
20 licht“. Öffentlichkeit ist dabei von vornherein als graduelle
21 Größe angelegt, die sich in Abhängigkeit von der (potenziel-
22 len) Distributionsreichweite eines Kommunikats bestimmen
23 lässt.² Heute gelten insbesondere soziale Medien, die als Web

¹ Dieser Beitrag bildet die Einleitung zu einem Themenheft, das auf Beiträgen des Symposiums „Smartphone-basierte Interaktion im Spannungsfeld von Anonymität, Öffentlichkeit und Privatheit“ basiert, das im Rahmen des GAL-Kongresses 2018 (Universität Duisburg-Essen, 11.–14.09.2018) stattfand.

² Dürscheid definiert Öffentlichkeit etwa als „Grad der Zugänglichkeit zu einem Kommunikationsraum“ (Dürscheid 2007: 30).

24 2.0-Technologien partizipative Strukturen bereitstellen, als
25 das Instrument *par excellence* für die Verbreitung von zumeist
26 nutzergenerierten Inhalten in einer vernetzten Öffentlichkeit
27 (Baym/boyd 2012, boyd 2011).

28 Auch Privatheit wird in der Medienlinguistik oftmals als
29 graduelles Phänomen konzeptualisiert, wenn die Inhalte der
30 Kommunikation in Relation zu den interagierenden Nutze-
31 rInnen erfasst werden (Dürscheid 2007: 30). So stellen etwa
32 Bateman et al. (2011) auf Basis einer Nutzerbefragung eine
33 „Schichtung“ privater Inhalte fest, die über soziale Netzwerke
34 geteilt werden können.³ Derweil konstatieren Studien zur
35 Kommunikation in sozialen Medien, dass zunehmend private
36 Informationen (internet-)öffentlicht ausgetauscht werden
37 (Baym/boyd 2012, Bächle 2017, Bateman et al. 2011, boyd
38 2011, Dürscheid 2007, Höflich 2014, Katz/Aakhus 2002). Mit-
39 unter kann infrage gestellt werden, ob es überhaupt noch
40 eine Sphäre des Privaten gibt, die nicht mit der mediatisierten
41 Öffentlichkeit geteilt werden kann. So ist es schon fast zu ei-
42 nem medienwissenschaftlichen und -linguistischen Topos ge-
43 worden, dass es in den sozialen Medien zu einer Vermi-
44 schung von Öffentlichem und Privatem kommt: Bateman et
45 al. (2011: 92) sprechen von „blurred boundaries between pub-
46 lic and private spaces“, ähnlich halten dies auch Bös/Kleinke
47 („social media have shifted and blurred the boundaries be-
48 tween public and private“, 2017: 83) und Baym und boyd
49 (2012: 326) fest: Soziale Medien bedingen „new social dynam-
50 ics, requiring people to manage invisible audiences, collapsed
51 contexts, and a blurring between the public and private.“

52 Die Loslösung von der lokalen und temporalen Kopräsenz,
53 die durch zunehmende Digitalisierung und mediatisierte
54 Kommunikation ermöglicht wird, erlaubt verschiedene Aus-
55 prägungen und Formen von Anonymität – verstanden als der
56 Grad, mit dem TeilnehmerInnen, UrheberInnen und Dritte
57 erkennbar gemacht werden: Medial vermittelte Inhalte kön-
58 nen mehr oder weniger explizite Informationen über die Ur-
59 heberschaft tragen, diese verbergen bzw. irrelevant setzen.

3 Als periphere Daten, denen kein großer Privatheitswert beigemessen wird, sind demnach biographische Daten (Alter, Geschlecht) oder Kontaktdata zu nennen. Auf einer Zwischenstufe werden allgemeine Interessensgebiete und Hobbys verortet. Informationen über die Identität und Zugehörigkeit von NutzerInnen (politische Orientierung, religiöse Ansichten) werden schließlich dem Kernbereich des Privaten zugeordnet, die nur ungern öffentlich geteilt werden (Bateman et al. 2011: 90).

60 Personen können namentlich adressiert, verlinkt oder ander-
61 weitig referenziert werden. RezipientInnen können den
62 Kommunizierenden in unterschiedlichem Ausmaß bekannt
63 oder unbekannt sein. Verschiedene Praktiken der Sichtbar-
64 machung und Erkennbarkeit kommen dabei in der mediati-
65 sierten Kommunikation zum Einsatz (Bös/Kleinke 2017, vgl.
66 Abschnitt 4.3): AkteurInnen können sich etwa – in Abhängig-
67 keit von den spezifischen medialen Affordanzen der jeweili-
68 gen Kommunikationsform – über ihren tatsächlichen Namen,
69 unter einer individuell zuordenbaren Mobilfunknummer, un-
70 ter einem mehr oder weniger opaken User-Nickname oder
71 gänzlich anonym äußern.

72 Auch wenn die Chancen und Risiken der vernetzten Öf-
73 fentlichkeit und der mobilen, digitalen Kommunikation in
74 den letzten Jahren verstärkt im Fokus von Forschung und
75 Medien stehen, so trat die Modifikation der „erlebten“ Öf-
76 fentlichkeit bereits vor der breiten Nutzung des Internet ein.
77 So führte etwa die Nutzung des Telefons anfänglich zu einer
78 allgemeinen Besorgnis in Hinblick auf unfreiwillig erweiterte
79 Rezipientenkreise (TelefonistInnen oder andere uner-
80 wünschte MithörerInnen in Gemeinschaftsanschlüssen oder
81 im Nebenzimmer) und somit fehlende Privatheit (vgl.
82 Schwitalla 1996, Zelger 1997). Auch wenn sich diese Beobach-
83 tungen zumeist auf anekdotische Berichte stützen und nicht
84 systematisch untersucht wurden (vgl. Fischer 1992, Pool 1977),
85 zeigen sie, dass die Einführung eines neuen Mediums stets
86 auch mit Bedenken über einen Verlust der Privatsphäre und
87 einem „Zuviel“ an Öffentlichkeit einhergeht. Durch die starke
88 Zunahme von zeit- und ortsungebundener Kommunikation in
89 den letzten Jahrzehnten (durch Internettechnologie, Handys,
90 Smartphones, Laptops und weitere mobile Endgeräte) ist
91 diese Problematik von „Öffentlichkeit“ vs. „Privatheit“ ver-
92 stärkt präsent – zu Beginn der Mobiltelefon-Ära zunächst vor
93 allem in Bezug auf öffentliche Telefongespräche (für einen
94 Forschungsüberblick vgl. Höflich/Kircher 2010), parallel und
95 vermehrt in den letzten zehn Jahren in Hinblick auf virtuelle
96 und nicht-virtuelle Netzwerke und digitale Inhalte (Hjorth et
97 al. 2017, Katz 2008, Tannen/Trester 2013). Dass sich das Ver-
98 hältnis von Privatheit, Öffentlichkeit und Anonymität in der
99 medienvermittelten Kommunikation verschiebt, ist also ein
100 Prozess, der bereits vor dem Aufkommen der internetbasiert-
101 ten sozialen Medien einsetzt.

102 Die folgenden Ausführungen setzen sich zum Ziel, Privat-
103 heit, Öffentlichkeit und Anonymität als medienlinguistische
104 Beschreibungsdimensionen zu konturieren, die nicht schlicht
105 durch die sich entwickelnden Technologien oder Kommuni-
106 kationsformen vorgegeben sind, sondern von den NutzerIn-
107 nen ausgedeutet und insbesondere in der sprachlichen Inter-
108 aktion in und mit mobilen Medien hergestellt werden.

109 **2. Individuelle Kommunikationsmedien im öffentlichen Raum**

110 Zwei komplementäre Aspekte der „öffentlichen“ Nutzung
111 mobiler Endgeräte können unterschieden werden: erstens die
112 Isolierung des Individuums, zweitens das Eindringen vormals
113 privater Interaktion in den öffentlichen Raum. Die Klage über
114 die zunehmende Isolierung des Individuums durch die Nut-
115 zung mobiler Medien ist strenggenommen die Weiterführung
116 eines Topos, der die von „moralischen Paniken“ geprägten
117 Einführung neuer Technologien typischerweise begleitet
118 (Marvin 1988). So war die Problematik des Individuums im
119 öffentlichen Raum, das sich mit Kopfhörern sicht- und hörbar
120 der sozialen Interaktion entzieht, beispielsweise bereits mit
121 der Einführung des Walkmans aktuell (Bull 2000, Du Gay et
122 al. 1997).

123 Insbesondere soziologisch-ethnographisch geprägte For-
124 schung hat die zunehmende Nutzung des Mobiltelefons im
125 öffentlichen Raum begleitet. So beschreibt Katz (2006) die
126 „absent presence“ (Gergen 2002) von MobiltelefonnutzerIn-
127 nen als dem natürlichen Wunsch nach Kommunikation („per-
128 petual contact“, vgl. Katz/Aakhus 2002) gegenläufig; Nutze-
129 rInnen stehen vor der Herausforderung, ihre Aufmerksamkeit
130 permanent zwischen der über das mobile Gerät vermittelten
131 Kommunikation und der ko-präsenten Welt oszillieren zu
132 lassen (Lasén 2006, Mantere/Raudaskoski 2017). Die traditio-
133 nelle Beziehung zwischen physischem „Sich-Befinden“ und
134 den jeweiligen sozialen Situationen („sense of place“, Meyro-
135 witz 1985) geht somit verloren. Dieser Rückzug aus der Ko-
136 Präsenz kann sogar als Rückzug von der öffentlich-politi-
137 schen Teilhabe empfunden werden, da das Mobiltelefon das
138 Individuum lediglich mit seinem eigenen sozialen Netzwerk
139 verbindet. Andererseits wurde jedoch argumentiert, dass das

140 Mobiltelefon und dessen Kanäle auch zu erhöhter öffentli-
141 cher Teilhabe führen können (Humphreys 2012). Der *absent*
142 *presence* kann daher auch eine *connected presence* entgegen-
143 gesetzt werden (Licoppe 2004). Die Frage nach dem sich ab-
144 schottenden Einzelnen wurde also kontrovers diskutiert, je-
145 doch ist sich die Forschung weitgehend einig, dass mobile
146 Kommunikation im öffentlichen Raum zu gewissen „distur-
147 bances to ordinary communication choreography“ (Katz
148 2006: 39) geführt hat.

149 Während die Einführung des Festnetztelefons eine Diskus-
150 sion um die Bedrohung des Privatlebens bzw. des Privatge-
151 sprächs hervorrief (Höflich 2005, Schwitalla 1996), hat das
152 Aufkommen des Mobiltelefons die dazu komplementäre
153 Sorge aufgebracht, das Private werde in den öffentlichen
154 Raum getragen. Insbesondere in frühen Arbeiten wird vor al-
155 lem das akustische Signal des Mobiltelefons und das Ge-
156 spräch als Störelement im öffentlichen Raum herausgestellt.
157 Klingeltöne, SMS-Benachrichtigungen sowie mobiles Telefo-
158 nieren werfen die Frage auf, wie sowohl Handybesitzer als
159 auch Beistehende damit umzugehen haben (Geser 2005, Höf-
160 lich 2009). Soll ein privater Anruf in der Öffentlichkeit über-
161 haupt angenommen werden, und darf man als *overhearer* ei-
162 nem solchen Gespräch lauschen oder aber „aktiv weghören“?

163 Die potenzielle Indiskretion des öffentlichen Raumes
164 wurde bereits früh als ein Problem des urbanen Lebensraums
165 allgemein beschrieben. Schon Simmel erkannte die Heraus-
166 forderung der modernen, industrialisierten Stadt, in der das
167 Individuum mit einem Zuviel an Öffentlichkeit, einer aufge-
168 zwungenen Kopräsenz konfrontiert wird (Cooper 2002: 21ff,
169 Höflich/Kircher 2010: 61-62, Lofland 1998), insbesondere in
170 den öffentlichen Transportmitteln („commuting & crowds“
171 Lasén 2006). Diesen Konflikt zwischen einem subjektiven,
172 inneren und diskreten Privaten und einer anonymen, ent-
173 fremdenden und potenziell bedrohlichen Öffentlichkeit
174 wurde auch von Goffman in seinen Beobachtungen menschli-
175 chen Verhaltens im öffentlichen Raum erkannt. Bereits lange
176 vor dem Mobiltelefon beschrieb er die Praktik der *civil inat-*
177 *tention* (Goffman 1963), also die Vermeidung direkten Blick-
178 kontakts im öffentlichen Raum, sowie weitere Strategien,
179 welche andere, fremde Teilnehmer in ihrem individuellen
180 Territorium und Handeln respektieren, wie beispielsweise
181 die Einhaltung einer gewissen körperlichen Distanz. Durch

182 das Mobiltelefon ergab sich für die InteraktionsteilnehmerInnen jedoch die Frage, wie individuelles Handeln im öffentlichen Raum nun zu koordinieren sei (Höflich/Kircher 2010).
183 Die für diese neuen Koordinationspraktiken erforderliche
184 „körperliche Disziplin“ (Lasén 2006), die öffentliche „*performance*“ oder „Choreographie“ (Katz 2006: 51ff.), kann je nach
185 kulturellem Umfeld variieren (Baron/Hård af Segerstad 2010,
186 Lasén 2005). Lasén stellte jedoch bereits damals (zwischen
187 2002 und 2004) fest, dass sich in einem Zeitraum von nur
188 zwei Jahren die Etikette dahingehend zu verändert haben
189 schien, dass die Benutzung von Mobiltelefonen verstärkt
190 auch in Ko-Präsenz anderer und während laufender Gespräche
191 erfolgte. Dies bestätigt, dass sich die normativen Erwartungen
192 der TeilnehmerInnen in Bezug auf verschiedene öffentliche Räume (was darf mit dem Handy beispielweise im
193 Theater, in einer Hotelloobby, auf der Straße gemacht werden,
194 und wo stört das mobile Endgerät?) sowie deren kommunikative Relevanzen verändern können (Höflich 2006, Katz 2006:
195 46-48, Schlote/Linke 2010). Während Videotelefonie im öffentlichen Raum vor etwa zehn Jahren von den Teilnehmern noch als eher unpassend kategorisiert wurde (Mörel/Licoppe 2009: 176-183), sind längere Videogespräche *on the go* – auch dank passender Netzwerkinfrastrukturen wie
196 4G und passenden Flatrates – heute wesentlich häufiger zu
197 beobachten.

198 Dass mobile, smarte Telefone im öffentlichen Raum intensiv genutzt werden, ist nun also *status quo*; die mediensoziologische und medienlinguistische Forschung befasst sich nun
199 vielmehr mit der Frage, auf welche vielfältigen Arten diese
200 benutzt werden und den nicht-öffentlichen und öffentlichen
201 Raum nutzen, verbinden, steigern (vgl. auch Humphreys
202 2016, Lasén 2017): Standen in den 00ern insbesondere das
203 mobile Telefongespräch (vgl. etwa konversationsanalytische
204 Arbeiten zu Eröffnungen von Mobiltelefongesprächen, z.B.
205 Arminen/Leinonen 2006, Laurier 2001, Weilenmann 2003)
206 und die damit verbundene akustische Störung im Fokus, so
207 interessiert sich die Forschung derzeit vermehrt für die Ver-
208 bindung zwischen realen und virtuellen sozialen Netzwerken
209 und das Erleben verschiedener Räume (im Sinne von *locative*
210 *media*, Özkul 2015, 2017) sowie für die Ausgestaltung und
211 Rahmung digitaler Inhalte. Der folgende Abschnitt wendet
212
213

223 sich daher medienlinguistischen Arbeiten zu, die die sprach-
224 lich-kommunikative Verarbeitung mediatisierter privater In-
225 halte zum Gegenstand haben.

226 **3. Die öffentliche Kommunikation privater Inhalte in sozialen Me-
227 dien**

228 Der Topos des Verwischens der Grenzen zwischen Öffent-
229 lichkeit und Privatheit kann u.a. darauf zurückgeführt wer-
230 den, dass das aktuell populärste mobile Endgerät – das
231 Smartphone – im Gegensatz zum Mobiltelefon eine enorme
232 funktionale Erweiterung und Verbreitung erfahren hat: „Seine
233 Kamera und seine permanente Netzwerkanbindung verschaf-
234 fen sozialen Kontexten eine außerordentliche Sichtbarkeit
235 und gleichzeitig bietet es eine zuvor ungekannte raumbezo-
236 gene Funktionalität an.“ (Bächle 2017: 137). Das Smartphone
237 als „digitale Nahkörpertechnologie“ (Kaerlein 2018) kann da-
238 her auch in solchen Situationen präsent sein, die bislang nicht
239 öffentlich gemacht wurden. Diese veränderten Affordanzen
240 haben zur Ausbildung neuer, remediatierter Formen des
241 Darstellens und Verhandelns privater Inhalte in den sozialen
242 Medien geführt (Herring 2013), die in einer Vielzahl verschie-
243 dener Plattformen realisiert werden und somit neue oder
244 breitere mediatisierte Öffentlichkeiten schaffen können.

245 Exemplarisch lässt sich dies etwa anhand von veränderten
246 Praktiken im Umgang mit Krankheit, Tod und Trauer oder
247 persönlichen Streitigkeiten aufzeigen. Hierbei kommt es
248 nicht nur zu einer Übertragung von bereits in der analogen
249 Kommunikation vorhandenen Textsorten oder Gattungen in
250 eine Web 2.0-Umgebung (etwa die Veröffentlichung von To-
251 desanzeigen in der Online-Präsenz einer Zeitung, Herring
252 2013 spricht etwa von *familiar practices*); auf Plattformen wie
253 Facebook, Twitter oder YouTube emergieren zudem auch
254 rekonfigurierte Praktiken der Verhandlung persönlicher In-
255 halte (Arnold et al. 2017, Dürscheid/Frick 2016, Marwick/Elli-
256 son 2012, Tienken 2016). Insbesondere durch ihre Kamera
257 dringen mobile Kommunikationsmedien in Sphären ein, die
258 bislang als intimster Bereich des nicht-öffentlichen familiären
259 Lebens galten: De Fina und Gore (2017) analysieren einen
260 Twitter-Thread, bei dem eine NutzerIn die Trennungsstreit-

261 tigkeiten eines sich in unmittelbarer Nähe befindlichen Paar-
262 res live tweetet und dabei auch Bilder einer weinenden Per-
263 son postet. KrebspatientInnen präsentieren videographierte
264 Narrationen ihres Sterbeprozesses (Deppermann 2018a). Auf
265 *Funeral Selfies* posten Personen Fotos von sich beim Besuch
266 einer Beerdigung oder Trauerfeier in den sozialen Medien
267 (Bächle 2017, Meese et al. 2015). Es verwundert daher nicht,
268 wenn Sennetts (1993) Ausdruck der „Tyrannei der Intimität“
269 auch bei der Analyse solcher Selbstdarstellungen Anwendung
270 findet (Bächle 2017: 138).⁴ Muss also die Sinnhaftigkeit der
271 Kategorisierung von Inhalten als ‚privat‘ infrage gestellt wer-
272 den, wenn es scheinbar keine Inhalte mehr gibt, die nicht on-
273 line verhandelt werden können? Die Frage impliziert, dass
274 Privatheit und Öffentlichkeit einander ausschließende Ge-
275 genpole darstellen: Das, was öffentlich ist, kann demnach
276 nicht privat sein; was privat ist, kann nicht öffentlich sein.

277 Geht man hingegen davon aus, dass es auch im Öffentli-
278 chen etwas Privates geben kann, dass also auch in der inter-
279 netöffentlichen Verbreitung nutzergenerierte Inhalte als pri-
280 vat behandelt werden können, so lässt sich hieraus eine me-
281 dienlinguistische Heuristik ableiten, mit der gefragt wird, mit
282 welchen sprachlich-kommunikativen Praktiken das öffentlich
283 Geteilte als privat gerahmt und behandelt werden kann. An
284 dieser Stelle kommt schließlich Praktiken der Anonymisie-
285 rung bzw. Identifizierung bei der Gestaltung medialer Inhalte
286 eine entscheidende Rolle zu. Oftmals bewegen sich die oben
287 benannten neuen Praktiken des Umgangs mit Tod, Trauer o-
288 der Krankheit in einem Spannungsfeld aus Verfahren der
289 Anonymisierung und Sichtbarmachung. So machen sich etwa
290 bei *Funeral Selfies* die NutzerInnen zwar über die Verknüp-
291 fung der bildlichen Selbstdarstellung mit ihrem *Social Media*-
292 Profil sichtbar und identifizierbar; personenbezogene Infor-
293 mationen über die Verstorbenen (Name, Adresse, Geburts-
294 und Sterbedatum der Toten), wie sie Teil des Textmusters
295 der Todesanzeige sind (Linke 2001), werden hingegen nicht
296 geteilt. Bei der von De Fina und Gore (2017) analysierten

4 Im Mediendiskurs werden sie entsprechend kontrovers diskutiert als Praktik, die die Grenzen des moralisch Vertretbaren möglicherweise überschreitet. Siehe beispielsweise <http://www.taz.de/15054350/>, ebenso sei auf die folgenden englischsprachigen Beispiele verwiesen: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-4207946/Funeral-directors-tell-mourners-stop-taking-selfies.html>, <https://www.huffingtonpost.com/topic/funeral-selfies?guc-counter=1>.

297 *Twitter*-Trennungsgeschichte werden die Streitenden nicht
298 namentlich benannt (sondern nur als *girl* und *boy* referen-
299 ziert); die geposteten Bildausschnitte sind so gewählt, dass die
300 Gesichter der Streitenden nicht erkennbar sind. Auch wenn
301 also persönliche Details der Medienöffentlichkeit (oftmals
302 ohne Zustimmung der betroffenen Personen) zugänglich ge-
303 macht werden, weisen diese Anonymisierungspraktiken den-
304 noch darauf hin, dass bestimmte Inhalte nach wie vor als zu
305 privat behandelt werden, als dass man sie ohne Beschränkun-
306 gen posten kann.

307 **4. Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymität als Herstellungsleis-
308 tung**

309 Medienlinguistische Arbeiten müssen also untersuchen, mit
310 welchen sprachlich-kommunikativen Praktiken NutzerInnen
311 Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymität in der Interaktion
312 in und mit mobilen Medien herstellen. In der Mediennutzung
313 in Ko-Präsenz anderer stellt sich die Frage, wie wir unseren
314 Mediengebrauch für andere rahmen, ob wir diesen als indivi-
315 duelle Handlung vollziehen oder aber die Möglichkeit zu ei-
316 ner gemeinsamen Aktivität mit dem Smartphone eröffnen
317 (z.B. bei Zeigesequenzen, Raclaw et al. 2016) und somit den
318 Inhalt auf einem „privaten“ Endgerät für andere zugänglich
319 machen. Beim Posten persönlicher Inhalte ist zu untersuchen,
320 wie NutzerInnen kontextualisieren, welche weiteren Nutze-
321 rInnen sich in welcher Form zu den geposteten Inhalten ver-
322 halten können, welche Reaktionen für wen „zulässig“ oder
323 „unzulässig“ sind, welche Arten des Teilens für wen möglich
324 oder unmöglich sind oder welche personenbezogenen Infor-
325 mationen für wen preisgegeben werden.

326 Hierbei sind unterschiedliche ‚Kulturen‘ von Privatheit,
327 Öffentlichkeit und Anonymität in den Blick zu nehmen. Der
328 in der Medienöffentlichkeit stattfindende Diskurs weist be-
329 reits darauf hin, dass kein allgemeiner Konsens darüber be-
330 steht, was als zu privat oder intim gilt, um über die sozialen
331 Medien kommuniziert oder veröffentlicht zu werden. Mobile
332 Medien und die mit ihnen zur Verfügung gestellten Kommu-
333 nikations- und Netzwerkplattformen determinieren nicht die
334 Auswahl und die Form kommunikativer – sprachlicher sowie
335 körperlicher – Praktiken der Öffentlichkeit, Privatheit oder

336 Anonymität; sie stellen einen Möglichkeitsraum zu Verfü-
337 gung, den sich NutzerInnen für ihre eigenen Zwecke aneig-
338 nen (Hutchby 2001) und der jeweiligen Situation flexibel an-
339 passen. Eine etische Kategorisierung des Privaten ist also in
340 der fragmentierten Lebenswelt – online wie offline – ver-
341 schiedener Nutzergruppen nicht mehr ohne Weiteres mög-
342 lich. Vielmehr muss aus einer emischen Perspektive analy-
343 siert werden, welche Inhalte in den verschiedenen medialen
344 Öffentlichkeiten sowie in der *Face-to-face*-Mediennutzung
345 von den NutzerInnen auf welche Weise als öffentlich oder
346 privat verhandelt werden und welche neuen oder verände-
347 rten Praktiken des Umgangs mit theoretisch privaten Inhalten
348 sich entwickelt haben. Vermittels unterschiedlicher multimo-
349 daler kommunikativer Praktiken schaffen oder begrenzen
350 NutzerInnen Öffentlichkeit (Abschnitt 4.1) in der Kommuni-
351 kation mit und über mobile(n) Medien, sie rahmen die Nut-
352 zung des mobilen Endgerätes an sich und der vermittelten In-
353 halte als privat oder nicht privat (Abschnitt 4.2), und sie ma-
354 chen sich als NutzerInnen identifizierbar oder stellen Anony-
355 mität her (Abschnitt 4.3).

356 4.1 Die Herstellung mediatisierter Öffentlichkeit

357 Versteht man Öffentlichkeit im Kontext von mediatisierter
358 Kommunikation als hergestellte Zugänglichkeit anderer zu
359 nutzergenerierten Inhalten, so scheint das Ausmaß an Öffent-
360 lichkeit mit der Nutzung mobiler internetbasierter Medien
361 zugenommen zu haben. Über vernetzte mobile Medien kön-
362 nen NutzerInnen (weitgehend) unabhängig von ihrem aktuel-
363 len Aufenthaltsort am weltweiten Diskurs teilhaben; sie ha-
364 ben so Zugang zu einer Internetöffentlichkeit (*virtual public*,
365 Bateman et al. 2011). Innerhalb dieser allgemeinen virtuellen
366 Öffentlichkeit bilden sich jedoch wiederum Schichtungen
367 von Suböffentlichen aus – „layers of publicness“
368 (Baym/boyd 2012: 321) oder *distinct publics* (Bös/Kleinke
369 2017)⁵ –, deren Zugänglichkeit über verschiedene Praktiken
370 beschränkt oder gesteuert wird. Allein durch die Auswahl be-
371 stimmter Apps und Plattformen für spezifische Zwecke und
372 die Wahl bestimmter Kommunikationsformen innerhalb die-
373 ser Apps (Posten einer Erzählung in einem öffentlichen Blog

⁵ Siehe auch Androutsopoulos (2015).

374 oder in einer WhatsApp-Gruppe, bei der alle Mitglieder be-
375 kannt sind) bestimmen NutzerInnen, welche Reichweite,
376 welchen Rezipientenkreis die geposteten Inhalte haben sol-
377 len. Auch in der Änderung der Datenschutzeinstellungen⁶
378 (Costa 2018, Georganou 2016, Einspänner-Pflock 2017) oder
379 dem aktiven Management der Mitglieder-Struktur finden sich
380 Nutzungspraktiken, mit denen der Grad der Zugänglichkeit
381 gesteuert wird. Dass das Mitglieder-Management als grundle-
382 gend soziale Praktik verstanden werden muss, zeigt sich etwa
383 darin, dass der Ausschluss von Personen aus Chat-Gruppen
384 und damit aus Diskursgemeinschaften als Mobbing-Strategie
385 genutzt wird (Marx 2017). Zugänglichkeit wird jedoch nicht
386 ausschließlich über die Nutzung der technischen Affordanzen
387 reguliert; auch über den Gebrauch gruppenspezifischer
388 Codes können sich *networked publics* bzw. *audiences* profi-
389 lieren und abgrenzen (Androutsopoulos 2014, Marwick/boyd
390 2014). Ferner zeigen sich Unterschiede in der Dauer der me-
391 diatisierten Zugänglichkeitsmachung: Die virtuelle Öffentl-
392 keit ist nicht nur bestimmt dadurch, welchem Nutzerkreis be-
393 stimmte Inhalte zugänglich gemacht werden, sondern auch
394 dadurch, wann bzw. wie schnell oder wie lang dies geschieht.

395 Die Potenzialität der permanenten Erreichbarkeit, die
396 durch internetfähige mobile Kommunikationsmedien ermög-
397 licht wird (Baron 2008), sollte nicht gleichgesetzt werden mit
398 einer permanenten Zugänglichkeit (siehe hierzu auch
399 Pöschl/Döring 2012). Auch in einer mediatisierten Welt, in
400 der man etwa das Smartphone (fast) permanent bei sich trägt,
401 muss dessen Zugänglichkeit bzw. Relevanz (z.B. in seiner
402 Funktion als „soziales Archiv“, Keppler 2014) aktiv zwischen
403 den Interagierenden hergestellt werden (Ayaß 2014: 8, Oloff
404 2019). Durch situierte Praktiken können ursprünglich als pri-
405 vat bzw. dyadisch angelegte (Mobil)telefongespräche mit ei-
406 ner größeren Öffentlichkeit geteilt werden: Neben der Laut-
407 sprecheraktivierung können ko-präsente Dritte durch Blick-
408 kontakt, Gesten, Mimik etc. adressiert werden, der nicht-hör-
409 baren Teil des Gesprächs kann so also „öffentlicht“ kommen-
410 tiert werden (Lasén 2006: 243). Bereits früh wurde das Po-
411 tenzial des Mobiltelefons erkannt, in Ko-Präsenz auch mit

6 Der oftmals in diesem Kontext verwendete Begriff *privacy settings* (Pri-
vatsphäre-Einstellungen) dokumentiert die alltagssprachliche Gleichsetzung
von Grad der Zugänglichkeit mit Privatheit bzw. Intimität.

412 anderen geteilt oder gemeinsam genutzt zu werden (Weilen-
413 man/Larsson 2002). Hat sich dieses Teilen zu Beginn vor al-
414 lem auf das Vorlesen oder Zeigen von Textnachrichten (Re-
415 lieu 2008, DiDomenico/Boase 2013) oder von Telefongesprä-
416 chen bezogen (Lasén 2006), so sind es nun auch WhatsApp-
417 Chatverläufe, private Fotos, Videos, *social media*-Profile o-
418 der Suchergebnisse, die mit anderen anwesenden Personen
419 geteilt und in das laufende Gespräch eingebettet werden (z.B.
420 Brown et al. 2013, Keppler 2014, 2019, Porcheron et al. 2016,
421 Raclaw et al. 2016). Durch Drehen des Bildschirms, gemeinsa-
422 mes Blicken und Zeigen auf das Display oder die Übergabe
423 des Telefons wird das Smartphone so interaktiv zu einem öf-
424 fentlichen sozialen Objekt (Oloff 2019). Auch aufgrund der
425 stetigen Verbesserung der mobilen Kamerafunktionen hat
426 sich der Status von Handyfotos und anderem mobilen Bild-
427 material verändert. Waren (Handy)fotos zuvor eine Mög-
428 lichkeit, besondere, intime Momente festzuhalten und mit einem
429 engen Kreis zu teilen, hat sich die mobile visuelle Kommuni-
430 kation mit einem erweiterten Rezipientenkreis nun als eine
431 hochfrequente Alltagspraktik etabliert. Auch in Videotelefo-
432 naten (über Smartphone oder andere mobile Endgeräte) wer-
433 den den Angerufenen in teilweise aufwendigen Zeigesequen-
434 zen Gegenstände aus dem physischen Umfeld des Anrufen-
435 den „vor Augen geführt“ und somit als gemeinsamer Ge-
436 sprächsgegenstand etabliert (Licoppe 2017).

437 4.2 Die Herstellung mediatisierter Privatheit

438 Privatheit wurde in dem vorliegenden Beitrag als inhaltliche
439 Dimension aufgefasst, die nicht notwendigerweise den Ge-
440 genpol zu Öffentlichkeit bilden muss (Dürscheid 2007, Linke
441 2001). Wenn also auch private Inhalte öffentlich zugänglich
442 sein können, so stellt sich die Frage, wie sich öffentliche Pri-
443 vatheit und öffentliche Nicht-Privatheit terminologisch kon-
444 turieren und empirisch beschreiben lassen. Dürscheid (2007:
445 30) schlägt vor, Privatheit über Kommunikationsinhalte und
446 die soziale Beziehung der Interagierenden zu bestimmen,
447 stellt jedoch zu Recht fest, dass Konzepte des Privaten vom
448 jeweiligen zeitlichen und kulturellen Kontext abhängig sind
449 (vgl. auch Gal 2005). Eine allgemeingültige und stabile Be-
450 stimmung von Privatheitsgraden ist also nicht möglich. Ge-

451 rade im Kontext von verschiedenen mediatisierten Öffent-
452 lichkeiten können sich unterschiedliche Auffassungen von
453 Privatem und Nicht-Privatem ausbilden.

454 Privatheit in der medienvermittelten Kommunikation lässt
455 sich also nicht über spezifische, vorab festgelegte Inhalte de-
456 finieren. Vielmehr muss untersucht werden, welche Inhalte
457 von den NutzerInnen selbst als privat behandelt werden. Eine
458 solche Rahmung als privat dokumentiert sich in den sprach-
459 lich-kommunikativen Praktiken der NutzerInnen und ist da-
460 mit einer medienlinguistischen Untersuchung zugänglich. In
461 diesem Sinne können solche Inhalte als privat aufgefasst wer-
462 den, die einzelne oder wenige Personen betreffen. Ähnlich
463 verfahren auch Landert und Jucker (2011: 1427): „Private top-
464 ics are those that affect single individuals or very small groups
465 of people while public topics are those that lack this concen-
466 tration on a private individual or a very small group.“ Ergän-
467 zen kann man diese inhaltliche Definition noch um eine spe-
468 zifische moralische Qualität des Privaten: Privat sind dem-
469 nach nicht nur Themen, die einzelne Personen betreffen,
470 sondern über die auch nur diese Personen verfügen dürfen.
471 Dies kommt etwa in der Zuschreibung eines primären episte-
472 mischen Zugangs und der Einräumung primärer Bewertungs-
473 rechte in der sozialen Interaktion allgemein (Deppermann
474 2018b, Raymond/Heritage 2006, Stivers et al. 2011) und –
475 aber eben nicht ausschließlich – der Einräumung von Veröf-
476 fentlichungsrechten speziell in Bezug auf mediale Inhalte zum
477 Ausdruck. Privatheit, Öffentlichkeit und Sozialbeziehung ste-
478 hen dabei in einem reflexiven Verhältnis: Privat sind solche
479 Informationen, zu denen nur nahestehenden Personen Zu-
480 griff gewährt wird. Zugleich stellt man soziale Nähe zu ande-
481 ren Personen gerade dadurch her, dass man solche Inhalte
482 mit ihnen teilt, von denen alle Parteien annehmen, dass sie
483 privater Natur sind. In einem praktikenbasierten medienlin-
484 guistischen Ansatz ist also nach den Verfahren zu fragen, mit
485 denen NutzerInnen erkennbar machen, dass nur bestimmte
486 Personen ausgewählte Inhalte veröffentlichen oder kommen-
487 tieren dürfen.

488 Ein Beispiel für die Herstellung mediatisierter Privat-
489 heit, von „ambiguous sites of intimacy and anonymity“ sind
490 sogenannten *homing blogs*, in denen zumeist Frauen Bilder
491 und Texte aus ihrem familiären Leben online teilen (Jäntti et
492 al. 2017: 892). Diese *public privacy* ist nicht deckungsgleich

493 mit der real gelebten Privatheit, sondern eine inszenierte, öff-
494 fentlich zugänglich gemachte Darstellung derselben, die typi-
495 scherweise deren positive, ästhetische Aspekte in den Vor-
496 dergrund rückt (Jäntti et al. 2017). Auch auf Twitter sind Prak-
497 tiken der mediatisierten Privatheit geläufig, durch die persön-
498 lichen Lebensbereiche wie der der Familie durchweg positiv
499 und somit utopisch dargestellt werden (Parcha 2014). Nutze-
500 rInnen bedienen sich ebenfalls verschiedener Ressourcen,
501 um öffentlich geführte Dialoge als privat oder nicht privat zu
502 kontextualisieren. Georgakopoulou (2017) zeigt in einer Studie
503 zu Kommentaren bei Facebook und YouTube, dass Postings
504 so gestaltet werden können, dass sich nur nahestehende Nut-
505 zerInnen in ihren Kommentaren als „(mit)wissend“ positio-
506 nieren können. Durch eine bestimmte Formatierung öffent-
507 lich einsehbarer Postings lassen sich also epistemische Zu-
508 gangssrechte verhandeln und Inhalte als ‚privat‘ rahmen. Kom-
509 munikationsgegenstände sind also nicht an sich privat oder
510 intim, sondern werden durch das sprachlich-kommunikative
511 Handeln und die Auswahl bestimmter Inhalte der NutzerIn-
512 nen als privat gerahmt.

513 Das Teilen von Inhalten, bei dem Kommunikate aus ihrem
514 ursprünglichen Verwendungskontext gelöst und in einen
515 neuen Verwendungskontext eingebettet werden, ist zu einer
516 zentralen Handlungskategorie in den sozialen Medien gewor-
517 den (De Fina/Gore 2017, Georgakopoulou 2015, Page 2018,
518 Jenkins et al. 2013 sprechen etwa von *spreadable media*). Als
519 privat konzeptualisierte Inhalte zeichnen sich u.a. dadurch
520 aus, dass sie so behandelt werden, dass sie nicht ohne Zu-
521 stimmung der betroffenen Person weitergeleitet und mit grö-
522 ßeren Öffentlichkeiten geteilt werden dürfen. Was dergestalt
523 privat ist, kann dabei durchaus Gegenstand von Kontroversen
524 sein: In ihrer Analyse des Mediendiskurses, der sich in Reak-
525 tion auf eine Live-Kommentierung eines an Bord eines Flug-
526 zeugs mit Angehörten Trennungsgesprächs entspannt, zeigen
527 DeFina und Gore (2017), wie sich in unterschiedlichem Nut-
528 zerverhalten unterschiedliche Konzepte des Privaten und
529 Nicht-Privaten dokumentieren (vgl. auch Abschnitt 3). Wäh-
530 rend einige NutzerInnen affiliativ auf die Veröffentlichung re-
531 agieren und die emergierende Entwicklung der Narration da-
532 mit befördern, nehmen andere NutzerInnen eine meta-refle-
533 xive Perspektive ein, indem sie darauf verweisen, dass die

534 Posterin kein Recht hat, den mitangehörten Dialog auf Twi-
535 ter zu veröffentlichen.

536 Aspekte der Privatheit überschneiden sich also nicht nur
537 mit moralischen, sondern auch mit juristischen Fragestellun-
538 gen, die Urheberrechte, Persönlichkeitsrechte und allgemeine
539 Datenschutzregelungen betreffen. Das zu schützende „Pri-
540 vate“ kann durch mobile Medien bedroht werden, wenn z.B.
541 TeilnehmerInnen unbemerkt fotografiert oder gefilmt werden
542 (Green/Haddon 2009: 136ff). Permanente Lokalisierbarkeit
543 und Erreichbarkeit bedeuten auch permanent mögliche Kon-
544 trolle (Green 2002), welcher sich MobiltelefonnutzerInnen
545 durch unterschiedliche Praktiken entziehen können: So wer-
546 den real mögliche (aber nicht unbedingt zu dem Zeitpunkt
547 vorhandene) technische Probleme als Ausreden bemüht (z.B.
548 leerer Akku, kein Netzempfang, auf stumm geschaltet), um
549 sich das Recht auf „Nichterreichbarkeit“ zu sichern.

550 In der physischen Welt können Mobiltelefone auch als *in-*
551 *volvement shields* (Ayaß 2014) genutzt werden, um sich aus
552 dem öffentlichen Raum zurückzuziehen und andere gleich-
553 sam zur *civil inattention* aufzufordern (Ayaß 2014: 106). Die
554 echte oder gestellte Nutzung des Telefons „visibly and audi-
555 bly displays one’s engagement with a remote other to those
556 within earshot“ (Cooper 2002: 23) und wird daher insbeson-
557 dere von Frauen benutzt, um unerwünschten oder sogar po-
558 tenziell gefährlichen Situationen zu vermeiden. Während Mo-
559 biltelefongesprächen in der Öffentlichkeit stellen Teilnehme-
560 rInnen „Privatheit“ typischerweise durch sichtbaren physi-
561 schen Rückzug her (Kopomaa 2000: 78ff). Dieser erfolgt bei-
562 spielsweise durch Einnahme einer bestimmten Körperhaltung
563 bzw. einer Veränderung in dessen Orientierung (Wegdrehen),
564 durch Abwendung des Blickes, Aufstehen vom Tisch, Hin-
565 und Herwandern usw. So ziehen MobilgerätenutzerInnen
566 sichtbar eine Grenze zwischen sich und anderen (Höflich
567 2006, Höflich/Kircher 2010, Kopomaa 2000, Ling 2002). Die
568 Erschaffung eines eigenen „Gesprächsraums ist jedoch nicht
569 gleichbedeutend mit der eines privaten Raumes, sondern eine
570 Praktik der „modulierten Präsenz“, mit denen TeilnehmerIn-
571 nen sowohl auf die Medienpräsenz als auch die physische
572 Anwesenheit anderer eingehen (Lasén 2006: 236f.). Diese
573 Koordination gelingt in unterschiedlichem Maße, da die (zu-
574 mindest anfänglich) private Smartphonenuutzung sowohl kon-
575 vergent als auch divergent in Hinblick auf die laufende *Face-*

576 to-face-Interaktion sein kann (Brown et al. 2013, Porcheron
577 et al. 2016).

578 4.3 Die Herstellung von Anonymität oder Identifizierbarkeit

579 Mobile Medien, so kann auf Basis der bisherigen Befunde
580 konstatiert werden, dringen in bislang nicht medial zugängli-
581 che soziale Situationen vor und schaffen dabei neue soziale
582 Sphären. Die Publika, die auf die vermittelten Inhalte zugrei-
583 fen können, sind durch die Vernetzung mobiler Endgeräte
584 über das *world wide web* nicht lokal eingegrenzt. In diesen
585 veränderten Rahmenbedingungen haben sich neue Praktiken
586 zur Kontextualisierung und Verhandlung von privaten Inhal-
587 ten entwickelt, über die nur die UrheberInnen und ausge-
588 wählte Andere verfügen dürfen. Hierzu gehören u.a. Prakti-
589 ken der Anonymisierung bzw. Identifizierung, die auf unter-
590 schiedliche Weise auf die beschriebenen Veränderungen in
591 der mobilen Medienkommunikation reagieren. Auch hier ist
592 wieder von einer Skalierung auszugehen: NutzerInnen und
593 ihr Publikum können in unterschiedlichem Ausmaß identifi-
594 zierbar bzw. anonym sein.

595 Die KommunikationspartnerInnen können sich gänzlich
596 unbekannt sein, wenn etwa Inhalte ohne Angaben zur Urhe-
597 berschaft im Internet veröffentlicht werden oder NutzerInnen
598 die Inhalte rezipieren, ohne ihrerseits Angaben zu sich selbst
599 machen zu müssen oder machen zu können. Ein Beispiel für
600 eine App, die die Anonymität der NutzerInnen zu ihrem Al-
601 leinstellungsmerkmal gemacht hat, ist die Kommunikations-
602 plattform Jodel, die Postings von NutzerInnen (Jodler ge-
603 nannt) in einem gewissen Umkreis anzeigt (Kasakowskij et al.
604 2018). Die App stellt nutzergenerierte Inhalte mit einer gewis-
605 sen lokalen Relevanz dar, ohne jedoch über den relativen
606 Standort eines Jodlers hinausgehende Informationen zu über-
607 mitteln. Um Kommentare zu den initialen Jodel-Postings ein-
608 zelnen NutzerInnen zuordnen zu können, wird den Kom-
609 mentierenden lediglich eine für den aktuellen Thread ein-
610 deutige Nummer und ein verschiedenfarbiges Nutzerpikto-
611 gramm zugewiesen.⁷ Dass Anonymität bei Jodel auch über
612 diese technischen Rahmenbedingungen hinaus eine große

7 Auch SchreiberInnen der initialen Jodel-Postings können im weiteren Verlauf reagieren und werden dann mit „OJ“ (Original-Jodler) referenziert (<https://jodel.zendesk.com/hc/de/articles/36000101713-Was-bedeutet-OJ->).

613 Rolle spielt, zeigt sich etwa darin, dass solche Postings, mit
614 denen einzelne Jodler identifizierbar sind, negativ bewertet
615 werden. Anonymität ist also keine Größe, die ausschließlich
616 über die technischen Rahmenbedingungen vorgegeben wird,
617 sondern die – im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten bzw.
618 Affordanzen – ebenfalls als Herstellungsleistung zu konzep-
619 tualisieren ist.

620 Auch andere lokale Apps nutzen die Spannung aus, die
621 aus einer relativ präzisen geographischen Verankerung und
622 der Möglichkeit, aus einer ursprünglich anonymen Zugehö-
623 rigkeit zu diesem physischen Raum zu einer konkreten Be-
624 ggnung on- und offline zu führen, entsteht. Insbesondere
625 Dating-Apps wie Grindr oder Tinder basieren auf diesem
626 Prinzip der „pseudonymen Unbekannten“ (Licoppe 2016), die
627 in Profil und Nickname zwar potenziell intime Informationen
628 preisgeben, bis zu einer konkreten Verhandlung über eine
629 Modifikation dieses Status mit anderen Teilnehmenden je-
630 doch anonym zu bleiben vermögen (z.B. Licoppe et al. 2015,
631 Licoppe/Morel 2017). Insbesondere im Bereich der virtuell
632 angebahnten sexuellen Beziehungen ist also Anonymität eine
633 Voraussetzung für Intimität (Tomita 2005), genauso wie Kör-
634 perlich-Intimes (wie z.B. sog. „dick pics“) zu einer simultanen
635 Anonymisierung und Individualisierung von Userprofilen ge-
636 nutzt werden kann (Paasonen et al. 2019).

637 Auf der anderen Seite des Kontinuums stehen kommunika-
638 tive Praktiken, die eine Identifizierung der Online- und Off-
639 line-Identität einer Person ermöglichen. Waren Telefonnum-
640 mern früher mit Apparaten an spezifischen Orten verbunden,
641 so wurden diese mit der Einführung des Mobiltelefons perso-
642 nengebunden, was zu veränderten Praktiken in der Ge-
643 sprächseröffnung führte (von der systematischen namentli-
644 chen Identifizierung zu einer Häufung des „sich Lokalisie-
645 rens“, Arminen/Leinonen 2006, Laurier 2001). Veränderte
646 Praktiken können also zum einen technisch bedingt sein,
647 wenn man wie im Fall von mobilen Messengern wie
648 WhatsApp über die Mobilfunknummer einer realweltlichen
649 Person zuordnenbar ist. Darüber hinaus werden in der Medi-
650 enlinguistik zahlreiche weitere Praktiken beschrieben, die
651 sich in einem Spannungsfeld von Anonymität und Identifika-
652 tion bewegen. Als Beispiel seien etwa Formen des Cyber-
653 mobbing angeführt: Während das Opfer in der Regel benannt
654 wird, machen sich die TäterInnen nur in manchen Formen

655 der digitalen Anklage und Diffamierung identifizierbar: So be-
656 schreibt Marx (2017) unterschiedliche Cybermobbing-Kons-
657 tellationen, in denen TäterInnen entweder ihre Urheber-
658 schaft verschleiern (dies ist insbesondere beim Identitätsraub
659 der Fall) oder unter ihrem Klarnamen über das Mobbingopfer
660 schreiben (in so genannten Hassgruppen, auf die das Opfer
661 keinen Zugriff hat). In einem Kontext, in dem NutzerInnen
662 Postings unter ihrem Klarnamen für andere NutzerInnen ein-
663 sehbar veröffentlichen, werden bei heiklen Aktivitäten wie
664 Klatsch-Interaktionen Strategien entwickelt, mit denen das
665 Klatschopfer unerkennbar bleibt. In einer Studie zum Online-
666 Verhalten von jugendlichen Facebook-NutzerInnen be-
667 schreiben Marwick und boyd (2014) eine Praktik, über je-
668 manden zu sprechen ohne die betroffene Person erkennbar
669 zu machen, die von den NutzerInnen selbst als *subtweeting*
670 bezeichnet wird: „A subtweet does not name names, but is
671 clearly calling out or criticizing a specific individual [...]. Sub-
672 tweeting creates plausible deniability, since the subtweeter
673 can always claim the tweet was about someone else if con-
674 fronted. (Marwick/boyd 2014: 1059).

675 Aber auch emanzipatorische Praktiken wie die Sichtbar-
676 machung von bislang marginalisierten Lebenswelten können
677 mit verschiedenen Mitteln der Erkennbarkeitsherstellung ar-
678beiten: In einer ethnographischen Studie zur Produktion au-
679 tobiographischer Videos, in denen sich Personen als *queer*
680 identifizieren, und deren Veröffentlichung auf einer Online-
681 Plattform zeigen Vivienne und Burgess (2012) auf, wie die Er-
682 zählerInnen zum einen ihre individuellen Biographien für
683 verschiedene Publika sichtbar machen, zum anderen aber
684 oftmals keine namentliche Identifikation von sich und ihren
685 PartnerInnen vornehmen, sondern stattdessen auf Pseudo-
686 nyme zurückgreifen, um die Narration zu „de-identifizieren“
687 und in Teilen zu anonymisieren.

688 NutzerInnen können also auf ein Repertoire an verschie-
689 denen Praktiken zurückgreifen, mit denen sie spezifische On-
690 line-Identitäten herstellen und so eine konzertierte Abstufung
691 von Erkennbarkeit vornehmen. Unter Rückgriff auf das The-
692 atralitätskonzept von Goffman (2010) entwickelt etwa Fröh-
693 lich (2014) ein Modell von „Masken“, die NutzerInnen in ei-
694 ner Online-Umgebung ‚aufsetzen‘, die mehr oder weniger
695 Rückschlüsse über die Offline-Identität der NutzerInnen zu-

696 lassen. Mit der Erstellung von Profilen können sich NutzerIn-
697 nen im Web 2.0 *public identities* schaffen (Baym/boyd 2012).
698 Insbesondere mit der Wahl von *nicknames* steht ihnen Res-
699 source zu Verfügung, die unterschiedliche Abstufungen der
700 Identifizierbarkeit erlaubt.

701 Hervorzuheben ist schließlich, dass die Dimensionen der
702 Anonymität und Identifizierbarkeit nicht allein die Urhebe-
703 rInnen von Inhalten betrifft, sondern sich auch auf Bekannt-
704 heit der RezipientInnen bezieht. NutzerInnen sozialer Netz-
705 werke können sich oftmals nur an *imagined audiences*
706 (Baym/boyd 2012) orientieren, über die sie Vermutungen an-
707 stellen können, über die sie aber kein gesichertes Wissen ha-
708 ben. In Web 2.0-Umgebungen sind jedoch nicht mehr nur
709 diffuse, rein rezipierende *audiences* anzutreffen, sondern
710 *publics*, die in verschiedenen Formaten dokumentieren, wie
711 sie an medialen Erzeugnissen Dritter partizipieren
712 (Baym/boyd 2012, Chovanec 2015). Anonymität oder Identifi-
713 zierbarkeit sind nicht vollumfänglich durch die technischen
714 Vorgaben der jeweiligen Plattform determiniert. In einem
715 Kontext, in dem Kommunikations- und Netzwerkplattformen
716 ihre NutzerInnen auf unterschiedliche Weise sichtbar ma-
717 chen, entwickeln diese verschiedene Praktiken, um Anony-
718 mität oder Identifikation aktiv herzustellen.

719 5. Medienlinguistische Desiderate

720 Anders als das Konzept der *blurred boundaries* suggeriert,
721 fallen Privatheit und Öffentlichkeit in der Kommunikation
722 über und mit mobilen Medien nicht notwendigerweise zu-
723 sammen, auch wenn sich zweifelsohne neue Formen des
724 Verhandelns von Zugänglichkeit und persönlichen Inhalten
725 herausgebildet haben, wie etwa die hier vorgestellten Prakti-
726 ken des Umgangs mit Tod und Trauer in Web 2.0-Umgebun-
727 gen oder die Erschaffung eines eigenen „Gesprächsraums“
728 beim Telefonieren in der Öffentlichkeit illustrieren. Notwen-
729 dige Voraussetzung für eine differenziertere Betrachtung des
730 Zusammenspiels von Öffentlichkeit, Privatheit und Anonymi-
731 tät ist eine terminologische Klärung: Vieles, was in der For-
732 schungsliteratur und dem Mediendiskurs unter dem Begriff
733 der Privatheit firmiert (etwa der Ausdruck „Privatsphäre-Ein-
734 stellungen“), ist in der hier vorgeschlagenen, an Dürscheid

735 (2007) angelehnten Begriffsbestimmung als Grad der Zugäng-
736 lichkeit und damit Öffentlichkeit von Inhalten zu konzeptua-
737 lisieren. Fasst man unter Privatheit hingegen eine spezifische
738 Kategorie von Inhalten, die von NutzerInnen so behandelt
739 werden, dass nur sie selbst und nahestehende Dritte darauf
740 zugreifen dürfen, so stellen Privatheit und Öffentlichkeit
741 keine sich ausschließenden Gegenpole dar. Somit ist es mög-
742 lich, den Blick auch auf Kommunikate zu richten, die zwar
743 privaten Inhalts sind, aber dennoch (internet-)öffentlich zu-
744 gänglich gemacht werden. Privatheit und Öffentlichkeit müs-
745 sen in ihrer jeweiligen medialen Vermittlung erfasst werden,
746 sind durch diese aber nicht vollständig determiniert.

747 Durch die Wahl von nur für bestimmte NutzerInnen inter-
748 pretierbare Zeichen werden für die RezipientInnen unter-
749 schiedliche Möglichkeiten der Anschlusskommunikation er-
750 öffnet, wodurch sich schließlich verschiedene Publika oder
751 Zugangsmöglichkeiten differenzieren lassen. Privatheit, Öf-
752 fentlichkeit und Anonymität wirken als Bestimmungsfaktoren
753 etwa auch bei der Wahl der jeweiligen Kommunikati-
754 ons(platt)form mit: Werden Erzählungen von persönlichen
755 Erlebnissen gerade nicht auf der Facebook-Pinnwand gepos-
756 tet, sondern im Rahmen von Chat-Gruppen mit bekanntem
757 Teilnehmerkreis, schafft dies einen Kontext, in dem private
758 Informationen, private Inhalte ‚unverschlüsselt‘ verhandelt
759 werden können, was wiederum die Sozialität der Gruppe auf-
760 recht erhalten kann. In der *Face-to-face*-Interaktion können
761 sprachlich-körperliche Verfahren darauf hinweisen, wie Pri-
762 vates und Öffentliches – sowohl in Bezug auf das Gerät selbst
763 als auch auf die auf diesem vorhandenen Inhalte – gerahmt
764 und verhandelt werden: Was und wie wird beispielsweise zu
765 einem digitalen Bild erzählt, wird das Display den Gesprächs-
766 partnerInnen hingehalten oder aber dürfen diese sogar selb-
767 ständig auf diesem navigieren? Aus diesen Überlegungen lässt
768 sich für die medienlinguistische Forschung ein Desiderat an
769 Untersuchungen zu Praktiken ableiten, mit denen Privatheit
770 bzw. Nicht-Privatheit im (nicht- bzw. semi)-öffentlichen Aus-
771 tausch mit und über mobile Medien kontextualisiert wird.

- 773 Androutsopoulos, Jannis (2014): Languaging when contexts
774 collapse: Audience design in social networking. In: *Dis-
775 course, Context & Media* (4–5), 62–73.
- 776 Androutsopoulos, Jannis (2015): Negotiating authenticities in
777 mediatized times. In: *Discourse, Context & Media* 8, 74–77.
- 778 Arminen, Ilkka/Leinonen, Minna (2006): Mobile phone call
779 openings: tailoring answers to personalized summonses. In:
780 *Discourse Studies* 8(3), 339–368.
- 781 Arnold, Michael/Gibbs, Martin/Kohn, Tamara/Meese,
782 James/Nansen, Bjorn (2017): *Death and Digital Media*.
783 London: Taylor and Francis.
- 784 Ayaß, Ruth (2014): Using media as involvement shields. In:
785 *Journal of Pragmatics* 72, 5–17.
- 786 Bächle, Thomas Christian (2017): Das Smartphone, ein Wäch-
787 ter. Selfies, neue panoptische Ordnungen und eine verän-
788 derte sozialräumliche Konstruktion von Privatheit. In:
789 Beyvers, Eva/Helm, Paula/Hennig, Martin/Keckeis, Car-
790 men/Kreknin, Innokentij/Püschel, Florian (Hg.): *Räume
791 und Kulturen des Privaten*. Wiesbaden: VS, 137–164.
- 792 Baron, Naomi S. (2008): *Always On. Language in an Online
793 and Mobile World*. Oxford: Oxford University Press.
- 794 Baron, Naomi S./Hård af Segerstad, Ylva (2010): Cross-cul-
795 tural patterns in mobile-phone use: public space and
796 reachability in Sweden, the USA and Japan. In: *New Media
797 & Society* 12 (1), 13–34.
- 798 Bateman, Patrick J./Pike, Jacqueline C./Butler, Brian S. (2011):
799 To disclose or not: publicness in social networking sites. In:
800 *Information Technology & People* 24 (1), 78–100.
- 801 Baym, Nancy K./boyd, danah (2012): Socially mediated pub-
802 licness: An introduction. In: *Journal of Broadcasting &
803 Electronic Media* 56(3), 320–329.
- 804 Bös, Birte/Kleinke, Sonja (2017): Publicness and privateness.
805 In: Hoffmann, Christian/Bublitz, Wolfram (Hg.): *Pragmatics
806 of Social Media*. Berlin: de Gruyter Mouton.
- 807 boyd, danah (2011): Social network sites as networked pub-
808 lic. Affordances, dynamics, and implications. In: Papacha-
809 rissi, Zizi (Hg.): *A Networked Self. Identity, Community,
810 and Culture on Social Network Sites*. New York and Lon-
811 don: Routledge, 39–58.
- 812 Brown, Barry/McGregor, Moira/Laurier, Eric (2013): iPhone
813 in vivo: Video Analysis of Mobile Device Use. In: *CHI*

- 814 2013: *Changing Perspectives*, Paris. URL:
815 <https://doi.org/10.1145/2470654.2466132>.
- 816 Bull, Michael (2000): *Sounding Out the City*. Oxford, New
817 York: Berg.
- 818 Chovanec, Jan (2015): Participant roles and embedded inter-
819 actions in online sports broadcasts. In: Dynel, Marta/Cho-
820 vanec, Jan (Hg.): *Participation in Public and Social Media*
821 *Interactions*. Amsterdam: Benjamins, 67–95.
- 822 Cooper, Geoff (2002): The Mutable Mobile: Social Theory in
823 the Wireless World. In: Brown, Barry/Green, Nicola/Har-
824 per, Richard (Hg.): *Wireless world: Social and interactional*
825 *aspects of the mobile age*. London: Springer, 19–31.
- 826 Costa, Elisabetta (2018): Affordances-in-practice: An ethno-
827 graphic critique of social media logic and context collapse.
828 In: *New Media & Society* 20 (10), 3641–3656.
- 829 De Fina, Anna/Gore, Brittany Toscano (2017): Online retell-
830 ings and the viral transformation of a twitter breakup story.
831 In: *Narrative Inquiry* 27 (2), 235–260.
- 832 Deppermann, Arnulf (2018a): Multimediale Narration im An-
833 gesicht des Todes. In: Mauz, Andreas/Peng-Keller, Simon
834 (Hg.): *Sterbenarrative. Hermeneutische Erkundungen des*
835 *Erzählens am und vom Lebensende*. Berlin, Boston: de
836 Gruyter, 115–138.
- 837 Deppermann, Arnulf (2018b): Wissen im Gespräch. In: Birk-
838 ner, Karin/Janich, Nina (Hg.): *Handbuch Text und Ge-
839 spräch*. Berlin, Boston: de Gruyter, 104–142.
- 840 DiDomenico, Stephen M./Boase, J. (2013): Bringing mobiles
841 into the conversation: Applying a conversation analytic ap-
842 proach to the study of mobiles in co-present interaction.
843 In: Tannen, Deborah/Trester, A. (Hg.). *Discourse 2.0: Lan-
844 guage and new media*. Washington, DC: Georgetown Uni-
845 versity Press, 119–131.
- 846 Du Gay, Paul/Hall, Stuart/Janes, Linda/Mackay, Hugh/Negus,
847 Keith (1997): *Doing cultural studies: the story of the Sony*
848 *Walkman*. London: Sage.
- 849 Dürscheid, Christa (2007): Private, nicht öffentliche und öf-
850 fentliche Kommunikation im Internet. In: *Neue Beiträge*
851 *zur Germanistik* 6 (4), 22–41.
- 852 Dürscheid, Christa/Frick, Karina (2016): *Schreiben digital.
853 Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert*.
854 Stuttgart: Alfred Kröner.

- 855 Einstpänner-Pflock, Jessica (2017): *Privatheit im Netz. Kon-
856 struktions- und Gestaltungsstrategien von Online-Privat-
857 heit bei Jugendlichen*. Wiesbaden: Springer.

858 Fischer, Claude S. (1992): *America Calling: A Social History
859 of the Telephone to 1940*. Berkeley: University of California
860 Press.

861 Fröhlich, Uta (2014): Reflections on the psychological terms
862 self and identity in relation to the concept of face for the
863 analysis of online forum communication. In: Bedijs, Kris-
864 tina/Held, Gudrun/Maaß, Christiane (Hg.): *Face Work and
865 Social Media*. Zürich, Berlin: LIT, 103–129.

866 Gal, Susan (2005): Language ideologies compared: Metaphors
867 of public and private. In: *Journal of Linguistic Anthropol-
868 ogy* 15 (1), 23–37.

869 Georgakopoulou, Alexandra (2015): Sharing as rescripting:
870 Place manipulations on YouTube between narrative and
871 social media affordances. In: *Discourse, Context & Media*
872 9, 64–72.

873 Georgakopoulou, Alexandra (2017): Friends and followers ‘in
874 the know’. A narrative interactional approach to social me-
875 dia participation. In: Mildorf, Jarmila/Thomas, Bronwen
876 (Hg.): *Dialogue across Media*. Amsterdam: Benjamins, 155–
877 178.

878 Georgalou, Mariza (2016): ‘I make the rules on my Wall’: Pri-
879 vacy and identity management practices on Facebook. In:
880 *Discourse & Communication* 10 (1), 40–64.

881 Gergen, Kenneth J. (2002): Cell Phone Technology and the
882 Challenge of Absent Presence. In: Katz, James E./Aakhus,
883 Mark A. (Hg.). *Perpetual contact: mobile communication,
884 private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge
885 University Press, 227–241.

886 Geser, Hans (2005): Is the Cell Phone undermining the Social
887 Order? Understanding Mobile technology in a Sociological
888 Perspective. In: Glotz, Peter/Bertsch, Stefan/Locke, Chris
889 (Hg.). *Thumb culture. The meaning of mobile phones for
890 society*. Bielefeld: Transcript, 23–35.

891 Goffman, Erving (1963): *Behavior in Public Places. Notes on
892 the Social Organization of Gatherings*. New York: The Free
893 Press.

894 Goffman, Erving (2010): *Wir alle spielen Theater. Die Selbst-
895 darstellung im Alltag*. München: Piper.

- 896 Green, Nicola (2002): Who's Watching Whom? Monitoring
897 and Accountability in Mobile Relations. In: Brown,
898 Barry/Green, Nicola/Harper, Richard (Hg.). *Wireless world:*
899 *Social and interactional aspects of the mobile age*. London:
900 Springer, 32–45.
- 901 Green, Nicola/Haddon, Leslie (2009): *Mobile Communica-*
902 *tions. An introduction to new media*. Oxford/New York:
903 Berg.
- 904 Habscheid, Stephan (2000): „Medium“ in der Pragmatik. In:
905 *Deutsche Sprache* 28, 126–143.
- 906 Herring, Susan (2013): Discourse in web 2.0: Familiar, recon-
907 figured, and emergent. In: Tannen, Deborah/Trester, Anna
908 Marie (Hg.): *Discourse 2.0. Language and New Media*.
909 Washington D.C.: Georgetown University Press, 1–25.
- 910 Hjorth, Larissa/Horst, Heather A./Galloway, Anne/Bell, Gen-
911 evieve (Hg.) (2017): *The Routledge Companion to Digital*
912 *Ethnography*. Routledge Companions. New York, NY:
913 Routledge.
- 914 Höflich, Joachim R. (2005): Medien und interpersonale Kom-
915 munikation. In: Jäckel, Michael (Hg.). *Mediensoziologie.*
916 *Grundfragen und Forschungsfelder*. Wiesbaden: VS, 69–
917 90.
- 918 Höflich, Joachim R. (2006): Observations of Mobile Phone
919 Usage in Public Places. In: Höflich, Joachim R./Hartmann,
920 Maren (Hg.). *Mobile communication in everyday life: eth-*
921 *nographic views, observations, and reflections*. Berlin:
922 Frank & Timme, 19–51.
- 923 Höflich, Joachim R. (2009): Mobile Phone Calls and Emo-
924 tional Stress. In: Vincent, Diane/Fortunati, Leopoldina
925 (Hg.). *Electronic emotion: the mediation of emotion via in-*
926 *formation and communication technologies*. Frankfurt
927 a.M.: Lang, 63–83.
- 928 Höflich, Joachim R. (2014): The Mobile Phone: Bringing the
929 Private into the Public. Empirical Notes on the Situational
930 Arrangement of Communicative Behaviour. In: Wyss, Eva
931 Lia (Hg.): *Communication of Love. Mediatized Intimacy*
932 *From Love Letters to SMS. Interdisciplinary and Historical*
933 *Studies*. Bielefeld: Transcript, 151–164.
- 934 Höflich, Joachim R./Kircher, Georg F. (2010): Moving and lin-
935 gering: the mobile phone in public space. In: Höflich, Joa-
936 chim R./Kircher, Georg F./Linke, Christine/Schlote, Isabel

- 937 (Hg.): *Mobile media and the change of everyday life*. Frankfurt a.M.: Lang, 61–95.
- 938
- 939 Humphreys, Lee (2012): Connecting, Coordinating, Cataloguing: Communicative Practices on Mobile Social Networks.
- 940
- 941 In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56 (4),
- 942 494–510.
- 943 Humphreys, Lee (2016): Involvement shield or social catalyst:
- 944 Thoughts on socio-spatial practice of Pokémon GO. In: *Mo-*
- 945 *bile Media & Communication* 5 (1), 15–19.
- 946 Hutchby, Ian (2001): Technologies, Texts and Affordances.
- 947 In: *Sociology* 35 (2), 441–465.
- 948 Jäntti, Saara/Saresma, Tuija/Leppänen, Sirpa/Järvinen,
- 949 Suvi/Varis, Piia (2017): Homing blogs as ambivalent spaces
- 950 for feminine agency. In: *Feminist Media Studies* 18 (5),
- 951 888–904.
- 952 Jenkins, Henry/Ford, Sam/Green, Joshua (2013): *Spreadable*
- 953 *Media. Creating Value and Meaning in a Networked Cul-*
- 954 *ture*. New York: NYU Press.
- 955 Kaerlein, Timo (2018): *Smartphones als digitale Nahkörper-*
- 956 *technologien. Zur Kybernetisierung des Alltags*. Bielefeld:
- 957 Transcript.
- 958 Kasakowskij, Regina/Fietkiewitz, Kaja L./Friedrich, Na-
- 959 talie/Stock, Wolfgang G. (2018): Anonymous and Non-
- 960 anonymous User Behavior on Social Media: A Case Study
- 961 of Jodel and Instagram. In: *Journal of Information Science*
- 962 *Theory and Practice* 6 (3), 25–36.
- 963 Katz, James Everett (2006): *Magic in the air: mobile commu-*
- 964 *nication and the transformation of social life*. New Bruns-
- 965 wick, NJ: Transaction Publishers.
- 966 Katz, James E. (Hg.) (2008): *Handbook of mobile communica-*
- 967 *tion studies*. Massachusetts: Massachusetts Institute of
- 968 Technology.
- 969 Katz, James Everett/Aakhus, Mark A. (Hg.) (2002): *Perpetual*
- 970 *Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Per-*
- 971 *formance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 972 Keppler, Angela (2014): Reichweiten alltäglicher Gespräche.
- 973 Über den kommunikativen Gebrauch alter und neuer Me-
- 974 dien. In: Bellebaum, Alfred/Hettlage, Robert (Hg.): *Unser*
- 975 *Alltag ist voll von Gesellschaft. Sozialwissenschaftliche*
- 976 *Beiträge*. Wiesbaden: VS, 85–104.

- 977 Keppler, Angela (2019): "Zeig mal": Smartphones im Ge-
978 spräch. In: Marx, Konstanze/Schmidt, Axel (Hg.). *Interak-*
979 *tion und Medien. Interaktionsanalytische Zugänge zu me-*
980 *dienvermittelter Kommunikation.* Heidelberg: Winter, 177–
981 190.
- 982 Kopomaa, Timo (2000): *The city in your pocket: birth of the*
983 *mobile information society.* Helsinki: Gaudeamus.
- 984 Landert, Daniela/Jucker, Andreas H. (2011): Private and public
985 in mass media communication: From letters to the editor
986 to online commentaries. In: *Journal of Pragmatics* 43 (5),
987 1422–1434.
- 988 Lasén, Amparo (2005): *Understanding mobile phone users*
989 *and usage.* Newbury: Vodafone Group R&D.
- 990 Lasén, Amparo (2006): How to be in two places at the same
991 time? Mobile phone use in public places. In: Höflich, Joa-
992 chim R./Hartmann, Maren (Hg.). *Mobile communication in*
993 *everyday life : ethnographic views, observations, and re-*
994 *flections.* Berlin: Frank & Timme, 227–251.
- 995 Lasén, Amparo (2017): Disruptive ambient music: Mobile
996 phone music listening as portable urbanism. In: *European*
997 *Journal of Cultural Studies* 21 (1), 96–110.
- 998 Laurier, Eric (2001): Why People Say Where They are during
999 Mobile Phone Calls. In: *Environment and Planning D: So-*
1000 *cietiy and Space* 19 (4), 485–504.
- 1001 Licoppe, Christian (2004): Connected presence: the emer-
1002 gence of a new repertoire for managing social relationships
1003 in a changing communication technoscope. In: *Social En-*
1004 *vironment and Planning D: Society and Space* 22 (1), 135–
1005 156.
- 1006 Licoppe, Christian (2016): Mobilities and Urban Encounters in
1007 Public Places in the Age of Locative Media. Seams, Folds,
1008 and Encounters with 'Pseudonymous Strangers'. In: *Mobil-*
1009 *ties* 11 (1), 99–116.
- 1010 Licoppe, Christian (2017): Showing objects in Skype video-
1011 mediated conversations: From showing gestures to show-
1012 ing sequences. In: *Journal of Pragmatics* 110, 63–82.
- 1013 Licoppe, Christian/Morel, Etienne (2017): Locative Mobile
1014 Media and the Development of Unplanned, Fleeting En-
1015 counters with Pseudonymous Strangers and Virtual Ac-
1016 quaintances in Urban Public Spaces In: Hjorth, La-
1017 rissa/Horst, Heather A./Galloway, Anne/Bell, Genevieve

- 1018 (Hg.): *The Routledge Companion to Digital Ethnography*.
1019 New York, NY: Routledge, 200–210.
- 1020 Licoppe, Christian/Rivière, Carole Anne/Morel, Julien (2015):
1021 Grindr casual hook-ups as interactional achievements. In:
1022 *New Media & Society* 18 (11), 2540–2558.
- 1023 Ling, Rich, & Campbell, Scott W. (Hg.) (2009): *The Recon-
1024 struction of Space and Time. Mobile Communication Prac-
1025 tices*, New Brunswick, London: Transaction Publishers.
- 1026 Ling, Rich (2002). The social juxtaposition of mobile tele-
1027 phone conversations and public spaces. In: *Conference on
1028 the Social Consequence of Mobile Telephones* (July 2002).
1029 Chunchon, Korea. URL: [https://pdfs.semanti-
cscholar.org/8bf6/4e95b629c2c932edc76d4000ddf142ec64
28.pdf](https://pdfs.semanti-
1030 cscholar.org/8bf6/4e95b629c2c932edc76d4000ddf142ec64
1031 28.pdf).
- 1032 Linke, Angelika (2001): Trauer, Öffentlichkeit und Intimität.
1033 Zum Wandel der Textsorte ‚Todesanzeige‘ in der zweiten
1034 Hälfte des 20. Jahrhunderts. In: Fix, Ulla/Habscheid, Ste-
1035 phan/Klein, Josef (Hg.): *Zur Kulturspezifik von Textsorten*.
1036 Tübingen: Stauffenburg, 195–223.
- 1037 Lofland, Lyn H. (1998): *The Public Realm. Exploring the
1038 City's Quintessential Social Territory*. New York: Aldine de
1039 Gruyter.
- 1040 Mantere, Eerik/Raudaskoski, Sanna (2017): The sticky media
1041 device. In: Lahikainen, Anja Riita/Mälkiä, Tiina/Repo,
1042 Katja (Hg.): *Media, Family Interaction and the Digitaliza-
1043 tion of Childhood*. Cheltenham: Edward Elgar, 135–154.
- 1044 Marvin, Carolyn (1988): *When Old Technologies Were New:
1045 Thinking About Electric Communication in the Late Nine-
1046 teenth Century*. New York: Oxford University Press.
- 1047 Marwick, Alice/Ellison, Nicole B. (2012): “There Isn’t Wifi in
1048 Heaven!” Negotiating Visibility on Facebook Memorial
1049 Pages. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56
1050 (3), 378–400.
- 1051 Marwick, Alice E./boyd, danah (2014): Networked privacy:
1052 How teenagers negotiate context in social media. In: *New
1053 Media & Society* 16 (7), 1051–1067.
- 1054 Marx, Konstanze (2017): *Diskursphänomen Cybermobbing.
1055 Ein internetlinguistischer Zugang zu (digitaler) Gewalt*.
1056 Berlin: de Gruyter.
- 1057 Meese, James/Gibbs, Martin/Carter, Marcus/Arnold, Mi-
1058 chael/Nansen, Bjorn/Kohn, Tamara (2015): Selfies at Fu-

- 1059 nerals: Mourning and Presencing on Social Media Plat-
1060 forms. In: *International Journal of Communication* 9,
1061 1818–1831.
- 1062 Meyrowitz, Joshua (1985): *No sense of place*. Oxford: Oxford
1063 University Press.
- 1064 Morel, Julien/Licoppe, Christian (2009): La vidéocommu-
1065 nication sur téléphonie mobile: quelle mobilité pour quels ca-
1066 drages? In: *Réseaux* 4 (156), 165–201.
- 1067 Oloff, Florence (2019): Das Smartphone als soziales Objekt:
1068 Eine multimodale Analyse von initialen Zeigesequenzen in
1069 Alltagsgesprächen. In: Marx, Konstanze/Schmidt, Axel
1070 (Hg.). *Interaktion und Medien. Interaktionsanalytische Zu-*
1071 *gänge zu medienvermittelter Kommunikation*. Heidelberg:
1072 Winter Verlag, 191–218.
- 1073 Özkul, Didem (2015): Location as a sense of place. Everyday
1074 life, mobile, and spatial practices in urban spaces. In: de
1075 Souza e Silva, Adriana/Sheller, Mimi (Hg.): *Mobility and*
1076 *locative media. Mobile communication in hybrid spaces*.
1077 New York: Routledge.
- 1078 Özkul, Didem (2017): Placing Mobile Ethnography. Mobile
1079 Communication as a Practice of Place Making. In: Hjorth,
1080 Larissa/Horst, Heather A./Galloway, Anne/Bell, Genevieve
1081 (Hg.): *The Routledge Companion to Digital Ethnography*.
1082 New York, NY: Routledge, 221–231.
- 1083 Paasonen, Susanna/Light, Ben/Jarrett, Kylie (2019): The Dick
1084 Pic: Harassment, Curation, and Desire. In: *Social Media +*
1085 *Society*, 1–10.
- 1086 Page, Ruth E. (2018): *Narratives Online. Shared Stories in So-*
1087 *cial Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 1088 Parcha, Joshua M. (2014): *The visible #family: Using the*
1089 *hashtag to study family construction*. Eastern Michigan
1090 University: Master Theses. URL: <https://commons.emich.edu/theses/862/>.
- 1091 Pool, Ithiel de Sola (1977): *The social impact of the telephone*.
1092 Cambridge, London: MIT Press.
- 1093 Porcheron, Martin/Fischer, Joel E./Sharples, Sarah (2016): Us-
1094 ing Mobile Phones in Pub Talk. In: *CSWC'16 – Proceedings*
1095 *of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Coop-*
1096 *erative Work & Social Computing*, San Francisco, CA,
1097 ACM. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2818048.2820014>.

- 1099 Pöschl, Sandra/Döring, Nicola (2012): Access anytime, any-
1100 where, with anyone? Determinanten mobiler Erreichbar-
1101 keit in der Handykommunikation – ein Review. In: Marx,
1102 Konstanze/Schwarz-Friesel, Monika (Hg.): *Sprache und*
1103 *Kommunikation im technischen Zeitalter: Wie viel Internet*
1104 *(v)erträgt unsere Gesellschaft?* Berlin: de Gruyter: 279–311.
- 1105 Raclaw, Joshua/Robles, Jessica S./DiDomenico, Stephen M.
1106 (2016): Providing Epistemic Support for Assessments
1107 Through Mobile-Supported Sharing Activities. In: *Re-*
1108 *search on Language and Social Interaction* 49 (4), 362–
1109 379.
- 1110 Raymond, Geoffrey/Heritage, John (2006): The epistemics of
1111 social relations. Owning grandchildren. In: *Language in*
1112 *Society* 5/35: 677–705.
- 1113 Relieu, Marc (2008): Mobile phone “work”: Disengaging and
1114 engaging mobile phone activities with concurrent activi-
1115 ties. In: Ling, Rich/Campbel, Scott (Hg.): *The Reconstruc-*
1116 *tion of Space and Time: Mobile Communication Practices:*
1117 Transaction Publishers.
- 1118 Schlotte, Isabel/Linke, Christine (2010): Interactions and indi-
1119 vidual patterns of mobile communication in public places.
1120 In: Höflich, Joachim R./Kircher, Georg F./Linke, Chris-
1121 tine/Schlote, Isabel (Hg.): *Mobile media and the change of*
1122 *everyday life*. Frankfurt a.M.: Lang, 97–128.
- 1123 Schwitalla, Johannes (1996): Telefonprobleme: (Leidvolle) Er-
1124 fahrungen mit einem neuen Medium. In: *Zeitschrift für*
1125 *Germanistische Linguistik* 24 (2), 153–174.
- 1126 Sennett, Richard (1993): *Verfall und Ende des öffentlichen Le-*
1127 *bens. Die Tyrannie der Intimität.* Frankfurt a.M: Fischer.
- 1128 Stivers, Tanya/Mondada, Lorenza/Steensig, Jakob (Hg.)
1129 (2011): *The Morality of Knowledge in Conversation.* Cam-
1130 bridge: Cambridge University Press.
- 1131 Tannen, Deborah/Trester, Anna Marie (Hg.) (2013): *Discourse*
1132 *2.0: language and new media.* Georgetown University
1133 Round Table on Languages and Linguistics. Washington,
1134 DC: Georgetown University Press.
- 1135 Tienken, Susanne (2016): Sternenkinder – Sternenmamas.
1136 Soziale Kategorisierungen und relationale Identitätszuwei-
1137 sungen in Online-Trauerforen. In: Grotek, Edyta/Nor-
1138 kowska, Katarzyna (Hg.): *Sprache und Identität – philolo-*
1139 *gische Einblicke.* Berlin: Frank & Timme, 267–277.

- 1140 Tomita, Hidenori (2005): *Keitai* and the Intimate Stranger. In:
1141 Ito, Mizuko/Okabe, Daisuke/Matsuda, Misa (Hg.). *Personal,
1142 Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life.*
1143 Cambridge, London: MIT Press.
- 1144 Vivienne, Sonja/Burgess, Jean (2012): The digital storyteller's
1145 stage: Queer everyday activists negotiating privacy and
1146 publicness. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*
1147 56 (3), 362–377.
- 1148 Weilenmann, Alexandra (2003): "I can't talk now, I'm in a fit-
1149 ting room": Availability and Location in Mobile Phone
1150 Conversations. In: *Environment and Planning A, special
1151 issue on Mobile Technologies and Space* (Hg. von Eric
1152 Laurier) 35(9), 1589–1605.
- 1153 Weilenmann, Alexandra/Larsson, Catrine (2002): Local use
1154 and sharing of mobile phones. In: Brown, Barry/Green, Ni-
1155 colia (Hg.): *Wireless world: Social and interactional aspects
1156 of the mobile age*. London: Springer, 92–107.
- 1157 Zelger, Sabine (1997): „*Das Pferd frisst keinen Gurkensalat*“:
1158 *Eine Kulturgeschichte des Telefonierens*. Wien etc.: Böhlau.