

Medien-Öffentlichkeit als komplexes ‚Moving-Target‘.

Der Begriff der Öffentlichkeit ist mehr denn je zu einem ‚moving target‘ geworden (bzw. schon immer gewesen). Dies bezieht sich zum Einen auf das empirisch zu beobachtende Phänomen und dessen Charakteristika, da die individuellen (subjektiven) wie gesellschaftlichen (strukturellen) Grenzen von Öffentlichkeit sich in Auflösung befinden. Das hat aber auch Konsequenzen für die kommunikationswissenschaftliche Beobachterperspektive und deren Maßstäbe. Denn der sich beschleunigende Wandel in den Bereichen Medien, Technologie, Politik und Gesellschaft machen – nicht nur aus erkenntnistheoretischer, sondern auch aus gesellschaftspolitischer Perspektive – eine rasche und adäquate Neubestimmung des Öffentlichkeitsbegriffs notwendig. Dieses gilt um so mehr für den Begriff der Medien-Öffentlichkeit aus Sicht der Kommunikations- und Medienwissenschaft, die in diesem Kontext jahrzehntelang ausschließlich auf journalistische Medienkommunikation fokussierte bzw. reduzierte (vgl. Jarren 2015) und sich nach wie vor schwer tut, zwischen normativen, funktionalen und anwendungsbezogenen Dimensionen von Öffentlichkeit und den damit verbundenen Akteursrollen, -funktionen, -kompetenzen etc. zu differenzieren (z.B. Klaus et al. 2015).

Im Anschluss und Erweiterung zentraler kontextsensitiver Öffentlichkeitskonzepte in der Kommunikationswissenschaft (Klaus 1998, Krotz 1998, Dahlgren 2005 und Peters 2007) wird Öffentlichkeit im Vortrag als ein Mehrebenenphänomen skizziert, das neben der v.a. in der klassischen Politischen Kommunikationsforschung oftmals ausschließlich fokussierten repräsentationellen Dimension nicht nur einen je spezifischen (medien-)kulturellen Kontext, sondern auch stets eine strukturelle wie subjektbezogene Ebene besitzt.¹ Die strukturelle Ebene bezieht sich auf die manifesten Strukturen und Funktionen von Öffentlichkeit, die diese auf gesamtgesellschaftlicher bis hin zur lokalen Ebene einnimmt. Die subjektbezogene bzw. interaktionale Dimension verweist auf die Aneignung öffentlicher Kommunikationsprozesse und die Teilhabe an Öffentlichkeit. Anstatt statisch, ist also Öffentlichkeit grundsätzlich immer im Sinne eines dynamischen und multidimensionalen Kommunikationsprozesses zu konzeptualisieren, der sich immer auf mehrere Komplexitätsebenen öffentlicher Kommunikation (Mikro-, Meso- und Makroebene bzw. einfache, mittlere und komplexere Öffentlichkeiten) zugleich erstreckt.

Die verschiedenen Dimensionen von Öffentlichkeit können sich daher im Sinne einer Mikro-Makroverschränkung stets wechselseitig aufeinander bezogen vorgestellt werden. Diese Verschränkung stellt zugleich der zentrale normative Anspruch an Öffentlichkeit dar, da mit dem „Prinzip“ Öffentlichkeit immer auch Fragen von Macht, Integration sowie von (Un-)Gleichheit verbunden sind. Aus analytischer Perspektive waren somit in den letzten Jahren hauptsächlich die sowohl subjektiv empfundenen als auch strukturell vermittelten Zugangs- und Einflussmöglichkeiten gesellschaftlicher Akteure auf politische Öffentlichkeit von Interesse gewesen. So formulieren prägnant Couldry et al. (2007: 24): „What are the matters of common concern, how are they engaged by the public, how does public engagement roles relate to political participation, if at all, and how important are media facilitating, shaping or impending such participation.“

¹ Auf diese beiden analytischen Pole verweist indirekt auch Habermas (1998: 228) in seiner Analyse postnationaler Konstellationen, indem für ihn der Begriff der Moderne und damit auch der von Öffentlichkeit „mit dem abstrakten Gegensatz zwischen einer disziplinierenden Gesellschaft und der verletzten Subjektivität des Einzelnen“ in Zusammenhang zu bringen sei.

Die strukturellen wie subjektbezogenen Dimensionen von Öffentlichkeit befinden sich allerdings – im Rahmen der Digitalisierung von Öffentlichkeiten (vgl. grundsätzlich Coleman/Ross 2010) mehr denn je – in einem (andauernden) Wandlungsprozess. Die Komplexität sowohl der Analyse als auch der Konstituierung von politischer Öffentlichkeit generell wird im Vortrag exemplarisch am Prozess der Auflösung ehemals allein national und recht statisch gedachter kommunikativer und politischer Zusammenhänge veranschaulicht, der sich in der sozialen, räumlichen, zeitlichen und technischen Ent- und Begrenzung von Öffentlichkeit ausdrückt (vgl. Wallner/Adolf 2014). So konstituieren sich Öffentlichkeiten zunehmend auch in virtuellen, oftmals stark unterhaltungsbezogenen Kommunikationsräumen scheinbar losgelöst von politischen Geltungsbereichen, journalistischen Leitmedien und physischen Bezügen. Aber auch aus subjektbezogener Sicht ändert sich die Wahrnehmung und Teilhabe an Öffentlichkeiten und damit der Sinn von Öffentlichkeit, da sich Bürger nicht mehr in lokal begrenzten sozialen und politischen sowie allein journalistisch geprägten Kontexten sondern zunehmend in translokalen Lebenswelten bewegen, die mit recht unterschiedlichen, zum Teil recht eskapistischen und/oder unterhaltungsbezogenen Öffentlichkeitsanbindungen einhergehen können, aber nicht müssen.

Im Vortrag soll in einem ersten Schritt die Zunahme der Komplexität der Konstituierung von Medien-Öffentlichkeit(en) in der Gegenwart rekonstruiert werden. In einem zweiten Schritt soll verdeutlicht werden, wie diese potentielle Ausweitung von Öffentlichkeit mit einem differenzierteren Verständnis der aufeinander bezogenen Mikro- und Makrodimensionen detaillierter beschrieben werden kann. Abgeschlossen wird der Vortrag durch einige Befunde eines noch nicht veröffentlichten Surveys (N=490, Untersuchungsdimensionen: Mediennutzung, Medienkompetenz, Themeninteresse, soziales Netzwerk und ziviles Engagement), das die (potentiellen) Teilhabemöglichkeiten an Öffentlichkeit(en) sowohl auf struktureller Ebene (mediale Gelegenheitsstrukturen für Öffentlichkeit) als auch aus subjektiver Perspektive (Wahrnehmung und Relevanzzuschreibung von Öffentlichkeit durch die Mediennutzer) in den Blick nimmt.

Literatur

Coleman, Stephen/Ross, Karen (2010): *The Media and the Public: "Them" and "Us" in Media Discourse*. Communication in the Public Interest, Malden, Mass.: Wiley-Blackwell.

Couldry, Nick/Livingstone, Sonia/Markham, Tim (2007): *Media Consumption and Public Engagement*, London: Palgrave Macmillan.

Dahlgren, Peter (2005): »The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation«, in: *Political Communication* 22, S. 147-162.

Habermas, Jürgen (1998): *Die postnationale Konstellation. Politische Essays*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Jarren, Otfried (2015): Journalismus – unverzichtbar?! In: *Publizistik* 60(1), S. 113-122.

Klaus, Elisabeth (1998): »Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess«, in: Kurt Imhof/Peter Schulz (Hg.), *Kommunikation und Revolution*, Zürich: Seismo, S. 131-149.

Klaus, Elisabeth/Dürager, Andrea/Kirchhoff, Susanne (2015): *Mehr als der Gegensatz von Theorie*.

Unterschiedliche Ebenen des Praxisbezugs in der Lehre am Beispiel des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft in Salzburg. In: Publizistik 60(1), S. 147-164.

Krotz, Friedrich (1998): Öffentlichkeit aus Sicht des Publikums, in: Otfried Jarren/Friedrich Krotz (Hg.): Öffentlichkeit unter Vielkanalbedingungen, Baden-Baden: Nomos, S. 95-117.

Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. Herausgegeben von Hartmut Wessler, mit einem Vorwort von Jürgen Habermas, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Wallner, Cornelia/Adolf, Marian (2014): »Räume und Kontexte öffentlicher Kommunikation«, in: Jeffrey Wimmer/Maren Hartmann (Hg.): Medienkommunikation in Bewegung: Mobilisierung – Mobile Medien – Kommunikative Mobilität. Wiesbaden: VS, S. 87-101.