

ÖFFENTLICHKEIT(EN) UND INTERNET

Umbruch in der politischen Kommunikation?

VON DANIEL MÜLLER UND ANNEGRET MÄRZ

Öffentlichkeit gilt allgemein als konstitutiv für die demokratische Gesellschaft und den Rechtsstaat. Daher findet dieser Begriff starke Beachtung in vielen Disziplinen, vor allem in der Soziologie, Politik- und Rechtswissenschaft, aber auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Die Verwendung des Begriffs ist dabei jedoch diffus, ja vielfach widersprüchlich, sodass Joachim Westerbarkey sich 1994 zu einem Versuch veranlasst sah, Öffentlichkeit als „eine Alltagskategorie kommunikationstheoretisch zu rehabilitieren“¹.

Dabei ist der Eindruck von Unschärfe und Widersprüchlichkeit keineswegs nur dem Alltagsgebrauch und somit einem vermeintlichen Theoriedefizit zuzuschreiben. Schon zahlreiche „Klassiker“ der Philosophie und der Sozialwissenschaften haben sich mit dem Begriff und dem Phänomen Öffentlichkeit befasst,² und es gibt mehrere ausgefeilte theoretische Ansätze, die sich jedoch schwer systematisieren und – trotz vieler Gemeinsamkeiten – auch schwer vereinbaren lassen.³ Die Komplexität wird noch weiter gesteigert durch den siamesischen Zwilling *öffentliche Meinung*, z.T. noch ergänzt durch weitere eng angelehnte Begriffe wie *öffentliche Kommunikation*, von der *öffentlichen Aufgabe* bzw. dem *öffentlichen Interesse* der (Medien-)Rechtswissenschaft ganz zu schweigen.⁴

So findet sich Öffentlichkeit mal ohne Artikel (als „Prinzip Öffentlichkeit“), mal mit als „die Öffentlichkeit“, zunehmend pluralisiert als „Öffentlichkeiten“ und in Wortzusammensetzungen oder durch Zusätze ergänzt, etwa als bürgerliche, plebejische, proletarische Öffentlichkeit(en). Ähnlich ist von der groß geschriebenen „Öffentlichen“ die klein geschriebene „öffentliche“ (schon bei Ferdinand Tönnies⁵) und erst recht die meist sehr klein geschriebene „veröffentlichte“ Meinung zu unterscheiden – beides auch wieder bei Bedarf in den Plural zu setzen. *Öffentliche Meinung* ist dabei heute vor allem Gegenstand der Demoskopie, also der Meinungsumfragen. *Öffentlichkeitsarbeit* (Public Relations) wiederum befasst sich damit, diese öffentliche Meinung im Interesse bestimmter Akteure – nicht unbedingt im „öffentlichen Interesse“ – zu beeinflussen.

1 Westerbarkey: „Öffentlichkeit als Funktion und Vorstellung“.

2 Vgl. an neueren Darstellungen bzw. Editionen von „Klassiker“-Aussagen zur Öffentlichkeit z.B. Hohendahl: Öffentlichkeit; Liesegang: Öffentlichkeit und öffentliche Meinung; Pöttker: Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag.

3 Die wohl beste konzise Systematisierung bietet Imhof: „Öfflichkeitstheorien“.

4 Vgl. z.B. – nebeneinander – Pfetsch/Bossert: „Öffentliche Kommunikation“ und „Öffentliche Meinung“; sowie Pöttker: „Öffentlichkeit.“

5 Tönnies: Kritik der öffentlichen Meinung.

Hilfreich ist die Unterscheidung von *Publicness* und *Public Sphere*, wie sie z.B. Splichal⁶ vornimmt und die auch bei Pöttker in diesem Heft wiederkehrt, als Unterscheidung zwischen einem Prinzip Öffentlichkeit (*Publicness* = Öffentlichkeit ohne Artikel) und einem sozialen Raum oder Gebilde, einer Menschengruppe usw. (*Public Sphere* = Öffentlichkeit mit Artikel, ggf. im Plural und mit Zusätzen).

In der Forschung, auch der internationalen, absolut dominant ist dabei das Verständnis als „öffentliche Sphäre(n)“ (so oft die Rückübersetzung), das sich immer wieder auf die Frankfurter Schule bezieht, namentlich auf Jürgen Habermas und besonders auf seine Marburger Habilitationsschrift *Strukturwandel der Öffentlichkeit*.⁷ Im deutschsprachigen Raum ist es heute wohl die systemtheoretische Ausdeutung des Begriffs durch Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt, die besonders weit verbreitet ist.⁸

Unabhängig von allen Unterschieden gibt es einige weitgehende Gemeinsamkeiten im normativen Anspruch an Öffentlichkeit, vor allem an *politische* Öffentlichkeit im engeren Sinne. So wird ihr vielfach eine doppelte Funktion zugeschrieben, nämlich das Herstellen von Transparenz – von oben nach unten – einerseits und Kritik bzw. Kontrolle – von unten nach oben – andererseits. Damit sie diese Doppelfunktion ausfüllen kann, werden von der Öffentlichkeit wiederum drei Eigenschaften gefordert, die sich quasi auf Eingang, Innenlauf und Ausgang beziehen: 1. freier Zugang (*Access*); 2. Diskursivität, argumentative Qualität der Diskussion selbst; und 3. Wirksamkeit der Kritik- und Kontrollfunktion.

Dieser normativ-theoretische Anspruch scheint gerade in der neueren Forschung vielfach merkwürdig wenig verknüpft mit der Analyse konkreter gesellschaftlicher Öffentlichkeit(en): Was die Öffentlichkeit leisten soll, ist noch vergleichsweise klar, weniger klar scheint, inwieweit sie es jeweils tatsächlich leistet bzw. wie sich das überhaupt methodisch fassen und untersuchen lässt.

Im Zeitalter vor der massenhaften Durchsetzung des Internets, für die man in der westlichen Welt vereinfachend etwa die Jahre 1995/2000 ansetzen kann, war offensichtlich die Rolle der klassischen Massenmedien (Kommunikation *One to Many*) entscheidend für das Herstellen von Öffentlichkeit bzw. das Erreichen von Öffentlichkeit(en). Hier setzt auch unmittelbar Kritik ein: Stehen die Massenmedien der Vor-Internet-Zeit – die im Übrigen ja auch im Internetzeitalter weiterexistieren – tatsächlich jedem Individuum bzw. Standpunkt offen? Tatsächlich wird sich dies wohl mit gutem Grund auch für demokratische Gesellschaften bestreiten lassen, für die Vergangenheit wie für die Gegenwart. Nicht umsonst wird in man-

6 Splichal: „In Search of a Strong European Public Sphere“.

7 Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*; zur internationalen Rezeption vgl. Habermas: *The Structural Transformation of the Public Sphere*; Calhoun: *Habermas and the Public Sphere*; Crossley/Roberts: *After Habermas*; Marcinkowski: „Public Sphere“; Wodak/Koller: *Handbook of Communication in the Public Sphere*. Für die Gegenöffentlichkeit (*Counter-Public Sphere*) spielt eine ähnliche Rolle als Ankerpunkt Negt/Kluge: *Öffentlichkeit und Erfahrung*; vgl. auch Negt/Kluge: *Public Sphere and Experience*.

8 Vgl. z.B. Gerhards/Neidhardt: „Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit“.

chen Modellen – mitunter wohl etwas euphemistisch – die vermittelnde Rolle von „Öffentlichkeitssprechern“ betont bzw. von der Repräsentanz von „relevanten“ Positionen oder (fast schon im Jargon der DDR-„Einheitsliste der Nationalen Front“) von „gesellschaftlichen Gruppen“ gesprochen, worunter man sich im bundesdeutschen Korporatismus wohl den vereinstümelnd-biedermeierlichen Proporz der Rundfunkräte vorstellen darf, der von Repräsentativität heute im Zuge ständig nachlassender Bindekraft der hier angeblich allein maßgeblichen Gruppen weiter entfernt scheint denn je. Tatsächlich sind es vielfach doch wohl Themen und Standpunkte von Eliten, Medienprofis bzw. „ressourcenstarken Akteuren“, die den Weg in die Massenmedien finden. Dagegen werden Gegenstandspunkte, auch solche, die gemäß der aggregierten Individualmeinungen der Bevölkerung, also der „öffentlichen Meinung“ der Demoskopie, theoretisch stärker sein müssten, vielfach stark untergewichtet oder ganz ausgeblendet.⁹ Ähnlich lassen sich auch die ja auf der Zugangsoffenheit der Massenmedien aufbauende Diskursivität und die Wirksamkeit der Kritik- und Kontrollfunktion wohl – auch fundamental – in Frage stellen.

Dementsprechend löste der Internet-Durchbruch gerade in Hinsicht auf die Zugangsoffenheit die größte Euphorie aus, denn wie das Internet die eindeutige Unterscheidung zwischen Massen- und Individualkommunikation relativiert, so beseitigt es auch für eine große Zahl von Menschen – Medienkonsumenten – Barrieren, die sie bisher selbst bei entsprechendem Interesse faktisch daran hinderten, als Medienmacher aufzutreten. Neben die alten Medienprofis treten damit Medienamateure, aber auch neue Medienprofis, die bisher keinen Zugang zu Medienberufen und damit zur Öffentlichkeit fanden. Die naiven Utopien der Brechtschen „Radiotheorie“ und des Enzensbergerschen „Baukastens“¹⁰ sowie die mitunter kümmerlichen Sandkastenspielerereien der „Offenen Kanäle“ und sonstiger „Bürgermedien“ erleben so durch die neuen Techniken ein erstaunliches Comeback. Und auch der Begriff Öffentlichkeit, bei Westerbarkey „rehabilitierungsbedürftig“, erfährt so durch das Internet eine „gewisse Renaissance“ (so vorsichtig Reinhold Viehoff¹¹). Tatsächlich scheint der Forschungsgegenstand „Internet und Öffentlichkeit“ heute nahe ans Zentrum der Kommunikations- wie auch der Politikwissenschaft gerückt.¹²

9 Dies ist keine neue Erkenntnis, sondern entspricht in mancher Hinsicht dem Theorem der „Schweigespurale“, vgl. z.B. Noelle-Neumann: Die Schweigespurale; Scherer: Massenmedien, Meinungsklima und Einstellung. Noelle-Neumann und ihre Schule betonen denn auch *nicht* die Theorie vom „Zugang für Alle“.

10 Vgl. Schwering: „Datenlage und Theorie“.

11 Viehoff: „Öffentlichkeit“.

12 Aus der Fülle der einschlägigen Literatur seien herausgegriffen Jarren: „Politische Öffentlichkeit und politische Kommunikation durch Internet?“; Leggewie/Maar: Internet & Politik; Bieber: Politische Projekte im Internet; Plake u.a.: Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet; Faulstich/Hickethier: Öffentlichkeit im Wandel; Liechtenstein: Internet und Öffentlichkeit; Rolke/Wolff: Der Kampf um die Öffentlichkeit; Brants: „The In-

Freilich ist dem ursprünglich vorherrschenden Cyberoptimismus schon früh ein Cyberpessimismus zur Seite getreten. Der Euphorie wurde entgegengehalten, dass die neuen technischen Möglichkeiten nicht notwendigerweise (deterministisch) sozialen Umbruch auslösen, schon gar nicht immer in der gedachten Richtung: So wurde z.T. beobachtet, dass ressourcenstarke Akteure im Netz auch relativ¹³ noch stärker wurden. Über die Zurückweisung früher Heilserwartungen hinaus wurden zunehmend ausgesprochen negative Diagnosen geäußert, wobei als verwandte Hauptkritikpunkte erscheinen: die Dispersion des Publikums, der Verlust der Integrationsfunktion der Massenmedien und letztlich damit die Verminderung der *Public Sphere*; die Ausrichtung der Angebote auf immer homogenere Zielgruppen, die ihre Mediennutzung auf möglichst verstärkende Inhalte reduzieren¹⁴ und im engeren Sinne *politische* Inhalte oft überhaupt meiden; und die Überflutung mit Medienangeboten zudem zweifelhafter oder ausgesprochen geringerer Qualität.¹⁵

Peter Dahlgren hat schon vor einigen Jahren angemahnt und zugleich erwartet, dass die Forschung sich von der Frage „Ist das Internet gut oder schlecht (böse)?“ lösen und sich konkreteren Einzelfragen und Aspekten zuwenden muss und wird.¹⁶ In diesem Sinne versammelt das vorliegende Heft der *Navigationen* Beiträge mit spezifischen theoretischen wie empirischen Fragestellungen.

Horst Pöttkers Beitrag eröffnet diese Ausgabe mit einer zusammenfassenden Betrachtung über den Wandel von Öffentlichkeit im Internetzeitalter. Nach einer Darstellung der grundlegenden Voraussetzungen für die Herstellung von Öffentlichkeit verhandelt der Autor die Spezifika von Internet-Öffentlichkeit sowie deren Chancen und Risiken zwischen Pluralisierung und Segmentierung. Johanna Niesyto nähert sich anschließend kritisch der seit einigen Jahren intensiv diskutierten Frage nach einer möglichen Europäisierung von Öffentlichkeit. Der Beitrag zeigt auf, welche Potenziale eine europäische Internet-Öffentlichkeit im Hinblick auf die Zugangs- und Partizipationschancen, auf eine kritische Öffentlichkeit sowie auf die Einbindung in europäische Politik bieten kann. Kristina Enders, Verena Reuter und Sandra Stahl untersuchen Einflüsse und Barrieren bei der Nutzung und Produktion von Webinhalten und richten ihren Blick vor allem auf die Hürden, die

ternet and the Public Sphere“; vgl. auch die im Beitrag von Niesyto in diesem Heft genannte neuere Literatur.

- 13 *Absolut* gesehen wurden natürlich sehr viele Akteure „stärker“. In einem stark expandierenden Umfeld kann aber moderates Wachstum (relativen) Rückschritt bedeuten.
- 14 Dies ist auch eine Folge des *Hostile Media Effect* (= subjektive Wahrnehmung, dass der eigene Standpunkt in allen außer den im eigenen Sinne parteiischsten Medien schlecht wegkommt). Die neue Angebotsflut erleichtert es, entsprechende Strategien zur Vermeidung der vermeintlich feindseligen Ansichten umzusetzen.
- 15 Vgl. zu entsprechenden angeregten Debatten in den USA und Deutschland exemplarisch Horvitt: „If Everyone’s Talking, Who Will Listen?“ und die Titelstory im *Spiegel*: „Macht das Internet Doof?“.
- 16 Dahlgren: „The Internet, Public Spheres, and Political Communication“.

sich den modernen „Prosumenten“ (Produzenten *und* Konsumenten) bei der Herstellung von Öffentlichkeit im „Web 2.0“ in den Weg stellen.

Der Beitrag von Annegret März beschäftigt sich mit dem Einsatz von Techniken des *Culture Jamming* in konzernkritischen Kampagnen. Die Idee der „Rückeroberung der Zeichen“ durch das subversive Spiel mit Medien und Öffentlichkeit wird immer stärker auch von politischen Aktivisten aufgenommen und auf unterschiedliche Weise in ihre Protestaktivitäten eingebunden. Esra Küçük, Hannes Kunstreich und Christian Strippel stellen ihre Studie zum Thema „Web-Migration“ vor: Das Projekt an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster untersucht die Rolle des Internets bei der politischen Meinungsbildung türkischer Migranten in Deutschland. Nach der Erörterung des Prinzips der Meinungsführerschaft stellt der Beitrag Ergebnisse einer Untersuchung ausgewählter deutsch-türkischer Weblogs vor. Daniel Müller befasst sich anschließend mit den ambivalenten Konsequenzen des wohl unbestrittenen Bedeutungsverlusts von (u.a. journalistischen) *Gatekeeping*-Mechanismen im Internetzeitalter, zunächst allgemein, dann konkret am Beispiel des sehr erfolgreichen, aggressiv gegen Muslime gerichtete Volksverhetzung betreibenden deutschsprachigen Web-Angebots *Politically Incorrect (PI)*.

Abschließend konstatiert Harald Bader eine „Krise der Kommunikationswissenschaft“ – d.h. der dem Internet-Hype erliegenden Kommunikationswissenschaft – auf den Ebenen der Konzepte, Gegenstände und Fachöffentlichkeiten. Bader plädiert für eine Neuausrichtung der Kommunikationswissenschaft, die sich vor dem Hintergrund des neuen Forschungsgegenstandes Internet wieder stärker der Untersuchung grundsätzlicher Entwicklungen, der Begriffsbildung und der Kanonisierung zuwenden sollte.

Passend zum Thema des Hefts verwahrt sich Brian Winston in der Rubrik „Fokus Medienumbrüche“ mit seinem Beitrag „Hula Hoop or Contraceptive Pill?“ am Beispiel des Internets gegen eine technikdeterministische Sicht auf sozialen Wandel.

LITERATURVERZEICHNIS

- Bieber, Christoph: Politische Projekte im Internet. Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit, Frankfurt a.M. u.a. 1999.
- Brants, Kees: „The Internet and the Public Sphere“, in: Political Communication, Jg. 22, Nr. 2, 2005, S. 143-146.
- Calhoun, Craig J. (Hrsg.): Habermas and the Public Sphere, Cambridge, MA 1992.
- Crossley, Nick/Roberts, John Michael: After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere, Oxford/Malden, MA 2004.
- Dahlgren, Peter: „The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation“, in: Political Communication, Jg. 22, Nr. 2, 2005, S. 147-162.

- Faulstich, Werner/Hickethier, Knut (Hrsg.): Öffentlichkeit im Wandel. Neue Beiträge zur Begriffsklärung, Bardowick 2000.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm: „Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze“, in: Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): Öffentlichkeit – Kultur – Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie, Oldenburg 1991, S. 31-89.
- Habermas, Jürgen: The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society [1962], Cambridge, MA 1989.
- Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Neuwied/Berlin 1962.
- Hohendahl, Peter Uwe (Hrsg.): Öffentlichkeit – Geschichte eines kritischen Begriffs, Stuttgart/Weimar 2000.
- Horvitt, Dusty: „If Everyone’s Talking, Who Will Listen?“, in: The Washington Post, 24.08.2008.
- Imhof, Kurt: „Öfflichkeitstheorien“, in: Bentele, Günter u.a. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2003, S. 193-209.
- Jarren, Otfried: „Politische Öffentlichkeit und politische Kommunikation durch Internet?“, in: Medienwissenschaft Schweiz, Nr. 20, 1997, S. 28-37.
- Leggewie, Claus/Maar, Christa (Hrsg.): Internet & Politik. Von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie?, Köln 1998.
- Lichtenstein, Alfred von (Hrsg.): Internet und Öffentlichkeit, Wien 2002.
- Liesegang, Torsten: Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. Theorien von Kant bis Marx (1780-1850), Würzburg 2004.
- „Macht das Internet Doof?“, in: Der Spiegel, Nr. 33, 2008.
- Marcinkowski, Frank: „Public Sphere“, in: Donsbach, Wolfgang (Hrsg.): The International Encyclopedia of Communication. Band IX, Malden, MA u.a. 2008, S. 4041-4045.
- Negt, Oskar/Kluge, Alexander: Public Sphere and Experience: Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere [1972], Minneapolis, MN 1993.
- Negt, Oskar/Kluge, Alexander: Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit, Frankfurt a.M. 1972.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut, München/Zürich 1980.
- Pfetsch, Barbara/Bossert, Regina: „Öffentliche Kommunikation“, in: Bentele, Günter u.a. (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2006, S. 203-204.

- Pfetsch, Barbara/Bossert, Regina: „Öffentliche Meinung“, in: Bentele, Günter u.a. (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2006, S. 204-205.
- Pöttker, Horst: „Öffentlichkeit“, in: Bentele, Günter u.a. (Hrsg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2006, S. 205-206.
- Pöttker, Horst (Hrsg.): Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Klassiker der Sozialwissenschaften über Journalismus und Medien, Konstanz 2001.
- Rolke, Lothar/Wolff, Volker (Hrsg.): Der Kampf um die Öffentlichkeit. Wie das Internet die Macht zwischen Medien, Unternehmen und Verbrauchern neu verteilt, Neuwied/Kriftel 2002.
- Scherer, Helmut: Massenmedien, Meinungsklima und Einstellung. Eine Untersuchung zur Theorie der Schweigespirale, Opladen 1990.
- Schwing, Gregor: „Datenlage und Theorie: Brechts und Enzensbergers Modelle. Stichworte zu einer Re-Lektüre der Radiotheorie und des Baukastens“, in: Navigationen, „Mediendynamik“, hrsg. von Gebhard Rusch u.a., Jg. 7, Nr. 1, 2007, S. 95-119.
- Splichal, Slavko: „In Search of a Strong European Public Sphere: Some Critical Observations on Conceptualizations of Publicness and the (European) Public Sphere“, in: Media, Culture & Society, Jg. 28, Nr. 5, S. 695-714.
- Tönnies, Ferdinand: Kritik der öffentlichen Meinung, Berlin 1922.
- Viehoff, Reinhold: „Öffentlichkeit“, in: Schanze, Helmut (Hrsg.): Metzler-Lexikon Medientheorie-Medienwissenschaft: Ansätze – Personen – Grundbegriffe, Stuttgart u.a. 2002, S. 282-283.
- Westerbarkey, Joachim: „Öffentlichkeit als Funktion und Vorstellung. Der Versuch, eine Alltagskategorie kommunikationstheoretisch zu rehabilitieren“, in: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Beiträge zur Medienethik, Bd. 2: Öffentlichkeit und Kommunikationskultur, Hamburg/Stuttgart 1994, S. 53-64.
- Wodak, Ruth/Koller, Veronika (Hrsg.): Handbook of Communication in the Public Sphere, Berlin/New York 2008.