

*Sammelrezension „Öffentlichkeit“*

**Manuel Wendelin: Medialisierung der Öffentlichkeit. Kontinuität und Wandel einer normativen Kategorie der Moderne**

Köln: Herbert von Halem 2011 (Reihe Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft), 335 S., ISBN 978-86962-052-7, € 29,50

(Zugl. Dissertation für Philosophie an der Ludwigs-Maximilian-Universität München, 2010).

**Dietmar Kammerer (Hg.): Vom Publicum. Das Öffentliche in der Kunst.**

Bielefeld: transcript 2012 (Image, Bd. 19), ISBN 978-3-8376-1673-6, € 28,80

Spätestens seit Habermas' fundamentaler Studie über den *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1962) als paradigmatisches Merkmal der Veränderungen bürgerlicher Gesellschaft ist Öffentlichkeit eine wichtige, wenn

nicht die zentrale Kategorie von Kultur- und Mediengeschichte. Zahlreiche Studien sind seither erschienen, viele eher allgemein historiographischer und begriffsgeschichtlicher Art, etliche auch theoretischer und politischer Façon.

Ohne Zweifel blieb Habermas mit seiner „Idee der Deliberation“ und des Diskurses (S.288) der „prominenteste Vertreter“ von Öffentlichkeitstheorie, auch in persönlicher Hinsicht; nachfolgende Konzepte, die hier betrachtet werden, wie die von Peters, Gerhards, Neidhardt, aber auch von Luhmann, Noelle-Neumann und Negt/Kluge aus je konträrer Perspektive beziehen sich darauf, Habermas selbst berief sich bei seinen Begründungen auf Vorgänger wie Marx, Tönnies und Schmitt – so dass weitgehend der Radius der in dieser Studie, die auf einer philosophischen Dissertation (2010) an der Ludwig-Maximilian-Universität München fußt, durchgeführten Rekonstruktion von Öffentlichkeitskonzepten im Kontext von sozialen und medialen Entwicklungen abgesteckt ist.

Da vielfach die Entwicklung von Öffentlichkeitskonzepten „fast vollständig abgekoppelt“ (S.14) von den Untersuchungen zu Medienstrukturen und -entwicklungen verläuft, ist das Anliegen dieser Studie, die „Kontextabhängigkeit der Kategorie Öffentlichkeit sichtbar zu machen und die Frage zu stellen, welche Wirkung Medien auf die ideellen politischen Fundamente der Gesellschaft haben“ (S.15). Die erste Perspektive wird durch die jeweils knappe Skizze der kulturellen und medialen Entwicklungen von vier symptomatischen ausgesuchten „Umbruchphasen“ (S.16) – hier „Medienlogik“ (S.90) genannt – sowie die biographische Einbettung der Öffentlichkeitskonzepte der gewählten Autoren zu erreichen versucht. Für die zweite Perspektive finden sich in den

„qualitativen Inhaltsanalysen“ (S.17) der Quell- und Originaltexte nur vage Anhaltspunkte, die vom Autor anhand der eingangs entwickelten Analysekatgorien spekulativ rekonstruiert werden. Diese „vier historischen Etappen“ sind das „Aufkommen der ‚Massenpresse‘ im 19. Jahrhundert, die Einführung von Hörfunk und Fernsehen in den 1920er und 1930er Jahren, der ‚Siegeszug‘ des Fernsehens‘ in den 1950er und 1960er Jahren und die Etablierung des privaten Rundfunks in den 1980er und 1990er Jahren“ (S.17). Sie lassen sich sicherlich unter das vielfach diskutierte, aber auch umstrittene Paradigma der Medialisierung bzw. Mediatisierung fassen, wiewohl es erst eigentlich mit – hier nur gestreiften – Digitalisierung und Vernetzung aufgekommen ist. Diese Phasen ordnet Wendelin jeweils „zwei prominente und unterschiedliche Öffentlichkeitskonzepte“ (S.17) zu, nämlich von Karl Marx und Albert Schäffle für die Presse, von Ferdinand Tönnies und Carl Schmitt für die Einführung von Hörfunk und Film, von Jürgen Habermas und Elisabeth Noelle-Neumann für die 1950er und 1960er Jahre, und Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt sowie Bernhard Peters für die 1980er und 1990er Jahre. Sicherlich ist diese Auswahl recht willkürlich, wenn man etwa an Habermas‘ direkte Kontrahenten Niklas Luhmann und Oskar Negt/Alexander Kluge denkt, die hier nicht explizit beachtet werden.

Untersucht werden die gegenüber gestellten Öffentlichkeitskonzepte mit Kategorien, die Wendelin mittels des

Akteurskonzept von Uwe Schimank und einem kursorische Durchgang zur Geschichte der Öffentlichkeitskonzepte als soziale Normen seit der Aufklärung in Kapitel 2 und 3 entwickelt. Als wichtigste erweisen sich die Integrations-, Reflexions- und Deliberationsfunktion, denen sich weitere „Ideale“ (S.34) wie Orientierung, soziale Kontrolle und Zugehörigkeit zuordnen lassen. Mit ‚Retardierung‘ und ‚Entfesselung‘ der Massenkommunikation ist die erste Phase überschrieben. Marx erweist sich als scharfer Kritiker der allmählichen Kapitalisierung der Presse durch das Anzeigenwesen sowie als ebenso energischer Vorkämpfer gegen die Zensur, da er die zentrale Bedeutung der Presse für die sich bildende Öffentlichkeit erkennt. Der Ökonom und zeitweilige Handelsminister Schäffle begnügt sich mit Einwänden gegen einzelne Missstände der Presse, lehnt aber auch deren erwerbswirtschaftliche Organisation ab. Mit „Plurimedialität“ wird die Weimarer Zeit charakterisiert; die beiden Protagonisten, der Soziologe Ferdinand Tönnies und der Staatsrechtler Carl Schmitt, unterscheiden sich diametral: Während Tönnies die damaligen sozialen Wirren mit seiner bekannten Gegenüberstellung von Gesellschaft und Gemeinschaft theoretisch zu überwinden trachtet und in sie auch sein polares Konzept von (elitärer) Öffentlichen Meinung gegenüber der Vielzahl öffentlicher Meinungen einbezieht, plädiert Schmitt für einen starken Staat und begrenzt Öffentlichkeit auf ihre Repräsentati-

onsfunktion. Medien spielen darin nur eine unausweichliche Rolle. Die 1950er und 1960er Jahre verzeichneten den „Siegeszug des Fernsehens“; J. Habermas soll dafür stehen mit seinem Deliberationskonzept, E. Noelle-Neumann, die Demoskopin und Kommunikationswissenschaftlerin, mit ihrer „Schweigespirale“ und ihrer Theorie der öffentlichen Meinung, die vor allem auf Integration und soziale Kontrolle abhebt. Schließlich ab den 1990er Jahren die Etablierung des Privatfernsehens und das Aufkommen neuer Formen von Öffentlichkeit (z.B. Encounter, Versammlung, ‚alternative Medien‘) in den neuen sozialen Bewegungen und bei den Montagsdemonstrationen: Den maßgeblichen „soziologischen Großtheorien“ (S.236), nämlich Habermas‘ „Diskursmodell“ und Luhmanns „Spiegeltheorie“ (S.249), stellen die Soziologen Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhart ihr eher deskriptiv und typologisch angelegtes „Arena-Modell“ (Ebd.) gegenüber, das Ebenen und Formen von Öffentlichkeit nach Größe, Ziel- und Zusammensetzung der Teilnehmer unterscheidet und damit Öffentlichkeit als „intermediäres System“ (S.279) beschreibt. Auch die Ansätze des Soziologen Bernhards Peters sind eher pragmatischer Art und suchen Konflikte, die sich zwischen Zentrum und Peripherie entzünden, für die Bildung von Diskursen und den Anstoß von Veränderungen fruchtbar zu machen.

Als zentrale Funktion aller Konzepte habe sich die „Reflexionsfunktion von Öffentlichkeit“ (S.282) herausgestellt, fasst Wendelin zusammen. Öffentlichkeit als „Kampfbegriff“ (S.289) habe sich im

Laufe der Entwicklung abgeschwächt, auch in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung. Ihr korrespondiere bei den Medien eine stärkere „Publikumsorientierung“, woraus sich „Trends zur Visualisierung und zur Unterhaltungsorientierung“ (S.290) erklären. Diese Wirkungsthese ist doch recht kühn, jedenfalls zu eindimensional. Denn die Medienentwicklung wird von ungleich mehr Faktoren bewirkt. Wendelins Idee der Gegenüberstellung von jeweils zeitgenössischen Öffentlichkeitskonzepten hat gewiss Charme; ihre Ausarbeitung ist fraglos gründlich und man lernt viel aus den verschiedenen Argumentationen, die gewissermaßen einen breiten Fundus für weitere Perspektiven abgeben; die genannten Schlussfolgerungen tragen sie allerdings nicht.

Öffentlichkeit als ‚Publicum‘, und zudem als das kunstsinnige und ästhetisch sensible, zu verstehen, nimmt sich der Sammelband vor, der von Künstlern, Kunsthistorikern, von Film-, Theater- und Medienwissenschaftlern mit insgesamt zwölf Beiträgen bestritten wird. Er geht auf eine Tagung mit dem Titel „Publicum. Formationen des Öffentlichen in ästhetischen und künstlerischen Praktiken“ an der FU Berlin im November 2009 zurück. Eine gemeinsame Klammer wird zwar apostrophiert, nämlich das „Publicum“ als „denjenigen Punkt [zu verstehen], an dem Kunst und Öffentlichkeit konvergieren und Eigenschaften, Inhalte, Wahrnehmungen usw. austauschen, vermitteln, transferieren oder anbieten“ (S.8), aber stringenter und systematischer wird dieses Konzept nicht ausgeführt. Diverse Publika treffen sich

im Kino, Theater, in Kunstgalerien und Fußgängerzonen, im Sportstadion und Hörsaal. Doch den AutorInnen ist eher an den objektspezifischen Konstellationen des Zusammentreffens wie Räumlichkeiten, Situationen und Ereignissen als an denen von Rezeption und Öffentlichkeitskonstitution gelegen: etwa an der Pariser Kunstausstellungen um 1700, der Pariser Oper im frühen 19. Jahrhundert, an den *cabiers du cinéma*, an Skulpturen im öffentlichen Raum Berlins, an Bürgerforen, Fußballstadien sowie – eher philosophisch-theoretisch – an einer neu verstandenen „Heteronomieästhetik“ (S.10), schließlich an neuen Deutungen und theoretischen Weiterungen der Schriften Jacques Rancières und Friedrich Nietzsches. So müssen die Beiträge jeweils in ihrer fachspezifischen Eigenart und Objektbesonderheit gelesen und potentielle Spuren von Öffentlichkeit, eher von Publika, aus ihnen gefiltert werden. Zwar kommentierte schon Christoph Gottsched den allmählichen Wandel vom obrigkeitstaatlichen Untertan zum gebildeten Bürger mit dem Ausspruch. „[I]n Berlin heißt das Ding jetzt Publicum“, wie Dietmar Kammerer einleitend erwähnt (S.7), doch auch für ihn bleibt es trotz aller Theorien und empirischen Studien „eine hartnäckig eigensinnige Größe“ (S.8), die zumal für die Kunst vieldeutig, aber auch unkalkulierbar und unendlich veränderlich zu definieren ist.

Hans-Dieter Kübler  
(Werther)