

Zur Erklärungskraft von Öffentlichkeitstheorien für Kommunikationsinnovationen – Eine Metastudie zu klassischen Öffentlichkeitstheorien

Cornelia Wallner & Marian Adolf

1 Einleitung und Problemstellung

Innovationen im Bereich von Medien und Kommunikation stellen an die sozialwissenschaftliche Forschung die Herausforderung, ihre gängigen Theorien hinsichtlich ihrer Erklärungskraft und Beständigkeit zu prüfen. Dabei ist es zunächst gleichgültig, ob es sich bei den betrachteten Innovationen um neue Medientechnologien handelt oder um neue Kommunikationsflüsse und -praxen. Vor diesem Hintergrund der eingeschränkten Reichweite sozialwissenschaftlicher Theorien, auch in zeitlicher Hinsicht, wenden wir uns in der Folge der Frage zu, welche *neuen* Formen kommunikativer Öffentlichkeit mittels existierender Öffentlichkeitstheorien erfasst werden können. Sind etwa neue Theoriekonzepte notwendig, um Kommunikationsinnovationen und daraus resultierende *Innovationen von Öffentlichkeit* zu erklären – oder erfassen die vorhandenen Theorien solche Kommunikationsinnovationen mit der gleichen Zuverlässigkeit wie *traditionelle* Formen von Öffentlichkeit? *Öffentlichkeit* verstehen wir dabei zunächst im weitesten Sinne als kommunikatives Handeln unter Beteiligung mehrerer Akteure, welches von unmittelbarer

oder mittelbarer gesellschaftlicher Relevanz ist. Wir wählen dieses begriffliche Verständnis als Arbeitsdefinition für den Rahmen unserer Metastudie, um jene kommunikativen Phänomene zu inkludieren, die möglicherweise durch Kommunikationsinnovationen möglich werden, die aber bei einer engeren, auf politische massenmediale Öffentlichkeit bezogenen Definition nicht erfasst werden würden. *Kommunikationsinnovationen* fassen wir als durch technische Neuerungen ermöglichte, qualitativ neuartige Formen kommunikativen Handelns auf.

1.1 Innovationsphänomene

Zunächst stellt sich die Frage nach der Gestaltung medialer Räume durch neue Medientechnologien und Medienangebote. Es gilt zu hinterfragen, inwiefern die beobachtbaren Kommunikationspraxen, die mit neuen Medien einhergehen, in der Tat *neu* sind, ob es sich also um *qualitativ* neue Formen von Öffentlichkeit handelt, oder ob sie eher zur Kontinuität des Bestehenden beitragen.

Empirisch lassen sich unterschiedliche innovative Formen von medial vermittelter Kommunikation feststellen. Es kommt einerseits zu neuen Partizipationsmöglichkeiten von Individuen, zugleich aber auch zu einer Fragmentierung der Öffentlichkeit (Marschall 1999, Fraser 2003). Es findet eine Ausweitung des „Möglichkeitsrahmens“ für soziale Beziehungen durch Kommunikationsinnovationen statt. Die zeitliche und räumliche Kopräsenz als Kriterium für das Zustandekommen von sozialen Beziehungen (Giddens 1990) wird durch die teilweise Loslösung der Kommunikation von Zeit und Raum vereinfacht. Zwar werden dadurch auch neue Formen sozialer Vergemeinschaftung möglich (Winter/Thomas/Hepp 2003); zugleich bleiben aber zeitliche und räumliche Bindungen der Individuen auch im Rahmen dieser kommunikativen Innovationen eine Konstante (Stegbauer 2008; Sturm 2003). So entsteht eine „dualen Struktur“ der Kommunikation (van Dijk 1999: 221), bei der sich lokale wie globale Kommunikation zugleich ausbildet. Dadurch erhöht sich die Komplexität von Öffentlichkeit, wodurch sich wiederum Selektionsmechanismen und Selektionsinstanzen verändern. Zu beobachten ist des Weiteren eine Transnationalisierung von Öffentlichkeit, die mit der Ausbildung neuer gesellschaftlicher Bezugsrahmen und neuer

Kontexte von Öffentlichkeit einhergeht. In diesem Zusammenhang wird auch von translokaler Vergemeinschaftung gesprochen (Hepp 2008: 11).

All diese Phänomene weisen darauf hin, dass sich die Kommunikationspraxen in der Tat verändern. Daraus folgern wir, dass sich auch „Öffentlichkeit“ im Sinne des In-, Through- und Outputs der Kommunikation (Gerhards/Neidhardt 1991) wandelt, und somit die Erklärungskraft bestehender Theorien zu überprüfen ist.

1.2 Theoretischer Hintergrund

Aus unseren grundlegenden Überlegungen ergeben sich drei Forschungsfragen hinsichtlich der Erklärungskraft bestehender Theoriebestände der Öffentlichkeitsforschung. Zunächst fragen wir ganz allgemein, (1) wie sich etablierte Öffentlichkeitstheorien auf neue (mediale) Räume der Öffentlichkeit anwenden lassen. Konkret geht es sodann darum herauszufinden, (2) welche Aspekte von Öffentlichkeit durch diese Theorien nicht erfasst werden können. Wo also müssen den empirisch vorfindbaren Innovationen theoretische Innovationen auf den Fuß folgen, um den neuen Realitäten gerecht zu werden? Schließlich (3) wollen wir herausfinden, welche Aspekte von Öffentlichkeit als vermeintlich innovativ charakterisiert sind, aber bereits durch die vorhandenen Theorien ausreichend abgedeckt werden. Zur Klärung dieser Fragen wenden wir in den Sozialwissenschaften etablierte Öffentlichkeitstheorien anhand einer Metastudie auf neue Formen der Kommunikation an, und überprüfen, welche Kontinuitäten und Brüche in zukünftigen Theorieentwürfen berücksichtigt werden müssen.

Um die phänomenologische Breite dieser Entwicklung aufzuzeigen, haben wir zwei Bereiche von Kommunikationsinnovationen untersucht. In einer ersten Metastudie wurde die Ausdehnung der öffentlichen Debatten jenseits ihrer ehemals nationalstaatlich-politiksystemischen Grenzen hin zu einer transnationalen Öffentlichkeit untersucht, wofür insbesondere die „Europäische Öffentlichkeit“ als Beispiel dient. Eine zweite Studie gilt der Verortung öffentlichkeitstheoretischer Aspekte im Rahmen ausgewählter Fachpublikationen, die sich technologischen Medieninnovationen (den „Neuen Medien“) und ihrer Anwendung widmen. Der Begriff der „Medieninnovation“ beinhaltet unserem Verständnis nach also nicht allein Innovationen im medientechnologischen Zusammenhang, sondern auch die daran angebundene verän-

derten kommunikativen Praxen in der heutigen Mediengesellschaft. Die Metastudie ist der Versuch, aus dieser Debatte zu lernen und liegt im Kern unseres Anliegens, nach den Anforderungen an zeitgenössische Öffentlichkeitstheorien zu suchen. Damit verfolgen wir das Ziel Hinweisen auf veränderte kommunikative Praxen nachzugehen, und uns traditionelle kommunikationswissenschaftliche Forschungsgegenstände („Öffentlichkeit“) auf Veränderungsdynamiken zu betrachten. In der weiteren Erläuterung fokussieren wir aufgrund der gebotenen Kürze des Beitrags auf die Ergebnisse der Metastudie zu den „Neuen Medien“. Im Resümee fließen die Resultate beider Metastudien ein.¹

1.3 Zur Operationalisierung von Öffentlichkeit

Für die Analyse von Öffentlichkeit werden in sozialwissenschaftlichen Arbeiten unterschiedliche Theorien herangezogen, die jeweils idealtypische Modelle hervorbringen: das deliberative oder diskursive Modell von Öffentlichkeit (Habermas 1981); daran anknüpfend das Arenenmodell (Gerhards/Neidhardt 1991), das zwischen System- und Akteursanalyse sowie zwischen Öffentlichkeitsebenen differenziert; das repräsentativ-liberale Modell von Öffentlichkeit mit betont funktionaler Differenzierung (Luhmann 1992); sowie das partizipatorisch-liberale Modell von Öffentlichkeit (Barber 1984; Hirst 1994) als Beispiel eines republikanischen Öffentlichkeitsmodells (Alexander 2006; Ferree et al. 2002; Norris 2000; Habermas 1996; Neidhardt 1994; Cohen 1989; Gamson/Modigliani 1989).² Eine nähere Betrachtung der Theorien ergibt, dass diese hinsichtlich mehrerer Merkmale übereinstimmen, anhand derer wir nach kommunikativen Innovationen der Öffentlichkeit suchen. Wenn es sich um eine Innovation im Rahmen der öffentlichen Kommunikation oder Öffentlichkeit handelt, dann müsste sich hinsichtlich der Ausformung der Merkmale etwas geändert haben. Sofern in den von uns untersuchten Studien bislang *nicht* kategorisierte Merkmale von Öffentlichkeit

¹ Die Ergebnisse der ersten Metastudie stellen wir in einer Langversion dieses Beitrags vor (vgl. Wallner/Adolf 2011).

² Zur Aufarbeitung der Herangehensweisen an Öffentlichkeit hat auch Noelle-Neumann (1982) entscheidend beigetragen, die allerdings in ihrer Arbeit letztlich auf eine „demoskopische Öffentlichkeit“ (vgl. auch Schweiger/Weihermüller 2008) fokussiert, weshalb dies nicht im Detail in die hier dargestellte Diskussion eingeflossen ist.

vorkommen, sei es weil diese übersehen wurden, sei es weil sie explizit ausgeschlossen wurden, so kann dies als Hinweis für eine notwendige Erweiterung der bestehenden Theorien gewertet werden. Für die Metastudie entwickeln wir auf Basis der bestehenden Öffentlichkeitstheorien eine Heuristik, die uns helfen soll, den Kommunikationszusammenhang „Öffentlichkeit“ abzubilden. Wir erweitern die drei gängigen Dimensionen des Öffentlichkeitsbegriffes *Partizipation*, *Form* und *Ergebnis* (in Anlehnung an Ferree et al. 2002; vgl. auch Cohen 1989, Barber 1984, Gamson/Modigliani 1989, Gerhards 1998, Gerhards/Neidhart 1991, Habermas 1996, Hirst 1994, Neidhardt 1994, Seethaler 2006, Peters 1994, Wimmer 2007), und legen unserer Metastudie letztlich fünf Merkmalsdimensionen zugrunde. So ergibt sich folgendes Kategoriensystem, mit welchem wir in der Folge unsere beiden Fallbeispiele anhand ihrer wissenschaftlichen Behandlung untersuchen wollen.

1) Akteure der Öffentlichkeit

Sowohl aktive Akteure (Sprecher) als auch passive Akteure (Adressaten, Objektakteure) werden in den Theorien erfasst. Im Sinne des Verständnisses von Kommunikation als sozialem Handeln (Burkart 1998: 30) und somit als „Interaktion vermittelt Zeichen und Symbolen“ (Pürer 2003: 59) ergänzen wir hier explizit das Merkmal des *sozialen Handelns* (als Kommunikation) dieser Akteure. Auf einer Mikroebene bezieht sich dies auf konkret beobachtbare Handlungen und lässt sich auch aus den Arbeiten von Habermas (1981) ableiten. Wichtiges Merkmal für unsere Analyse ist folglich, ob kommunikative Interaktion und soziale Teilhabe einzelner Akteure oder Akteursgruppen thematisiert werden: Wer spricht mit wem, mit welcher Absicht?

2) Struktur, Form und Prozess von Öffentlichkeit

Die Strukturen von Öffentlichkeit bestimmen auch die Ausgestaltung derselben. Damit sind, neben Aspekten wie journalistischen Organisationen, institutionellen Rollenbildern, Routinen der Kommunikation, die einer vertiefenden Problematisierung bedürften und daher hier nicht weiter diskutiert werden, auch der Prozessablauf (Kommunikationsweisen, Rationalität u.a.) sowie die „Qualität“ von Öffentlichkeit gemeint. Unter dieser Rubrik wird letztlich oftmals entschieden, was als öffentliche Kommunikation zu gelten hat, wer

Zur Erklärungskraft von Öffentlichkeitstheorien für Kommunikationsinnovationen

sich an Öffentlichkeit beteiligt bzw. beteiligen kann und welche normativen oder faktischen Zutrittsbarrieren bestehen.

3) Inhalte von Öffentlichkeit

Der inhaltliche Aspekt erfasst Thematisierung, Kommunikationsinhalte, Themenverläufe und Anschluss Themen. Die gegenständlichen Theorien sind im Besonderen bezogen auf massenmediale Kommunikation und meinen daher mit Inhalten per definitionem „sinnhaft miteinander verknüpfte Elemente“, wobei eine gewisse Bekanntheit der Themen vorausgesetzt wird, damit massenmediale Öffentlichkeit in einem klassischen Verständnis überhaupt konstituiert werden kann (Merten 1999).³

4) Funktion und Ergebnis von Öffentlichkeit

Öffentlichkeit kann mehrere Funktionen erbringen⁴, wie z.B. Transparenz, Orientierung, Diskursivität und Partizipation. Zumeist setzt an dieser Schnittstelle die Konvergenz mit demokratietheoretischen Konzeptionen an, da die genannten Merkmale als unerlässlich für die politische Willensbildung gelten. Medien, so die Ausgangsposition der Theorien, vermitteln einerseits politisch relevante Informationen an den Volkssouverän, während sie gleichzeitig der politischen Klasse die Stimmungslage und Agenda des Wahlvolkes vermitteln. Aus diesem Zusammenhang erklärt sich auch die, oftmals zu eng gezogene, Fokussierung von Öffentlichkeit auf ihre politische Funktion (bzw. politische Inhalte).

5) Sozialer Kontext

Bisweilen zur Sprache gebracht, aber nicht explizit in die Theorien integriert, wird der soziale Kontext. Für die Analyse der Übertragbarkeit der Theorien verwenden wir den jeweiligen gesellschaftlichen Referenzrahmen sozialen Handelns. „Öffentlichkeit wird erst durch die (reale wie virtuelle) Anwesen-

³ Zudem fokussieren die Theorien der Öffentlichkeit vornehmlich auf politische Inhalte. Es ist dies eine in besonderem Maße zu diskutierende Dimension, da es zu klären gilt, inwieweit die oftmals eng gefasste inhaltliche Definition hilfreich, notwendig sowie anwendbar ist (Wallner/Adolf 2011).

⁴ Aus systemtheoretischer Sicht ist Öffentlichkeit sogar *an sich* eine Funktion, wobei die Teile des Systems *Massenmedien* unterschiedliche Leistungen erbringen (Görke 2008).

heit Anderer sowohl subjektiv gekennzeichnet als auch objektiv wahrnehmbar“ (Wimmer 2007: 62f; siehe auch Klaus 1998, 2001). Dieser soziale Kontext bezieht auch die Strukturen der Öffentlichkeit im Sinne eines Kommunikationsraumes ein. Für die Metaanalyse stellt sich die Frage, ob der soziale Kontext der Öffentlichkeit bzw. der kommunikativen Austauschprozesse thematisiert wird. Nach einer ersten Sichtung des Materials wurde der soziale Kontext als wichtiges (implizites) Merkmal von Beginn an in die Metaanalyse integriert.

2 Forschungsdesign

Diese analytisch gewonnenen Merkmalsdimensionen stellen die zentralen Indikatoren für unsere Metaanalyse dar. Ziel der Metaanalyse ist die systematische Aufarbeitung theoretischer sowie empirischer Einzelbefunde zu unterschiedlichen „innovativen“ Formen von Öffentlichkeit hinsichtlich der erläuterten Forschungsfragen. Die Frage dabei war, ob und wie diese Merkmale für die Erklärung von Öffentlichkeit verwendet werden und welche impliziten oder expliziten Erklärungslücken bestehen. Wir wenden eine, auf einer Literaturanalyse beruhende, qualitative Vorgehensweise an, bei der wir auf Basis unserer Forschungsfragen gebildete Indikatoren zur Untersuchung der Studien verwenden (Kiecolt/Nathan 1985; Cook 1994; Schulze 2004). Die Studien wurden systematisch erfasst und die Primärbefunde anhand inhaltlicher und methodischer Merkmale, die wir aus den unterschiedlichen Theorien zur Öffentlichkeit generiert haben, codiert. Die Primärbefunde wurden sodann aggregiert und verglichen (Rustenbach 2003: XVII).

2.1 Untersuchungsmaterial

Als Untersuchungsmaterial verwenden wir vorrangig Journalartikel aufgrund ihrer Eigenschaft, die zentralen Herangehensweisen und dominierenden Methoden eines Faches widerzuspiegeln (Riffe/Freitag 1997). Zur Analyse der Publikationen zu „Neuen Medien“ suchten wir nach den Schlagwörtern internet public sphere, civil society, cyberspace, democracy, new media bzw. deren deutschen Äquivalenten in den Journals *New Media & Society*, *First Monday*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, *Journal of Com-*

munication, *International Journal of Media and Cultural Politics* sowie in Beiträgen aus Anthologien. Für das hier diskutierte Beispiel wurden insgesamt 39 Studien im Zeitraum von 1998-2010 in die Untersuchung aufgenommen.⁵ Auf deskriptiver Ebene fragen wir danach, welche Theoriegrundlagen herangezogen und welche Ergebnisse für die einzelnen Merkmale von Öffentlichkeit erzielt werden. In analytischer Hinsicht untersuchen wir, welche Aspekte in den Studien explizit oder implizit nicht beantwortet werden konnten.

3 Ergebnisse: Öffentlichkeit in und durch neue Medien

Ein Teil der Metastudie befasste sich mit der Analyse von Publikationen zum Forschungsfeld „neuen Medien“. Inkludiert wurden neben Arbeiten mit explizitem Bezug zu Öffentlichkeit oder Öffentlichkeitstheorien auch solche Arbeiten, die sich mit einem oder mehreren der von uns als zentral markierten Merkmale auseinandersetzen, da die explizite Verknüpfung der öffentlichkeitsrelevanten Leistungen des Forschungsgegenstandes „Neue Medien“ nicht immer auf der Hand liegt. Dabei ging es nicht um Vollständigkeit, sondern um einen möglichst breiten Überblick über den Fachdiskurs zum Thema Innovation in der Medienkommunikation im Zusammenhang mit unserer Forschungsfrage nach der Gültigkeit bestehender Theorieansätze. Die dabei zu erzielenden Ergebnisse sind insofern provisorischer Natur, da sich aufgrund der multifunktionalen Nutzung von Internetangeboten sowie

⁵ Aus Platzgründen müssen wir auf die Angabe der vollständigen bibliographischen Daten der herangezogenen Artikel verzichten. Sie finden sich in einer Langversion dieses Beitrags (Wallner/Adolf 2011). Kurzbelege: Agre (1998), Al-Saggaf (2006), Bennett/Pickard/Tozzi/Schroeder/Lagos/Caswell (2004), Boeder (2005), Cammaerts (2008), Coopman (2009), Dahlberg (2001), Dahlberg (2007a), Dahlberg (2007b), De Waal/Schoenbach (2010), DiMaggio/Hargittai/Neuman/Robinson (2001), Downey/Fenton (2003), Fisher (2010), Gerhards/Schäfer (2010), Gil De Zúñiga/Puig-I-Abril/Rojas (2009), Hahne/Jung (2008), Hampton/Gupta (2008), Hara (2008), Kenix (2008), McGuigan (2005), McKay/Thurlow/Zimmerman (2005), Meraz (2009), Nguyen (2007), Noveck (2005), Ó Baoill (2000), Papacharissi (2002), Paus-Hasebrink/Wijnen/Jadin (2010), Pearson (2009), Polat (2005), Poor (2005), Simon/Jerit (2007), Sinekopova (2006), Soukup (2006), Stegbauer (2008), Tomasello/Lee/Baer (2010), Tomaszewski/Proffitt/McClung (2009), Usher (2008), Wellman/Haase/Witte/Hampton (2001), Wojcieszak (2009).

der steten Innovation auf der Ebene der Kanäle und Formen weniger charakteristische Muster bestimmen lassen.

Hinsichtlich der (1) Akteursdimension wird deutlich, dass hier die Nutzungsmotive und -praxen angesichts der Unterdeterminiertheit des „Mediums Internet“ eine grundlegende Rolle spielen: Die *conditio sine qua non* einer solchen auf aktives Kommunikationshandeln angewiesenen Ressource ist also neben dem Zugang („*access*“) eine entsprechende Nutzung durch den Kommunikationsteilnehmer („*uses/r*“), die in welcher Art auch immer mit „öffentlicher Kommunikation“ in Verbindung steht. Lässt sich die klassische massenmediale Öffentlichkeit zumindest „technisch“ noch ohne Rekurs auf ein aktives Publikum denken (z.B. über das Vorhandensein hinreichender struktureller Gegebenheiten bzw. die stellvertretende, politische Funktion der publizistischen Medien), so ist dies für die Mikroebene der netzbasierten Kommunikation nicht mehr möglich. Als Akteur tritt hier bisweilen die neue Figur des „users“ auf, über dessen Nutzungs- und Sprechmotive mangels hinreichender qualitativer Daten oft nur gemutmaßt werden kann. Oftmals wird der „user“ als selbstgenügsame Größe schlicht nicht weiter thematisiert. Aus dem *Bürger* der Publizistikwissenschaft wird hier zum Teil ein *consumer*.

Bezüglich der Dimensionen (2) und (3) unserer Studie ergibt sich vor diesem Hintergrund dann auch die Problematik, dass diese beiden kaum getrennt voneinander in den Blick zu bekommen sind. Struktur, Form und Prozess sind hier von den Inhalten kaum zu separieren – und zwar überall dort, wo es um jene oben genannte Akteurskategorie geht, die erst mit den neuen Medien erscheint. Es lassen sich hier grob gerastert zwei mit der Frage nach Öffentlichkeit verbundene Untersuchungs- und Argumentationslinien erkennen. Diese Typen könnte man als *soziale* bzw. *politische* Perspektiven bezeichnen: *Erstere* sucht nach Öffentlichkeit im Sinne eines vornehmlich soziologischen Interesses hinsichtlich der vergemeinschaftenden Aspekte der netzbasierten Kommunikation. Während man hier mehr nach den *Akteuren* und sozialen *Kontexten* fragt, bleiben die *Inhalte* und somit die Qualifizierung als politische Öffentlichkeiten (i.e.S.) tendenziell wenig beleuchtet. Gesucht wird nach der (technisch-sozialen) Bedingung der Möglichkeit von Gemeinschaften, die sich auch, und eventuell erst nach einiger Entwicklung, als

öffentlichkeitsrelevante Akteure erweisen können (*public sphere als public space*).⁶ Auch wenn wesentliche Kriterien eines „third place“ (Oldenburg 1991) im Netz nur zum Teil gegeben sind – vor allem der Lokalbezug zu Nachbarschaft, Wohnort oder Gruppe fehlen oft –, so können die Möglichkeiten der computervermittelten Kommunikation (CMC) doch neue, zumindest ähnliche Orte schaffen. Die Struktur ergibt sich sodann aus der Forumsfunktion, die die neuen Medien von Beginn an erfüllen (usenet, IRC, fanzines, newsgroups, MUDs, chatrooms, etc.), und diese wiederum ist von einer eigenen Prozessualität getragen (die wiederum den interaktionistischen Sozialformen der interpersonellen Kommunikation deutlich näher ist, als den institutionellen Mustern des massenmedialen Systems). Nachdem es sich hierbei auch um wesentliche Voraussetzung der Bildung und Aufrechterhaltung von encounter-Öffentlichkeiten handelt (wie auch Cafés, Pubs, Vereinen), ist diese Funktion der neuen Medien durchaus in Kontinuität mit bestehenden öffentlichkeitstheoretischen Ansätzen zu sehen. Auch hier sind die Zugangsbarrieren niedrig, auch hier gibt es meist nur informelle (wenn auch nicht weniger effektive) Verhaltensregeln (Dahlberg 2001).

Die *zweite*, hier politisch genannte Untersuchungsart der neuen Medien, sucht auf Basis eines dafür eigens zurechtgelegten Kriterienkatalogs (zumeist den Habermas'schen Diskursidealen oder Adaptionen derselben) nach den konkreten Manifestationen *politischer* Öffentlichkeiten. Im Vordergrund steht die Suche und Evaluation von *Prozess* und *Form* – also etwa Deliberation und Konsens, jedoch mit Bezug auf die besondere Bedeutung der solcherart verhandelten Inhalte. Dieser Typus der ICT-Forschung orientiert sich sodann zumeist explizit an bestehenden Öffentlichkeitsmodellen, wobei auffällt, dass die Mehrheit dieser Studien sich einem deliberativen Modell verschreibt. Dieses Ergebnis ist zwar angesichts der vornehmlich deliberativ-

⁶ Ein wesentlicher Zugang lässt sich mit dem Ansatz neuer Medien als einem „virtual third place“ (Soukup 2006) fassen. Geprägt vom amerikanischen Soziologen Ray Oldenburg (1991) meint der Begriff den öffentlichen Raum in seinen verschiedenen Erscheinungsformen, ein Raum der möglichst frei von exogenen Verwertungsinteressen der zivilgesellschaftlichen Sphäre angehört. Die im Zuge des gesellschaftlichen Wandels immer rarer gewordenen Plätze außerhalb von Familien und Arbeit werden dieser Vorstellung entsprechend nunmehr in die *Räume* der neuen Medien ausgelagert. Der beklagte Verlust solcher dritten Orte (Putnam 2000), die weder vollständig privat noch vorwiegend dem ökonomischen Lebensbereich zugeordnet sind, vermag, so die oft geäußerte Hoffnung, in den und durch die neuen Medien kompensiert werden.

emanzipatorischen Wurzeln des internetbezogenen Öffentlichkeitsdiskurses nicht verwunderlich, überrascht jedoch in seiner Deutlichkeit vor allem in den englischsprachigen Studien.

Entsprechend variabel sind denn auch die angelegten normativen Kriterien betreffend (4) die Funktion und das Ergebnis von Öffentlichkeit: Geht es aus der Sicht der auf die neu-räumlichen Aspekte der ICT abstellenden Forscherinnen und Forscher um die Frage nach den Möglichkeitsbedingungen von Gemeinschaft (und somit um die Motive, Regeln und Neuheit solcher netzbasierten Öffentlichkeiten), stellt die hier *politisch* genannte Perspektive auf die klassischen Diskursbedingungen eines deliberativen Öffentlichkeitsmodells ab, welche in Summe ein möglichst vernünftiges und konsentiertes politisches Ergebnis bedingen soll.

Damit wird auch deutlich, wie sehr die mitlaufende Dimension des (5) sozialen Kontextes in der Öffentlichkeitsforschung der neuen Medien plötzlich deutlich sichtbarer wird. Hält man nämlich die anderen Dimensionen des Kommunikationszusammenhanges konstant, so verbleibt als entscheidendes Kriterium der soziale Kontext: Mit Bezug auf wen äußert man sich als *netizen*, zur Erreichung welches intentionalen Kommunikationsinteresses und unter welchen institutionellen Rahmenbedingungen?

Der universelle Charakter der netzbasierten Informations- und Kommunikationskanäle erschwert die Zuordnung einzelner Kommunikationshandlungen zu den verschiedenen Ebenen der Öffentlichkeit. Alles scheint von einer Möglichkeitssemantik durchdrungen, die letztlich Effizienz bleibt aber oft im Dunkeln. Die encounter-, Versammlungs- und Medienöffentlichkeiten gehen ineinander über, die mediale Form allein reicht für eine Klassifikation nicht mehr aus. Die etablierten Medien, allen voran das Fernsehen, scheinen in vielen (nationalen) Mediensystemen die prominenteste Arena zu bleiben, nun ausgestattet mit einem unüberschaubaren Vorhof, aus dem über Foren, Blogs und Websites (z.B. wikileaks) Themen aber auch Herausforderungen an die alten, publizistischen Medien herangetragen werden (Usher 2008). Eine Bewertung der Entwicklung ist daher noch abhängiger geworden von einer genauen Betrachtung der jeweiligen Akteure und den Intentionen ihrer Kommunikationshandlungen.

4 Resümee

Angesichts der dargelegten Beobachtungen verweisen wir (im Rekurs auf frühere Ergebnisse siehe Adolf/Wallner 2005) darauf, dass die Öffentlichkeitsforschung auch weiterhin und ganz besonders von ihren impliziten wie expliziten theoretischen Vorannahmen und normativen Geltungsansprüchen geprägt scheint. Das gilt eben auch für ihre Untersuchung von Kommunikationsinnovationen. Basierend auf den unterschiedlichen Vorstellungen, welche Form sich Öffentlichkeit gibt und welche Funktion sie erfüllen soll, kommen die Studien auch zu unterschiedlichen Ergebnissen. Dies gilt zunächst für einen ganz grundlegenden Umstand: Dort wo die (unterstellten) Bedingungen für das Vorhandensein einer Öffentlichkeit nicht gegeben sind, wird man eine solche erst gar nicht zu suchen beginnen. Wo also soziologisch orientierte Forschung kommunikative Räume entstehen sieht, muss der politologisch-demokratiethoretische Blick noch lange keine qualifizierte Öffentlichkeit finden.

Wir müssen somit immer aufs Neue die Frage stellen, was den Kern des Konstruktes Öffentlichkeit ausmacht. Zwei Kriterien, welche grob der zuvor eingeführten Unterscheidung in soziologisches und politologisches Interesse entsprechen, bieten sich hierfür an. Die Frage nämlich, ob sich Öffentlichkeit auf der grundlegendsten Ebene dadurch auszeichnet, dass man (a) *öffentlich spricht* (einen sozialen Akt intentionaler Rede bezogen auf andere setzt, wobei die inhaltliche Komponente als Qualifikationskriterium sekundär bleibt), also Themen und Meinungen zur öffentlichen Disposition stellt; oder (b) *über öffentliche Belange* spricht (man sich also, unbesehen des Forums, in eine kommunikative Interaktion mit anderen zu Themen von öffentlichem Interesse begibt). Ist Öffentlichkeit also vornehmlich qua Forum zu definieren? Oder soll von Öffentlichkeit dann die Rede sein, wenn eine Bezugnahme auf gemeinschaftliche, politische Belange stattfindet – auch wenn diese vornehmlich auf Elitediskurse beschränkt bleibt? Oder sollte Öffentlichkeit einen „Modus“ der Kommunikation (Pöttker 2010) bezeichnen? Die Operationalisierung von Öffentlichkeit hat stets empirische Konsequenzen und trägt letztlich immer eine normative Entscheidung in sich. Trifft dieser Befund tatsächlich zu, dann sieht man sich einerseits mit dem Umstand konfrontiert, ohne konkrete Definition nach Öffentlichkeit suchen zu müssen, um dann ex post zu entscheiden, welche der gefundenen Kommunikationen

eine „öffentliche“ Funktion aufweisen; darüber hinaus wird es unmöglich, thematische Einschränkungen vorzunehmen, da die Engführung auf „politische Inhalte“ Gefahr läuft, potenziell signifikante Themen bzw. Prozesse aus dem Blick zu verlieren. Der entscheidende Nachteil eines solchen Vorgehens liegt auf der Hand: Der Begriff „Öffentlichkeit“ wird durch den Verzicht auf eine politische bzw. normative Fassung umfänglich ausgedehnt, sodass letztlich jeweils einzelfallbezogen und aufgrund derivativer Kriterien festgestellt werden kann, ob eine jeweilige Kommunikation der Öffentlichkeit zuzurechnen ist.

4.1 Zur Kontextualisierung von Öffentlichkeit: Öffentlichkeit als Raum des kommunikativen Austausches

Als Antwort auf die Frage, welche Innovationen für Öffentlichkeit zu beobachten sind, sehen wir als übergreifenden Befund die Entwicklungen des Zusammenhangs zwischen Raum und Kommunikation. Dabei sind nicht nur „physische“ Räume relevant, sondern auch kommunikativ konstruierte, nur durch soziale Handlungen konstituierte Kommunikationsräume sowie das Zusammenspiel der kommunikativ hergestellten Räume mit den physisch fassbaren Räumen.⁷ Dies lässt sich sowohl am Beispiel der transnationalen Kommunikation als auch am gänzlich anders gelagerten Beispiel der neuen Kommunikationskanäle zeigen. Technische Innovationen ermöglichen eine Raum-Zeit-Loslösung der Kommunikation bei gleichzeitigem Bestehenbleiben räumlicher Bindungen. Diese doppelten Raumbezüge werden durch die Theorien nicht erfasst.

4.2 Zur Anwendbarkeit der Theorien

Damit lässt sich als Resümee zu unseren Forschungsfragen Folgendes feststellen:

Zur Frage, wie sich die Theorien zur Öffentlichkeit auf neue Räume der Öffentlich-

⁷ Dabei beschreiben wir mit dem Begriff des sozialen Raumes ein relationales Raumverständnis, also keinen Behälterraum, sondern einen, der „durch die Vorstellungen der Menschen geschaffen“ (Kant 1996/1781, zitiert nach Löw 2001: 28ff.) wird, der durch soziales Handeln produziert und reproduziert wird (Löw 2001: 28ff). Sozialer Raum wird als handlungsstrukturierend, aber nicht in einer raumdeterministischen Perspektive verstanden.

keit umlegen lassen, schlussfolgern wir: Theorien zur Öffentlichkeit lassen sich insofern auf neue Räume der Öffentlichkeit übertragen, als die zentralen Merkmale, die sich in verschiedenen Öffentlichkeitstheorien finden, ebenso für „neue Öffentlichkeiten“ untersucht werden können. Die normative Evaluierung empirischer Ergebnisse wird dann insofern schwieriger, als es wesentlich komplexere Formen von Öffentlichkeit sind. Einzelbefunde zu einem Teilbereich von Öffentlichkeit können nicht mehr genügen, um etwa in *normativer* Hinsicht die *Qualität* des öffentlichen Diskurses zu beurteilen. Unsere These ist daher, dass die Erklärungskraft der Theorien solange bestehen bleibt, solange es weiterhin um Kommunikation als soziales Handeln geht, solange Individuen (und nicht Computer oder automatisierte Prozesse) kommunikativ wechselseitig aufeinander bezogen handeln – solange sich also das kommunikative soziale Handeln der Akteure nicht verändert.⁸

Unsere zweite Forschungsfrage fragte nach etwaigen theoretischen Innovationen, um den empirisch vorfindbaren Innovationen gerecht zu werden. Eine zentrale Erweiterung der Theorien betrifft den Aspekt des sozialen Raumes sowie die Zusammenhänge zwischen kommunikativen Beziehungen und räumlichen Strukturen. Daran schließen dann auch die Zusammenhänge zwischen *mehreren* kommunikativen Räumen an, um die zuvor erwähnte Verflechtung unterschiedlicher Öffentlichkeitsräume zu inkludieren. Vielfach findet sich in Untersuchungen der Hinweis: „[...] dass Öffentlichkeit als soziale Sphäre eine konkrete sozialräumliche Ausdehnung besitzt“ (Weßler 2008: 219). In den Theorien fehlt aber die *Verortung* von Öffentlichkeit. Daraus leiten wir unsere zweite These ab, nämlich dass die Erklärungskraft der Theorien in dem Maße bestehen bleibt, in dem sich die gesellschaftlichen Referenzrahmen des kommunikativen sozialen Handelns der Akteure nicht verändern.

Daraus ergibt sich aber auch die Schlussfolgerung für die dritte Frage, welche Aspekte von Öffentlichkeit als vermeintlich innovativ charakterisiert

⁸ Fraglich ist die Einordnung automatisierter Nachrichtengenerierung durch Suchalgorithmen, die zwar ebenfalls eine „Beobachtung“ im Sinne der Herstellung von Öffentlichkeit erzeugen, allerdings nur mittelbar durch Akteure konstituiert wird. Aktuell verstehen etwa Gerhards/Schäfers (2010) Suchmaschinen im Sinne von Massenmedien – eben für die „Öffentlichkeit Internet“. Die Suchmaschinen, bzw. deren spezifische Nutzung, übernehmen hier also die alte publizistikwissenschaftliche Figur des Gatekeepers.

sind, aber bereits durch die vorhandenen Theorien ausreichend abgedeckt werden. Als innovativ charakterisiert werden die vermeintlichen Loslösungen *bisheriger* räumlicher und/oder zeitlicher Bindungen. Diese bleiben aber in vielerlei Hinsicht bestehen, wie etwa die Befunde für die Mikroebene von Kommunikation zeigen.

Zentral erscheint uns daher die Klärung der Frage, auf welche Weise die räumliche Verortung von Kommunikation das kommunikative Handeln sowie die Öffentlichkeit determiniert (Hartmann 2009). Dies sehen wir als Herausforderung für weitere empirische Analysen.

Literatur

- Abromeit, Heidrun (2001): Demokratie und Öffentlichkeit: ein supranationales Dilemma. In: Abromeit, Heidrun/Nieland, Jörg-Uwe/Schierl, Thomas (Hg.): Politik, Medien, Technik. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 75-91.
- Adolf, Marian/Wallner, Cornelia (2005): Probing the public sphere in Europe. Theoretical problems and problems of theory. Full paper for ECC 2005, Amsterdam.
- Alexander, Jeffrey C. (2006): The Civil Sphere. Oxford u.a.: Oxford University Press.
- Barber, Benjamin (1984): Strong democracy: Participatory Politics for a New Age. Berkeley: University of California Press.
- Burkart, Roland (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien: Böhlau.
- Cohen, Joshua (1989): Deliberation and Democratic Legitimacy. In: Hamlin, Alan/Pettit, Philip (ed.): The Good Polity. Cambridge, Mass.: Blackwell. S. 17-34.
- Cook, Thomas (1994): Meta-analysis for explanation. A Casebook. New York: Russell Sage Foundation.
- Dahlberg, Lincoln (2001): Extending the public sphere through cyberspace: The case of Minnesota E-Democracy. First Monday, 6(3), S. 147-163.
- Dijk, Jan van (1999): The network society. Social aspects of new media. London u.a..
- Ferree, Myra Marx/Gamson, Willian A./Gerhards, Jürgen/Rucht, Dieter (2002): Four models of the public sphere in modern democracies. In: Theory and Society 31/2002, S. 289-324.
- Fortunati, Leopoldina (2005): Mediatization of the net and Internetization of the Mass Media. In: Gazette, Vol. 67(1), S. 27-44.

Zur Erklärungskraft von Öffentlichkeitstheorien für Kommunikationsinnovationen

- Fraser, Nancy (2007): Transnationalizing the Public Sphere. On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. *Theory, Culture & Society*, Vol. 24(4): S. 7–30 .Gamson, William A./Modigliani, Andre (1989): Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. In: *The American Journal of Sociology*, 95 (1), S. 1-37.
- Gerhards, Jürgen (1998): Konzeptionen von Öffentlichkeit unter heutigen Medienbedingungen. In: Jarren, Otfried/Krotz, Friedrich (Hg.): *Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen*. Baden-Baden/Hamburg: Nomos, S. 25-48.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1991): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. In: Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hg.) (1991): *Öffentlichkeit – Kultur – Massenkommunikation*. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. Oldenburg: Universität Oldenburg. S. 31-89.
- Gerhards, Jürgen/Schäfer, Mike S. (2010): Is the Internet a better Public Sphere? Comparing newspapers and internet in Germany and the US. *New Media and Society* 12/1. S. 143-160.
- Giddens, Anthony (1990): *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Görke, Alexander (2008): Perspektiven einer Systemtheorie öffentlicher Kommunikation. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden: VS Verlag. S. 173-191.
- Habermas, Jürgen (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2 Bd. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1996): Drei normative Modelle der Demokratie. In: Habermas, Jürgen: *Die Einbeziehung des Anderen*. Studien zur politischen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 277-292.
- Hartmann, Maren (2009): The Changing Urban Landscapes of Media Consumption and Production. In: *European Journal of Communication*, 2009, S. 421-436.
- Hepp, Andreas (2008): Globalisierung der Medien und transkulturelle Kommunikation. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 39/2008, 22.September 2008. S. 9-16.
- Hirst, Paul (1994): *Associative Democracy: New Forms of Economic and Social Government*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Kant, Imanuel (1996/1781): *Kritik der reinen Vernunft*. Frankfurt am Main.
- Kiecolt, D. Jill/Nathan, Laura E. (1985): *Secondary Analysis of Survey Data*. Series: Quantitative Applications in the Social Sciences. London u.a.: Sage University Paper.
- Klaus, Elisabeth (1998): Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hg.): *Kommunikation und Revolution*. Zürich: Seismo, S. 131-149.
- Klaus, Elisabeth (2001): Das Öffentliche im Privaten – Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationssoziologischer Ansatz. In: Herrmann, Friederike/Lünenborg, Margret (Hg.): *Tabubruch als Programm*. Privatheit und Intimität in den Medien. Opladen: Leske+Budrich, S. 15-35.

- Löw, Martina (2001): *Raumsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1992): *Die Beobachtung der Beobachter im politischen System: Zur Theorie der Öffentlichen Meinung*. In: Wilke, Jürgen (Hg.): *Öffentliche Meinung, Theorie, Methoden, Befunde. Beiträge zu Ehren von Elisabeth Noelle-Neumann*. Freiburg, S. 77-86.
- Marschall, Stefan (1999): *Alte und neue Öffentlichkeiten. Strukturmerkmale politischer Öffentlichkeit im Internet*. In: Kamps, Klaus (Hg.): *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 109-126.
- Merten, Klaus (1999): *Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft*. Münster: LIT.
- Neidhardt, Friedhelm (1994): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 7-41.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1982): *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. Frankfurt am Main/Wien: Ullstein.
- Norris, Pippa (2000): *A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies*. New York: Cambridge University Press.
- Oldenburg, Ray (1991): *The Great Good Place*. New York: Marlowe & Company.
- Peters, Bernhard (1994): *Der Sinn von Öffentlichkeit*. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 42-76.
- Pöttker, Horst (2010): *Der Beruf zur Öffentlichkeit. Über Aufgabe, Grundsätze und Perspektiven des Journalismus in der Mediengesellschaft aus der Sicht praktischer Vernunft*. In: *Publizistik*, 55. Jg., S. 107-128.
- Pürer, Heinz (2003): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. Konstanz: UVK UTB.
- Putnam, Robert (2000): *Bowling Alone. The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Riffe, Daniel/Freitag, A. (1997): *A content analysis of content analyses: Twenty-five years of Journalism Quarterly*. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 3/74, S. 515-524.
- Rustenbach, Stephan Jeff (2003): *Metaanalyse. Eine anwendungsorientierte Einführung*. Bern, Göttingen, Toronto, Seattle: Verlag Hans Huber.
- Schulze, Ralf (2004): *Meta-Analysis. A comparison of approaches*. Göttingen: Hogrefe & Huber.
- Schweiger, Wolfgang/Weihermüller, Miriam (2008): *Öffentliche Meinung als Online-Diskurs - ein neuer empirischer Zugang*. In: *Publizistik* 53. Jg., S. 535-559.

Zur Erklärungskraft von Öffentlichkeitstheorien für Kommunikationsinnovationen

- Seethaler, Josef (2006): Entwicklung und Stand der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur europäischen Öffentlichkeit: Eine Analyse der Beiträge in vier europäischen Fachzeitschriften 1989-2004. In: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 244-260.
- Soukup, Charles (2006): Computer-mediated communication as a virtual third place: building Oldenburg's great good places on the world wide web. *New Media & Society*, 8(3), S. 421-440.
- Stegbauer, Christian (2008): Raumzeitliche Struktur im Internet. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 39/2008, 22.September 2008. S. 3-9.
- Sturm, Gabriele (2003): Der virtuelle Raum als Double – oder: Zur Persistenz hierarchischer Gesellschaftsstrukturen im Netz. In: Löw, Martina/Funken, Christiane (Hg.): *Raum – Zeit – Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien*. Opladen: Leske+Budrich. S. 237-254.
- Usher, Nikki (2008): Reviewing Fauxtography: A blog-driven challenge to mass media power without the promises of networked publicity. *First Monday*, 13(12), S. 1-14.
- Wallner, Cornelia/Adolf, Marian (2011): Wie die Öffentlichkeit fassen? Öffentlichkeit als normatives, als empirisches und als unvollständiges Konstrukt. Discussion Paper zu |schnitt 22, (URL): <http://www.zeppelin-university.de/zuschnitte> (zuletzt abgerufen am 18.01.2011).
- Weßler, Hartmut (2008): Mediale Diskursöffentlichkeiten im internationalen Vergleich: ein Forschungsprogramm. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.): *Medien- und Kommunikationsforschung im Vergleich*. Wiesbaden. S. 219-236.
- Wimmer, Jeffrey (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses. Wiesbaden: VS Verlag.
- Winter, Carsten/Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hg.) (2003): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur*. Köln: Halem.