

## REZENSION

Jakob Jünger

**Unklare Öffentlichkeit. Individuen in Situationen zwischen öffentlicher und nicht-öffentlicher Kommunikation**

*Springer VS, Wiesbaden 2018, 405 S., 59.99 Euro, ISBN 978-3-658-18887-0.*

Öffentlichkeit ist ein Schlüsselbegriff der Sozialwissenschaft. Seit dem 19. Jahrhundert wird er bis heute in klassischen Öffentlichkeitsansätzen, aber auch im öffentlichen Diskurs vor allem durch journalistische Massenkommunikation charakterisiert. Durch einen sich beschleunigenden Medien- und Gesellschaftswandel haben sich die Charakteristika und Kontexte öffentlicher Kommunikation in den letzten Jahren allerdings dramatisch geändert. Jakob Jünger geht in seiner an der Universität Greifswald eingereichten Dissertationsschrift dem interessanten – Theorie und Empirie sehr gut verbindenden – Erkenntnisinteresse nach, inwieweit sich durch Digitalisierungsprozesse öffentliche und nicht-öffentliche Kommunikation in der Tat immer mehr voneinander entgrenzen oder ob dieses von ihm als Abgrenzungsproblematik bezeichnete Phänomen nicht schon immer vorhanden war und im digitalen Zeitalter allein deutlich erkennbarer wird. Die Komplexitätssteigerung und die damit verbundenen theoretischen wie methodischen Herausforderungen machen dabei nicht nur aus erkenntnistheoretischer, sondern auch aus gesellschaftspolitischer Perspektive eine rasche und adäquate Bestimmung des Öffentlichkeitsbegriffs notwendig. Denn es zeigen sich nicht nur gesellschaftsweit wie z.B. in den Bereichen der Politik, Kultur und Ökonomie viele Unsicherheiten, wie man mit den digitalen Möglichkeiten zur Kommunikation profund umgehen soll, sondern gerade auch im Alltag der Menschen. Auf letzteres bezogen versteht Jünger Öffentlichkeit als ein Charakteristikum von individuenbezogenen Kommunikationssituationen und nicht als gesamtgesellschaftliche (Makro-)Entität. Nichtsdestotrotz fundiert er seine Öffentlichkeitsanalyse auf den grundlegenden, an Habermas angelehnten normativen Kriterien der Adressierung, Zugänglichkeit und Aufmerksamkeit von Kommunikationsbeteiligten. Überaus akribisch entwickelt er auf knapp 200 Seiten eine Öffentlichkeitstheorie, die auf der Basis v.a. systemtheoretischer, sozialpsychologischer und konsistenztheoretischer Annahmen umfassende Beschreibungskategorien für die präzise Verortung des Öffentlichkeitsstatus von Kommunikationssituationen zwischen mindestens zwei Kommunikationsbeteiligten liefern kann. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Konzept der sogenannten „unklaren Öffentlichkeit“, die Jünger in uneindeutig-öffentliche, inkongruent-öffentliche, unsicher-öffentliche und komplex-öffentliche Kommunikationssituationen differenziert.

Ziel der daran anschließenden zweistufigen empirischen Studie ist die Analyse der Reaktion von Rezipienten auf die spezifischen Charakteristika von Kommunikationssituatio-

nen. In einem ersten Schritt kann Jünger mit Hilfe von qualitativen Gruppendiskussionen zeigen, dass die vier Situationseigenschaften Beteiligte, Orte, Inhalte und Modalitäten in v.a. zwei Bereichen, die von Befragten genannt werden, gegenwärtig eine zentrale Rolle spielen: Präsenzsituationen unterwegs wie z.B. im öffentlichen Nahverkehr, in denen über Dritte geredet wird, und kommunikative Situationen auf sozialen Netzwerkseiten, in denen Inhalte kommentiert werden. Darauf aufbauend wird in einem zweiten Schritt mit Hilfe einer quantitativen Befragung die erwartbare rezipientenbezogene Vermeidung unklarer Öffentlichkeit(en) geprüft; dabei wurden die Faktoren Unerwünschtheit, Unsicherheit und Trivialität der Inhalte variiert.

Die Studie hat ihre größte Stärke in der Breite und Detailliertheit der theoretischen Ableitung und Konzeptionierung von unklaren öffentlichen Kommunikationssituationen. Diese strukturbezogene Mikro-Dimension von Öffentlichkeit galt lange Zeit als ein Forschungsdefizit in der Kommunikationswissenschaft. Die Arbeit kann hier eine wichtige Forschungslücke schließen. Die empirische Prüfung kann dieses hohe Niveau nicht ganz halten, da u.a. die Auswahl der Probanden – forschungspragmatisch natürlich nachvollziehbar – eingeschränkt erscheint: Im ersten Teilprojekt fungieren Studierende als Probanden, im zweiten wird auf ein bereits bestehendes Panel zurückgegriffen, das nicht bevölkerungsrepräsentativ ist. Auch wird weder auf den Aspekt der sozialen Erwünschtheit noch auf die Frage, ob nicht eher die subjektive Rekonstruktion als das ‚reale‘ Verhalten in der Kommunikationssituation in den Befragungen abgebildet wird, vertiefend eingegangen.

Die Studie verdeutlicht implizit das gegenwärtige Dilemma der Kommunikationswissenschaft. So reiht sie sich ein in die in letzter Zeit vermehrt erscheinenden innovativen und handwerklich sehr gut gemachten Studien zum digitalen Medienwandel und der damit einhergehenden Transformation von Öffentlichkeit. Jünger verbleibt allerdings – wie einige andere gegenwärtige Studien auch – in einer aus theoretischer Sicht verhaltensbezogenen und empirisch standardisierten Analyseperspektive, die deduktiv abgeleitete Annahmen prüft. Der veränderte kulturelle wie subjektbezogene Sinn von Öffentlichkeit (Bernhard Peters) in Folge von Gesellschafts- und Medienwandel wird dabei konzeptionell nicht berücksichtigt und explorativ vertiefend rekonstruiert. So muss Jünger abschließend implizit eingestehen, dass er letztendlich sein eingangs genanntes und recht komplexes Erkenntnisinteresse nicht vollständig beantworten kann, indem er auf die noch ausstehende analytische Berücksichtigung kultureller und damit auch normativer Aushandlungsprozesse in seinem Modell verweist. Aber auch die individuellen Medienrepertoires und gruppenbezogenen Medienkulturen seien ihm dabei ans Herz gelegt.

*Jeffrey Wimmer*, Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medienrealität an der Universität Augsburg, E-Mail: jeffrey.wimmer@phil.uni-augsburg.de