

Öffentlichkeit

Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 20).

Von Daniela Mahl und Otfried Jarren

Öffentlichkeit ist eine zentrale demokratische Norm: Sie schafft Transparenz über staatliche wie gerichtliche Maßnahmen. Dadurch findet Kontrolle von Herrschaft in jedweder Form im demokratischen Gemeinwesen statt. Zudem soll Öffentlichkeit gesellschaftliche Teilhabe und Teilnahme ermöglichen. Öffentlichkeit ist zudem ein „Medium der kollektiven Selbstverständigung und Selbstaufklärung“ (Peters 2001, S. 655). Aus öffentlicher Kommunikation soll Öffentliche Meinung resultieren, nach der sich die Gesellschaftsmitglieder richten können (anleitende Funktion). Öffentlichkeit ist aber auch ein gesellschaftliches Erfordernis: Permanent findet eine Debatte über Normen, Regeln, Werte und ethische Grundlagen statt, die für den Einzelnen, für Gruppen wie die Gesellschaft gelten sollen. Diese Debatte muss offen, sichtbar, nachvollziehbar sein. Gemeinsamkeiten wie Unterschiede sollten deutlich werden, damit sich Individuen begründet entscheiden können. Dem öffentlichen Skandal kommt dabei eine besondere Bedeutung zu: Über Verstöße zu diskutieren, ermöglicht kommunikative Sanktionen (Reputationsentzug). Zugleich diskutiert die Gesellschaft über Normen und Regeln und leitet ggf. deren Wandel ein.

Spätestens seit der europäischen Aufklärung ist Öffentlichkeit – sowohl als Bedingung wie auch als Gegenstand – ein zentrales normatives Konstrukt für ethische Debatten geworden (vgl. Filipović 2019; Schicha 2000). Dabei ist von Bedeutung, dass möglichst alle Gesellschaftsmitglieder in die allgemeine öf-

*Daniela Mahl, M.A.,
ist Wissenschaftliche
Mitarbeiterin
und Doktorandin
am Fachgebiet
Journalistik und
Kommunikations-
wissenschaft der
Universität Hamburg.*

Grundbegriffe der MEDIENETHIK Communicatio Socialis

*Prof. em. Dr. Otfried
Jarren, Institut für
Kommunikations-
wissenschaft und
Medienforschung,
Universität Zürich
sowie Honorar-
professor am Institut
für Publizistik und
Kommunikations-
wissenschaft der FU
Berlin.*

fentliche Kommunikation und somit in die gesamtgesellschaftliche Öffentlichkeit einbezogen sind. Dies haben bislang vor allem die publizistischen Massenmedien geleistet. Social Media ermöglichen nun viele Formen der Individual- wie Gruppenkommunikation, sie stellen vielfältige Teilöffentlichkeiten her, für die unterschiedliche Normen und Regeln gelten können. Der durch neue Medientechnologien ausgelöste Öffentlichkeitswandel hat erwartbar Folgen für die Aushandlung wie die Reichweite von gesellschaftlichen Werten, Normen, Regeln wie die ethischen Grundlagen.

Öffentlichkeit als sozial-dynamisches Konstrukt

Vorstellungen von Öffentlichkeit sind demnach eng verbunden mit zentralen gesellschaftlichen Normen und Werten und darauf beruhenden rechtlichen, politischen und sozialen Erwartungen. Öffentlichkeit ist somit eine zentrale Kategorie sozialer gesellschaftlicher Ordnung. Sowohl in der wissenschaftlichen wie in der Alltagssprachlichen Verwendung zeigen sich die vielfältigen, sich wandelnden Bedeutungen des Öffentlichkeitsbegriffs. Einerseits ist

In nahezu allen Definitionen wird Öffentlichkeit als offener Raum konzipiert, der Mitgliedern der Gesellschaft Teilhabe ermöglichen soll.

Öffentlichkeit ein *sozialer Raum* („public sphere“), in dem Meinungen und Argumente artikuliert und verhandelt werden können. Andererseits bezeichnet Öffentlichkeit ein *Kollektiv* („the public“), das die Öffentliche Meinung hervorbringt, an der man sich orientieren soll. Politische Akteure sollen durch die Öffentliche Meinung auf die Gesellschaft verpflichtet werden, wenn sie allgemeinverbindliche Entscheidungen vorbereiten. Und schließlich bedeutet Öffentlichkeit, dass im *Prinzip* Offenheit, wechselseitige Beobachtbarkeit und damit Teilhabeoptionen wie Formen der sozialen Kontrolle ermöglicht werden („publicness“) (vgl. Wessler 2008). Grundlegend lassen sich zwei große Richtungen unterscheiden: Die *normativ-funktionale* Sicht auf Öffentlichkeit fokussiert auf den uneingeschränkten Zugang zu Themen, Informationen und Meinungen sowie die deliberative Aushandlung von Argumenten. Es soll eine allgemein akzeptable Regelung gefunden werden, die als legitim erachtet wird. In der *empirisch-analytischen* Perspektive sind die normativen Anforderungen geringer. Es wird aufgrund empirischer Einsichten von differenzierten Strukturen, Prozessen wie Erwartungen ausgegangen. Der Struktur- wie Prozessoffenheit gilt die besondere wissenschaftliche Aufmerksamkeit. Trotz aller Begriffs-

wie Theorievielfalt: In nahezu allen Definitionen wird Öffentlichkeit als offener Raum konzipiert, der allen Mitgliedern der Gesellschaft Teilhabe und Teilnahme ermöglichen soll.

Historisch leitet sich der Anspruch auf einen Zugang zur sowie eine Teilhabe an Öffentlichkeit aus dem gesellschaftlichen Aufstieg des Bürgertums ab. Durch die Verbreitung eigener Medien organisierte sich die bürgerliche Gesellschaft und setzte ihre Interessen gegen den monarchisch organisierten Staat durch. Die bürgerlichen Kräfte etablierten die Gewerbe-, Presse- und Meinungsfreiheit sowie die universellen, aktuellen und privat finanzierten Pressemedien. Sie wollen Öffentlichkeit herstellen, staatliche Akteure kontrollieren und eine kommunikative Teilhabe wie Teilnahme aller Gesellschaftsmitglieder ermöglichen. Diese Leistungsanforderung wurde später auch dem (öffentlich finanzierten) Rundfunk zugewiesen. Aus diesem stark hierarchisch und mit den politischen Akteuren verbundenen bzw. von diesen Akteuren geprägten Massenmediensystem institutionalisierte sich jetzt, nach dem Zutritt von Medien der Arbeiterklasse wie der Neuen Sozialen Bewegungen, durch den Zutritt insbesondere von Social Media-Plattformen, ein globales Medien- und Kommunikationssystem mit zahllosen Produktions-, Vermittlungs-, Beobachtungs- und Bewertungsmöglichkeiten und Artikulationsmodi.

Der Marktzutritt der Intermediären führt zu einer Transformation von Öffentlichkeit (Individual-, Gruppen- oder Organisationsöffentlichkeit).

Durch die Ausdifferenzierung des traditionellen Massenmediensystems und Neuinstitutionalisierung von Intermediären wandeln sich die Strukturen (Normen) wie Formen für Kommunikation. Der Marktzutritt der Intermediären führt zu einer Transformation von Öffentlichkeit (Individual-, Gruppen- oder Organisationsöffentlichkeiten) (vgl. Jarren 2019). Öffentlichkeit ist kein statisches Konstrukt, sondern ein sozial-dynamischer Prozess, der nun aus dem Zusammenspiel von Technologien und dem Handeln gesellschaftlicher Akteure entsteht. So können Einzelne wie Gruppen mittels Social Media direkt öffentlichkeitswirksam und machtvoll agieren (Influencer_innen).

Konzepte von Öffentlichkeit(en) im Überblick

Habermas versteht Öffentlichkeit als ein Netzwerk, in dem Themen, Meinungen und Positionen kommunikativ ausgehandelt werden können (vgl. Habermas 1990). Innerhalb dieses Kommunikationsraums sollen Argumente vernunftgeleitet diskutiert und schließlich zur Öffentlichen Meinungen verdichtet wer-

den. Habermas' idealisiertes und universales Verständnis von Öffentlichkeit, die prinzipiell allen Menschen offensteht, und innerhalb der alle Themen ausgehandelt werden, ist normativ anspruchsvoll. Wegen seines mangelnden Realitätsbezugs und der faktischen Inklusions- und Exklusionsstrukturen in der modernen, differenzierten Gesellschaft wird dieses Konzept aus (auch normativ) unterschiedlichen Perspektiven kritisiert (vgl. Fraser 1989, 1992).

Gerhards und Neidhardt (1990) konzipieren Öffentlichkeit als ein *intermediäres Kommunikationssystem*. Sie stellen daran lediglich zwei Bedingungen: Alle Mitglieder einer Gesellschaft sollen teilhaben können und diskutierte Themen sollen für alle verständlich sein. Im Unterschied zu Habermas gehen sie davon aus, dass wesentliche Teile der öffentlichen Kommunikation grundsätzlich zwischen An- und Abwesenden erfolgen, und zwar durch die Massenmedien. In diesem Verständnis wird Öffentlichkeit auch von anderen Autor_innen als ein offenes Kommunikationsforum betrachtet, das eine Vielzahl von Arenen mit themenspezifischen Diskursen umfasst (vgl. Ferree et al. 2002). Diese Arenen lassen sich idealtypisch in drei *Öffentlichkeitsebenen* differenzieren (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990; vgl. Donges/Jarren 2017): Encounteröffentlichkeit, Themen- oder Versammlungsöffentlichkeit, Medienöffentlichkeit. Auf diesen Ebenen können unterschiedliche Formen der Informationssammlung, -verarbeitung und -verwendung beobachtet werden. Generell aber gilt: Themen und Meinungen werden aufgenommen (*Input*), verarbeitet (*Throughput*) und weitergegeben (*Output*). Damit hat Öffentlichkeit drei normativen Ansprüchen zu genügen: *Transparenzfunktion* (Offenheit für Akteure und Themen), *Validierungsfunktion* (diskursive Aushandlung auf Basis von Argumenten) und eine *Orientierungsfunktion* (Herstellung Öffentlicher Meinung) (vgl. Neidhardt 1994).

Durch den professionellen Journalismus geprägte Normen wandeln sich, weil sich durch digitale Medien Öffentlichkeitsstrukturen geändert haben.

Bestehende, durch den professionellen Journalismus geprägte Normen, wandeln sich, weil sich durch digitale Medien Öffentlichkeitsstrukturen wie Prozesse der Kommunikation, geändert haben. Phänomene wie Hate Speech, Shitstorms oder Desinformationen zeigen den Wandel in der öffentlichen Kommunikation an. Theoretische Neuorientierungen rücken deshalb Konflikte in öffentlichen Debatten in den Mittelpunkt ihrer Konzeption, wie beispielsweise agonistische Demokratietheorien (vgl. Mouffe 2000), Konzepte von Gegenöffentlichkeit.

ten (vgl. Fraser 1992; Wimmer 2007) oder Ansätze zu hybriden Medien oder digitalen Netzwerköffentlichkeiten (vgl. Klinger/Svensson 2015; Neuberger 2014).

Öffentlichkeit(en) unter digitalen Bedingungen – Differenzierung und Plattformisierung

Die Gegenwartsöffentlichkeit kann nicht mehr als *die* (eine) Öffentlichkeit verstanden werden. Vielmehr führen plurale und antagonistische Interessen und Meinungen unterschiedlicher sozialer Gruppen zu verschiedenen gruppen- wie themenspezifischen *Teilöffentlichkeiten*. Öffentlichkeit differenziert sich aus, für Sub- oder Teilöffentlichkeiten gelten unterschiedliche Normen wie Regeln, die zum Teil von den Beteiligten mitbestimmt werden (Community Rules). Potentiell ist mit den neuen Intermediären eine globale Kommunikationsgesellschaft entstanden.

Privatwirtschaftlich organisierte Intermediäre wie Facebook und Twitter stellen den Journalismus vor fundamentale Verdrängungsprozesse.

Der Arabische Frühling, die Me-Too-Bewegung oder Fridays for Future institutionalisieren wiederkehrende, globale Kommunikationsereignisse, die von ihren Akteuren maßgeblich gestaltet werden. Und dies unter Umgehung des Journalismus und der traditionellen Massenmedien mit ihren professionellen Selektions- wie Darstellungsregeln (Nachrichtenwerte; Formate der Vermittlung).

Die neue digitale Kommunikationsinfrastruktur und die neuen Kommunikationsmodi schaffen neue Resonanzräume für die gesellschaftliche Kommunikation. Neue Akteure beeinflussen öffentliche Debatten, Themenagenden und Alltagskulturen. Dadurch kommt es zu einer „cacophony“ öffentlicher Stimmen (Dahlgren 2005, S. 150) sowie zu gesellschaftlichen Spaltungen und „Dissonanzen“ (vgl. Pfetsch/Löblich/Eilders 2018). Privatwirtschaftlich organisierte Intermediäre wie Facebook oder Twitter stellen den Journalismus als relevante Institution für Gesellschaft und Öffentlichkeit vor fundamentale Verdrängungsprozesse (vgl. Lobigs 2018). Denn während der Journalismus gemeinwohlorientiert und demokratisch inkludierend handelt, folgen algorithmenbasierte Plattformen ökonomischen Zielen. Vernetzte digitale Kommunikationsinfrastrukturen zeichnen sich durch einen Wettbewerb um Aufmerksamkeit aus, um das individuell Einzigartige, um Singularität (vgl. Reckwitz 2017). Dies wiederum hat fundamentale Auswirkungen auf den Journalismus (vgl. Nordheim 2019) – und damit auf Öffentlichkeiten. Welche Folgen diese Veränderungen für die Konstitution

von Öffentlichkeiten in demokratischen Gesellschaften hat, ist jedoch offen.

Literatur

- Dahlgren, Peter (2005): *The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation*. In: *Political Communication*, 22. Jg., H. 2, S. 147-162. DOI: 10.1080/10584600590933160.
- Donges, Patrick/Jarren, Otfried (2017): *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden.
- Ferree, Myra M. et al. (2002): *Shaping Abortion Discourse. Democracy and the Public Sphere in Germany and the United States*. Cambridge.
- Filipović, Alexander (2019): *Alles Habermas!? Alternative Theorien für eine Ethik öffentlicher Kommunikation in Zeiten der Digitalität*. In: Bedford-Strohm, Jonas/Höhne, Florian/Zeyher-Quattlender, Julian (Hg.): *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Interdisziplinäre Perspektiven auf politische Partizipation im Wandel. Kommunikations- und Medienethik Bd. 10*. Baden-Baden, S. 219-232.
- Fraser, Nancy (1989): *Unruly Practices: Power, Discourse, and Gender in Contemporary Social Theory*. Minneapolis.
- Fraser, Nancy (1992): *The Uses and Abuses of French Discourse Theories for Feminist Politics*. In: *Theory, Culture & Society*, 9. Jg., H. 1, S. 51-71. DOI: 10.1177/026327692009001004.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze*. WZB Discussion Paper, No. FS III 90-101, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). Berlin.
- Habermas, Jürgen (*1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchung zu einer Kategorie der bürgerlichen Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main.
- Jarren, Otfried (2019): *Medien- und Öffentlichkeitswandel durch Social Media als gesellschaftliche Herausforderung wie als Forschungsfeld*. In: Eisenegger, Mark/Udris, Linards/Ettinger, Patrik (Hg.): *Wandel der Öffentlichkeit und der Gesellschaft*. Wiesbaden, S. 349-376.
- Klinger, Ulrike/Svensson, Jakob (2015): *The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach*. In: *New Media & Society*, 17. Jg., H. 8, S. 1241-1257. DOI: 10.1177/1461444814522952.
- Lobigs, Frank (2018): *Wirtschaftliche Probleme des Journalismus im Internet*. In: Nuernbergk, Christian/Neuberger, Christoph (Hg.): *Journalismus im Internet. Profession, Partizipation, Technisierung*. Wiesbaden, S. 295-334.
- Mouffe, Chantal (2000): *Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism*. Wien.
- Neidhardt, Friedhelm (Hg.) (1994): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Opladen.
- Neuberger, Christoph (2014): *Konflikt, Konkurrenz und Kooperation: Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit*. In:

- Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62. Jg., H. 4, S. 567-587. DOI: 10.5771/1615-634X-2014-4-567.
- Nordheim, Gerret von (2019): *Journalismus im Zeitalter der Singularisierung*. In: *European Journalism Observatory* vom 18. Dezember. <https://de.ejo-online.eu/digitales/journalismus-im-zeitalter-der-singularisierung> (zuletzt aufgerufen am 24.3.2020).
- Peters, Bernhard (2001): *Deliberative Öffentlichkeit*. In: Wingert, Lutz/Günther, Klaus (Hg.): *Die Öffentlichkeit der Vernunft und die Vernunft der Öffentlichkeit*. Festschrift für Jürgen Habermas. Frankfurt am Main, S. 655-677.
- Pfetsch, Barbara/Löblich, Maria/Eilders, Christiane (2018): *Dissonante Öffentlichkeiten als Perspektive kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung*. In: *Publizistik*, 63. Jg., H. 4, S. 477-495. DOI: 10.1007/s11616-018-0441-1.
- Reckwitz, Andreas (2017): *Die Gesellschaft der Singularitäten*. Berlin.
- Schicha, Christian (2000): *Öffentlichkeit unter Medienbedingungen. Zur Diskrepanz zwischen normativen Konzepten und der Praxis der Politikberichterstattung*. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): *Medienethik zwischen Theorie und Praxis: Normen für die Kommunikationsgesellschaft*. Münster, S. 173-194.
- Wessler, Hartmut (2008): *Mediale Diskursöffentlichkeiten im internationalen Vergleich — ein Forschungsprogramm*. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.): *Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen*. Wiesbaden, S. 219-236.
- Wimmer, Jeffrey (2007): *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses*. Wiesbaden.

Eine Auflistung aller bisher erschienen Grundbegriffe finden Sie online: <https://www.communicatio-socialis.de/blog/grundbegriffe/>