

Strukturmomente instrumentierter Öffentlichkeit. Eine soziologische Perspektive¹

Gustav Roßler

Was Öffentlichkeit ist, verändert sich durch neue (elektronische, digitale, »soziale«) Medien, zerfällt möglicherweise gar. Zahlreich sind die Versuche, diese Veränderung auf den Begriff zu bringen; von einem erneuten Strukturwandel der Öffentlichkeit ist die Rede.² Aber vielleicht sollte man sich zuerst noch einmal vergegenwärtigen, was Öffentlichkeit überhaupt ist und worin ihre Struktur besteht. Entsprechend wird im Folgenden versucht, einen soziologischen Begriff von Öffentlichkeit zu skizzieren. Zuletzt soll noch einmal kurz auf eine mögliche digitale Öffentlichkeit eingegangen werden.

Zur Untersuchung lädt auch der merkwürdige Status der Öffentlichkeit ein. Ist sie eine Institution? Eine Gegeninstitution? Ein Kommunikations- oder Handlungssystem? Kein soziologischer, sondern ein politischer Begriff? Vielleicht gehört eine gewisse Vagheit sogar konstitutiv zum Begriff und zum Phänomen. Aber wie und wo genau?

Die Rede vom Strukturwandel der Öffentlichkeit (Habermas 1969 [1962]) legt es nahe, sich zu fragen, worin die Struktur der Öffentlichkeit genauer besteht. Auf der Suche nach einer Antwort wird man im klassischen Werk dieses Autors nur teilweise fündig. Erst sehr viel später verwendet Habermas ausdrücklich den Strukturbegriff, um die Öffentlichkeit zu kennzeichnen, von der es nun heißt, dass sie sich »zusammen mit ihrem Publikum, als eigenständige Struktur herausgebildet« hat »und aus sich selbst reproduzier[t]« (Habermas 1998: 441).

-
- 1 Für eine ausführlichere Darstellung vgl. Roßler 2021. Ich danke Ingo Schulz-Schaeffer, Dennis Kirschsieper und Volkan Sayman für ihre hilfreichen kritischen Kommentare.
 - 2 Zum zweiten (oder gar dritten) »Strukturwandel der Öffentlichkeit« siehe Imhof 2011: 108ff., Seeliger/Sevignani 2021, Eisenegger et al. 2021.

In zwei Punkten schließt der folgende Text eng an Habermas an: zum einen, dass es einen soziologischen Begriff von Öffentlichkeit gibt, und zum anderen, dass der Zusammenhang ihrer Bestandteile, Momente oder Züge sich als Struktur fassen lässt. Mit Vorbehalt wird dagegen dem »Strukturwandel« der Öffentlichkeit begegnet, den Habermas letztlich als Verfall der Öffentlichkeit durch Vermachtung, Massenmedien und Medienkonsum beschreibt und wertet (Habermas 1969 [1962]: 188, 199, 219 Anm.). Diese Verfallsthese wurde allgemein kritisiert, später auch von Habermas selbst (1990: 30), hat aber den Begriff des »Strukturwandels« mit einer pejorativen Konnotation versehen: als Wandel zum Schlechteren hin.

Neben Habermas' Ansatz bzw. dem der kritischen Theorie zur Öffentlichkeit beherrscht der systemtheoretische nach wie vor die Diskussion (vgl. Baecker 1996; Luhmann 1996). Mir scheinen die Überlegungen aus beiden Theorietraditionen brauchbar, aber jeweils einseitig und parteiisch: Die meisten soziologischen Texte zur Öffentlichkeit orientieren sich nicht nur an ihnen, sondern ordnen sich einer von ihnen auch zu.

Dennoch ergänzen die beiden Schulen einander. Ihre respektiven Beiträge lassen sich für eine integrierte soziologische Öffentlichkeitstheorie fruchtbar machen. Die pragmatistische Tradition soll als dritter Theoriestrang die verbleibenden Mängel der beiden anderen kompensieren.³

1. Die vier Strukturmomente der Öffentlichkeit

Öffentlichkeit ist ein medial und reflexiv vermittelter gesellschaftlicher Kommunikations-, Diskurs- und Handlungszusammenhang, in dem ein Publikum Probleme, Sachen und Themen zur Kenntnis nimmt, kommentiert und diskutiert. Dieser Zusammenhang hat eine Struktur, zu der vier Momente gehören:

- das *Publikum*, das etwas zur Kenntnis nimmt und diskutiert
- eine *Sache*, die für das Publikum interessant oder problematisch ist, als Gegenstand des Interesses und der Diskussion
- die *Instanz Öffentlichkeit*, auf die sich implizit bezieht oder explizit beruft, wer sich öffentlich äußert

3 Besonders in der Wendung, die Noortje Marres und Bruno Latour dem pragmatistischen Öffentlichkeitsbegriff geben (vgl. Marres 2005; Latour 2008). In dieser Tradition steht ebenfalls Sayman 2020. Vgl. auch Roßler 2020.

- das *Medium*, durch das diese Äußerung artikuliert, übermittelt und rezipiert wird.

Um von Öffentlichkeit sprechen zu können, müssen alle vier Momente gegeben sein, seien sie im Einzelnen auch unterschiedlich realisiert (zum Beispiel Medium als Buch, Zeitung oder Elektronik) oder verschieden stark ausgeprägt (zum Beispiel Medium bei Versammlungsöffentlichkeit nur schwach). Darüber hinaus bilden diese Momente einen relationalen Zusammenhang und setzen sich gegenseitig voraus (also etwa: ohne Medium kein Publikum; aber auch ohne Publikum kein Medium usw.).

Publikum: Eine eigentümliche soziale Formation

Zur Struktur der Öffentlichkeit gehört zunächst ein Publikum. Dies scheint auch das soziologisch griffigste Moment der Öffentlichkeit zu sein: eine sozial bestimmbare und differenzierbare Gruppierung von Menschen (Gerhards/Neidhardt 1991: 65; Beetz 2005: 43). Dieses Publikum zeichnet sich durch das serielle Prinzip der Öffentlichkeit aus: für immer noch ein weiteres Mitglied offen zu sein (vgl. Habermas 1969 [1962]: 48). Jede und jeder kann dazukommen. Dieses Merkmal unterscheidet es von vielen sozialen Formationen (teilt es allerdings mit der Masse). Ein weiteres: Öffentlichkeit kennt keine Standesschranken (vgl. ebd.: 47).⁴

Öffentlichkeit in diesem Sinne ist zunächst der gesellschaftliche Verkehr von Menschen, historisch präziser: Privatleuten, die unabhängig von ihrem sozialen Status in Salons oder Kaffeehäusern miteinander kommunizieren und »räsonieren« (ebd.: 38, 46). Zur Privatheit als Komplement der Öffentlichkeit ließe sich viel sagen; sie soll hier nur als Index für ein Subjektivitätsprofil oder -potenzial stehen.⁵

4 Mit den Einwänden, dass es empirisch auch Geschlechts- und Klassenschranken sowie neben der bürgerlichen auch »plebejische« Öffentlichkeiten gab, setzt sich Habermas im Vorwort zur Neuauflage auseinander (Habermas 1990: 15–18; vgl. Negt/Kluge 1972; Fraser 1992).

5 Vgl. Habermas 1969 [1962]: 84ff., und Koselleck 2018 [1959]: 44; die Privatheit als Komplement oder Gegensatz zur Öffentlichkeit lässt sich durch Alternativbegriffe in Frage stellen, wie etwa das Geheime: Beyes 2021, Luhmann 1996: 185f. Eine historisch variable dreiteilige Öffentlichkeitsstruktur aus Medialität, Ökonomie und Subjektivität entwerfen Staab und Thiel 2021.

In systemtheoretischer Perspektive besteht Öffentlichkeit nicht aus einer Gruppe von Menschen (lesende, diskutierende Privatleute), die gemeinsam ein Publikum bilden (vgl. Luhmann 2015: 354). Stattdessen besagt Öffentlichkeit hier soviel wie eine »Neutralisierung von Rollenanforderungen, die aus engeren Teilsystemen der Gesellschaft stammen« (Luhmann 1994 [1971]: 21). Diese Neutralisierung lässt sich auch als Laienschaft charakterisieren.

An der Entstehung des Kunstpublikums ist das anschaulich zu studieren.⁶ Die Bedingungen für Öffentlichkeit, das heißt für öffentliche Konversationen und Diskussionen über Kunst, bilden zunächst Ausstellungen, in denen ein Laienpublikum Bilder betrachten und sich darüber im Gespräch austauschen kann (Kernbauer 2011).

Anhand der Kunstöffentlichkeit lässt sich ein historischer Prozess verfolgen, durch den sich im Publikum verschiedene Rollen ausdifferenzieren, darunter als prominenteste die der Kunstkritik. Im Unterschied zur Rolle derer, die Kunst schaffen und produzieren, erfolgen Kunstkritiken oder kunsttheoretische Betrachtungen ausgehend von professionalisierten publizistischen Rollen.⁷

Das (räsonierende) Publikum scheint der soziologisch griffigste Teil von Öffentlichkeit zu sein. Eine solche (inter-)subjektivistische Sicht der Öffentlichkeit vernachlässigt jedoch schon das Objekt der Diskussion und des öffentlichen Streits.

Sache: Streitpunkte lassen ein Publikum entstehen

Nimmt man »Publikum« in seinem buchstäblichen Sinn, so betrachtet es etwas: ein Theaterstück, ein Buch oder einen Text, künstlerische Bilder oder Skulpturen. Aber es kritisiert und diskutiert das Betrachtete auch. Als interessante Sache oder Gegenstand der Diskussion fungieren im Fall der politischen Öffentlichkeit nicht mehr Kunstwerke, sondern zunächst Staatsangelegenheiten, dann auch politische Probleme, Themen und strittige Angelegenheiten.

Das zweite Strukturmoment der Öffentlichkeit ist die Sache, mit der sich die Öffentlichkeit beschäftigt. Zugespitzt: da, wo gesellschaftliche Probleme

6 Ich orientiere mich im Folgenden an der Darstellung in Kernbauer 2011. Vgl. außerdem Germer 1997; Fink 2015.

7 Generell kann man in der Öffentlichkeit Leistungs-, Akteurs- und Publikumsrollen unterscheiden (vgl. Gerhards/Neidhardt 1991: 64; Habermas 1998: 440; Peters 2007: 145ff.).

auftauchen, bildet sich Öffentlichkeit. Streitpunkte lassen ein Publikum und eine Öffentlichkeit entstehen.⁸ Gemeinsam ist solchen Streitsachen oder Problemen, dass sie »Sachen« sind, das heißt problematische Angelegenheiten und keine subjektiven Verfasstheiten oder gesellschaftlichen Konstruktionen (vgl. Marres 2015: 46).

Latour geht das Publikum, die Öffentlichkeit vom Gegenstand des Streits und der Diskussion her an und spricht von »Dingpolitik« (Latour 2005) oder »Objektorientiert«-heit, womit er sich in die pragmatistische Tradition Deweys und Lippmanns stellt: »es gibt zunächst Streitgegenstände, Verwicklungen, und anschließend erst Positionen, die von den einen und anderen eingenommen werden.« (Latour 2008: 16; übersetzt aus dem Französischen von GR)

Für Lippmann ist Öffentlichkeit ein emergentes Phänomen. Wenn die vorhandenen gesellschaftlichen und staatlichen Institutionen mit einem Problem überfordert sind, bildet sich ein neues Publikum – teilweise, weil es von den Folgen dieses ungelösten Problems betroffen ist (vgl. Lippmann 2009 [1927]: 121). Eine Zeitlang beherrscht die Logik der Öffentlichkeit die Behandlung des Problems: soziale Bewegungen und Parteileute treten auf, es wird darüber diskutiert und gestritten, ein größeres Publikum schaut zu und reagiert bisweilen. Nach einiger Zeit wird das Problem, nun traditionell politisch bearbeitbar, wieder an die bestehenden politischen Institutionen und Instanzen übergeben. Unter Umständen müssen neue institutionelle und gesellschaftliche Lösungen gesucht und gefunden werden (vgl. Dewey 1996 [1927]: 41f.).

Zur Öffentlichkeit gehören also Publika und Sachen, über die diese diskutieren bzw. anhand derer sie sich bilden. Man könnte das Publikum als Subjekt der Öffentlichkeit bezeichnen, die strittige Sache als ihr Objekt. In beidem aber geht Öffentlichkeit nicht auf. Sie ist eine Struktur oder, wie es systemtheoretisch heißt, eine »Operation«, aus der sich dann Subjekt- und Objektpositionen erst ergeben (Baecker 1996: 94f.). Diese Operation oder Struktur wird mit dem dritten Moment, der Instanz, deutlicher.

Instanz: Öffentlichkeit als kollektive Reflexion

Es gibt »die« Öffentlichkeit als eine, als Einheit nicht, es sei denn als Instanz. Als einheitliche ist sie soziologisch fassbar allenfalls als Bezugspunkt der Akte, Praktiken und Handlungen, meist verbale und diskursive, die sie als solche evozieren, darstellen und beschwören.

8 »Issues spark a public into being« (Marres 2005).

Diese Instanz gehört (sei es als Effekt oder Relation) zur Struktur der Öffentlichkeit, wie sie hier entfaltet wird. Gegenstand der Soziologie kann nicht nur die wirkliche Öffentlichkeit sein (dies sind wohl immer mehrere), im Gegensatz zu dieser relativ imaginären Instanz (vgl. Kernbauer 2011: 57), denn Öffentlichkeit weist eine komplexe Struktur auf, zu der dieses referentielle und reflexive Moment gehört. Die Bezugnahme erfolgt dabei auf die Öffentlichkeit selbst, auf das Publikum als Instanz, aber auch auf »die Medien« oder die »öffentliche Meinung«⁹ Vereinfacht gesagt: Öffentlichkeit thematisiert sich selbst, aber meist als eines ihrer Momente.

Die Kunstöffentlichkeit etwa wird konstituiert und verstetigt, indem das Publikum mittels Publizität – Kunstkritik, Ausstellungsbroschüren, Kataloge – nicht nur informiert, sondern auch als Instanz zitiert und imaginiert wird (vgl. Kernbauer 2011: 23f., 129f.). Man beruft sich auf das Urteil und den Geschmack des Publikums. Es wird also eine Erwartungserwartung publiziert und damit verallgemeinert und verbreitet.

In der Zirkulation von Texten konstituiert sich das Lesepublikum. Insbesondere bei Periodika wie Zeitungen und Zeitschriften stiftet, unterhält, befriedigt die Zirkulation einen Rhythmus der Lektüre und Rezeption; sie ermöglicht Öffentlichkeit und Publikum und setzt sie gleichzeitig voraus (vgl. Warner 2002: 75).

Auch wenn Nancy Fraser (1992) unter der Vereinheitlichung der Öffentlichkeit eine Vereinnahmung (historisch durch die bürgerliche und männliche Öffentlichkeit) versteht, sieht sie dennoch in den verschiedenen Öffentlichkeiten so etwas wie einen normativen Impuls zur Einheit. Aufgrund der publizistischen Orientierung (»publicist orientation«) jeder Öffentlichkeit verstehen sich ihre Mitglieder als Teil einer potenziell breiteren Öffentlichkeit (ebd.: 124). Entsprechend ihrer Struktur gehört zur Öffentlichkeit ein publizistisches Moment: die Präntention, die Öffentlichkeit zu sein, und sich auf Öffentlichkeit, Publizität (auf ein potenziell erweiterbares, überzeugbares Publikum als Adressaten) in irgendeiner Form zu beziehen.¹⁰

Öffentlichkeit ist da, wo ein soziales System beobachtet, wie es von außen beobachtet wird, so ähnlich formuliert die Systemtheorie die hier als Instanz

9 Zur öffentlichen Meinung vgl. Warner 2002: 84; Habermas 1969 [1962]: 106ff.; Luhmann 1994 [1971]: 20f.; Hölscher 1978: 450ff.

10 Vgl. Hahn/Langenohl 2017, die den normativen Aspekt einer »Öffentlichkeit im Singular« als »regulative Idee« (ebd.: 3) ausführlich diskutieren, allerdings Öffentlichkeit insgesamt als »konstruiert« kennzeichnen (ebd.: 1).

bezeichnete Relation. Öffentlichkeit registriert »die Unüberschreitbarkeit von Grenzen und, dadurch inspiriert, das Beobachten von Beobachtungen.« (Luhmann 1996: 187).

Was in Öffentlichkeiten kursiert, zirkuliert, sind vornehmlich Meinungen, also ganz bestimmte kommunikative Äußerungen zu Themen, Gegenständen und Problemen. Öffentlichkeit ist »anschlusspezifisch«, ihre Äußerungsform ist die Meinung, »die als bloße Meinung nicht ernst genommen werden muß« (Baecker 1996: 99). Mit dieser formuliert jemand (ein Publikumsmitglied) eine Aussage über ein Problem oder ein Thema, und kann sich gleichzeitig darauf zurückziehen, dass es bloße Meinung war. Meinung in diesem Sinn changiert zwischen Selbst- und Fremdreferenz (vgl. ebd.: 100).

Vor allem die Differenz zwischen den pluralen Öffentlichkeiten und der Öffentlichkeit als Instanz ist verantwortlich für die Ungreifbarkeit oder Vagheit, die der Begriff der Öffentlichkeit mit sich führt. Drastisch bringt Lippmann (2009 [1927]) diese Ungreifbarkeit auf den Nenner eines »Phantoms der Öffentlichkeit« (»phantom public«). Die Öffentlichkeit oder auch das politisch aktive Publikum existiert demnach nur als passageres und punktuelles Korrektiv von politischen Entscheidungen und Problemen. Die situative und nachgeordnete Stellung der Öffentlichkeit kann ins Positive gewendet werden: Das Politische lässt sich nur fassen »in der Form eines Phantoms der Öffentlichkeit, das anzurufen und einzuberufen ist« (Latour 2018: 482).

Die Anrufung steht im Dienst der Einberufung, der Versammlung nicht nur eines Publikums, sondern einer Öffentlichkeit, das heißt auch ihrer anderen Momente (eine Öffentlichkeit anrufen, ein Publikum zusammenrufen, ein Problem bearbeiten, ein Medium bedienen). Latour definiert das Politische geradezu durch dieses Phantomatische, oder umgekehrt: das ungreifbare Phantom steht für die flüchtige, performativ zu vollziehende Bewegung des Politischen, die zudem noch immer wieder wiederholt werden muss (vgl. Latour 2008: 13). Öffentlichkeit kann sich nicht auf ein zugrundeliegendes Publikum (oder Volk) als Subjekt stützen, sondern bildet sich, so könnte man sagen, viel luftiger anhand von Konflikten, Dissensen und dem Scheitern institutioneller Problemlösungen.¹¹

System- und kritische Theorie differieren stark hinsichtlich des Status der Vernunft. Diese ist bei Habermas gewissermaßen Prinzip (oder wiederum

11 Statt vom phantomatischen ist in demokratietheoretischen Texten auch vom »spektralen« Aspekt des Politischen oder der Demokratie die Rede (vgl. Marchart 2013; Rebutisch 2015).

Instanz?) der Öffentlichkeit. Aus der vernunftorientierten Kommunikation des Publikums macht er den Angelpunkt seiner Theorie der Öffentlichkeit. Dagegen distanziert sich Luhmann vom Vernunftbegriff der Aufklärungszeit als Prinzip politischer Kommunikation, da dieser einen zu hohen Anspruch an Kommunikation stelle (vgl. Luhmann 1994 [1971]: 13). Den Bezugspunkt für das Problem der öffentlichen Meinung bildet für ihn »zwischenmenschliche, speziell politische Kommunikation« (ebd.). Diese muss von einem erwartbaren, akzeptierten Themenspektrum möglicher Diskussionsgegenstände ausgehen können, nicht jedoch von einem bestimmten Niveau der Argumentation.

Medium: Ohne Medien keine Öffentlichkeit

Öffentlichkeit braucht Medien, um nicht zu sagen Massenmedien, die ihre eigene Räumlichkeit, besser vielleicht: Netze schaffen, besser vielleicht: bahnen. Medien sind nicht etwas, das zu einer ursprünglich zwischenmenschlichen öffentlichen Kommunikation hinzutritt. Öffentlichkeit ist heterogen und instrumentiert. Damit ist gemeint, dass Öffentlichkeit Instrumente, Werkzeuge, Medien erfordert, die über die bloße Intersubjektivität hinausgehen. Medien sind »Mittler« mit einer Eigendynamik, keine bloßen Zwischenglieder (vgl. Latour 2007: 69ff.), die eine Diskussion zwischen Menschen einfach verlängern und verlagern.

Unter Medien werden dementsprechend technisch raffinierte, materiell realisierte Medien wie Bücher, Zeitungen, Zeitschriften verstanden, sodann Rundfunk, Fernsehen, inzwischen vernetzte Computer oder Netzmedien und Websites. Also Massenmedien, technische Kommunikationsmedien oder »Verbreitungsmedien«, wie die Systemtheorie sie nennt (etwa Baecker 2007: 11). Medien lassen sich auch als komplexe soziotechnische Gefüge betrachten, zu denen Objekte oder Geräte gehören (bei den neueren Medien sind das Sende- und Empfangsgeräte; oder Geräte der Übermittlung und Speicherung von Daten, Informationen, Äußerungen, Darstellungen usw.).¹² Vielleicht sind sie treffend als »Objektinstitutionen« zu charakterisieren (Roßler 2016:

12 Für Kittler ist ein Medium – hier als »Aufschreibesystem« bezeichnet – ein »Netzwerk von Techniken und Institutionen [...], die einer gegebenen Kultur die Adressierung, Speicherung und Verarbeitung relevanter Daten erlauben« (Kittler 1995 [1985]: 519).

134ff.; Latour 2018: 209), das heißt institutionelle Gefüge bzw. heterogene soziotechnische Systeme, die sich um Objekte ranken bzw. diese enthalten.¹³

Terminologisch werden Interaktions-, Versammlungs- und Medienöffentlichkeit unterschieden (vgl. Gerhards/Neidhardt 1991: 49ff.), die man inzwischen noch um die Netzöffentlichkeit mit den Netzmedien (oder dem Netz als Medium) erweitern kann. Diese Typen von Öffentlichkeit unterscheiden sich v.a. durch ihre Reichweite, das heißt durch den Umfang des Publikums, teilweise auch durch ihren Organisationsgrad und ihre strukturelle Verfestigung.

Interaktionsöffentlichkeit umfasst nicht alle Interaktionen im öffentlichen Raum. Eher charakterisiert das Aufgreifen von Medieninhalten in der Kommunikation (»habe ich in der Zeitung gelesen«, »...im Netz/im Fernsehen gesehen«), sogenannte Anschlusskommunikation, eine Interaktion als öffentliche. Themen möglicher politischer Alltagskommunikation sind solche, deren Kenntnis als voraussetzbar betrachtet wird (vgl. Luhmann 1994 [1971]: 13). Es gibt weitere, speziellere Formen der oralen Kultur wie etwa politische Witze, die sich ebenfalls als Interaktionsöffentlichkeit verstehen lassen (vgl. Heller 2003).

Versammlungsöffentlichkeit ist selbst schon medial strukturiert (durch die Raumgestaltung mit Sitzreihen und Bühne oder Kanzel und als Konzert, Theateraufführung, Vortrag) und setzt Kommunikationsmedien ein (Sprachrohr, Mikrophon, Lautsprecher, Redepulte oder Megaphon).¹⁴ Die prototypischen Versammlungsöffentlichkeiten zur Zeit der Aufklärung (Salon, Tischgesellschaft und Kaffeehaus) wimmeln zudem von handfesten Medien wie Zeitungen, literarischen Korrespondenzen oder Büchern (Habermas 1969 [1962]: 52).

Man sollte die gesellschaftliche Öffentlichkeit ausgehend von der medialen Öffentlichkeit verstehen. Dies ist ihre (bislang) am meisten entfaltete Form. Aus ihr als Default lässt sich am besten ein Begriff gewinnen, mit dem daraufhin auch weniger komplex organisierte oder flüchtigere Formen sozialer Kom-

13 Vgl. dazu die Debatte in der Soziologie zur Heterogenität des Sozialen und zum »verteilten Handeln« (Rammert/Schulz-Schaeffer 2002; Rammert 2006; Schulz-Schaeffer 2008).

14 Siehe auch Manheim 1979: 18f., der vom »Kanal der Übertragung« als konstitutivem Element einer Mitteilung spricht.

munikation unter Anwesenden und in Versammlungsräumen als »Öffentlichkeit« identifizier- und beschreibbar werden.¹⁵

Habermas geht bei der Definition von Öffentlichkeit idealtypisch von einem intersubjektiven Geschehen, vielleicht sogar einer Kommunikation unter Anwesenden aus, die dann zusätzlich durch ein Medium wie die Presse institutionalisiert und »mediatisiert« werden kann (Habermas 1969 [1962]: 242). Die Presse gilt ihm als durch das Publikum rasonierender Privatleute gestiftete Institution (vgl. Habermas 1969 [1962]: 201). In seiner Begriffsarchitektur vernachlässigt er Materialität und Spezifik des Mediums und damit das mediale Strukturmoment massiv.

Wenn man Massenmedien als konstitutiven Bestandteil der Öffentlichkeit ansieht, könnte man sogar die Entstehung der modernen Öffentlichkeit erst im 19. Jahrhundert situieren bzw. in der französischen Revolution, in deren Jahren die politische Tageszeitung geboren wurde.¹⁶ Für Gabriel Tarde gilt das Zeitung lesende Publikum als eine Art virtuelle und intellektuelle Masse. Menschen, die dieselbe Zeitung lesen, tun es im Bewusstsein »dass diese Idee oder dieser Wille im selben Moment von einer großen Anzahl anderer Menschen geteilt wird« (Tarde 2015: 10).

Öffentlichkeit als instrumentierte lässt sich auch als eine Form von verteilter Kognition betrachten.¹⁷ So wie wir Schrift und Papier (bzw. digitale Elektronik) brauchen, um mittels schriftlicher Fixierung zu denken oder zu rechnen, brauchen politisch Interessierte Zeitungen (bzw. entsprechende neuere Medien), um sich ein Urteil zu bilden und politisch zu kommunizieren (vgl. Latour 2008: 38f.). Vielleicht könnte man sagen: Medien sind die kognitiven Werkzeuge, die »Denkzeuge« der Öffentlichkeit.¹⁸

Am Beispiel der entstehenden Kunstkritik: Scheinbar triviale Erfindungen wie verbindliche, prägnante Titel für die Bilder gehören zum Instrumentarium der Kunstöffentlichkeit – damit man im Gespräch bzw. der schriftlichen Veröffentlichung sich eindeutig darauf beziehen kann (vgl. Kernbauer 2011: 102);

15 Für Tarde kann man erst mit dem Medium Presse von Öffentlichkeit im starken Sinn sprechen (Tarde 2015: 17, vgl. Ehrmantraut 2012).

16 Und die ihrerseits ohne dieses neue Medium nicht denkbar gewesen wäre (vgl. Habermas 1969 [1962]: 82ff.).

17 Zur verteilten Kognition vgl. Hutchins 1995, Clark 1997, Roßler 2016: 177ff.

18 Und nicht zu vergessen: manchmal auch ihre Spielzeuge. Die prägnante Begriffsreihe verdankt sich Krämer 1997.

ähnlich fungiert die – im 17. Jahrhundert – neu entwickelte Textsorte der Bildbeschreibung (vgl. Rosenberg 1997). Die Kunstkritik ist ohnehin nicht wegen ihrer (abschätzigen oder lobenden) Urteile interessant, sondern weil sie Diskursformen, ja schon die Worte und Begriffe bereitstellt, mit deren Hilfe wir uns über Kunst anspruchsvoll Gedanken machen und streiten können (Scott 2017).

Vor allem in zwei Punkten weicht der skizzierte Öffentlichkeitsbegriff von gängigen soziologischen Öffentlichkeitstheorien ab: Die Strukturmomente der Sache und des Mediums stehen für die Heterogenität der Öffentlichkeit. Nicht allein das Publikum in seiner Diskurs- und Meinungsfähigkeit und möglicherweise diskutablen sozialen Zusammensetzung macht soziologisch die Öffentlichkeit aus, noch die normative oder reflexive Instanz »der« Öffentlichkeit, sondern gleichberechtigt sind die Sache oder Thematik, die in der Öffentlichkeit verhandelt wird, und die Dinge oder Medien, mittels derer das geschieht.

2. Öffentlichkeit digital?

Zur Struktur der Öffentlichkeit, erst recht zur modernen, gehören also außer einem diskutierenden oder rasonierenden Publikum auch ein Medium sowie eine instantiale Relation; nicht zu vergessen der Gegenstand der öffentlichen Diskussion, das Problem oder die Sache (die res der res publica). Kehrt man die Perspektive um und denkt von der Medienöffentlichkeit her die anderen Öffentlichkeiten, so fällt eine strukturelle Sichtweise leichter.

Die (auch) digitale Öffentlichkeit entwickelt sich aus der Wechselwirkung, Vermischung und Hybridisierung traditioneller (sozialer und medientechnischer) Anteile der Öffentlichkeit mit neuen digitalen Formen und Verfahren; diese Entwicklung und Wechselwirkung sind noch längst nicht abgeschlossen. Dennoch kann man fragen: Wie verändert sich die Öffentlichkeit, wenn ein Großteil der öffentlichen Kommunikation und Publikation elektronisch produziert, vernetzt und rezipiert wird? Womöglich bleibt ihre Struktur, die eine heterogene soziale ist, erhalten. Sie wird jedenfalls auf die Probe gestellt.

Dazu abschließend einige verstreute und vorläufige Überlegungen anhand der vier Strukturmomente, beginnend mit dem vierten: ein anderes Medium, eine andere Öffentlichkeit. Viel Aufmerksamkeit haben die neuen medialen Vermittler, die digitalen Plattformen im Netz, gefunden. Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit durch »Plattformisierung« wurde ausgerufen

(Eisenegger 2021). Auch wenn große Medienorganisationen von Anfang an zur modernen massenmedialen Öffentlichkeit gehören (vgl. Thompson 1995: 75ff.), ändern sich Organisation und Funktion der »gatekeeper« (Habermas 2021: 489; Jungherr/Schroeder 2021: 23ff.), und sei es auch nur, weil der Stellenwert der traditionellen Medienhäuser und Redaktionen sich verschiebt. Durch die digitale Vernetzung sind die veröffentlichten Inhalte nun außerdem mit Eigenschaften wie Archivierbarkeit, Replizierbarkeit, Durchsuchbarkeit, Skalierbarkeit versehen.¹⁹ Auf neue Weise verknüpft werden aber auch die Inhalte produzierenden und rezipierenden Menschen sowie Kommunikationsgeräte, digitale Akteure und Adressen.

Während das Publikum in der Versammlungsöffentlichkeit durch den Raum, in der massenmedialen Öffentlichkeit durch die materiellen Kapazitäten der Drucktechnik (bzw. Sendetechnik) beschränkt und für einen gewissen Zeitraum relativ konstant bleibt, ermöglicht die digitale Vernetzung eine fast instantane Veränderbarkeit der Größenordnung des Publikums, nicht nur als Erweiterung, sondern auch als zielgerichtete Adressierung von Nischenpublika. Weiterhin lässt sich ein instantaner digitaler Rückkanal nutzen (»Interaktivität«). Damit verändert sich, was traditionell Publikum hieß, so sehr, dass man fragen kann, ob der Begriff noch brauchbar ist. Als These: ja, er kann sogar (mit Tarde), gegen Gruppe, Gemeinschaft oder community als der Öffentlichkeit angemessenerer Begriff verstanden werden, da er mediengebunden ist. Dazu muss er aber etwas funktionaler gefasst werden, sodass etwa ein rascher und häufiger Wechsel zwischen Akteurs- und Publikumsrolle denkbar ist.

Was das Problem oder die Sache anbelangt, die in Öffentlichkeiten verhandelt wird, könnte man die These vertreten, dass an die Stelle der Sache die Person getreten sei: von »persönlichen Öffentlichkeiten« ist die Rede (Schmidt 2013: 48). Allerdings lässt sich, zumindest analytisch, klar trennen zwischen digitalen persönlichen Netzwerken und digitaler Öffentlichkeit. Erstere haben persönliche Beziehungspflege und Anerkennung zum Ziel (vgl. Göttlich/Herbers 2021), letztere hat auch im digitalen Gewand politische Probleme, Anliegen oder umstrittene Sachen (wie Gegenstände der Populärkultur bzw. Kunst, Wissenschaft, Ökonomie usw.) zum Thema und ist auf Publikation und Öffentlichkeit hin angelegt.

19 Boyd hält »persistence«, »replicability«, »scalability« und »searchability« für die vier Eigenschaften digitaler Inhalte, mit denen vernetzte Publika (»networked publics«) zu tun haben bzw. die sie nutzen können (Boyd 2011: 46).

Dazu gehört auch, dass nicht nur ein festgelegter Personenkreis adressiert wird und Zugang erhält, sondern ein prinzipiell stets erweiterbares, mehr oder weniger anonymes Publikum (wie klein es zunächst auch sei). Das Strukturmoment Instanz steht für den Anspruch der pluralen Öffentlichkeiten, »die« Öffentlichkeit zu sein, der durch die digitalen Medien eine dramatische Zuspitzung erfährt, da es nun derart viele Publika gibt, aber vielleicht auch eine Lösung, da sie vernetzt sind.

Interessanterweise hat Habermas die Öffentlichkeit einmal als »Netzwerk« aus sich verzweigenden Teilöffentlichkeiten bezeichnet und dabei mit einem Text verglichen, der in beliebig kleine Texte zerlegbar sei, sofern diese »porös füreinander« und ineinander übersetzbar blieben (Habermas 1998: 452). Es gibt keine übergreifende Einheit der Öffentlichkeit, sondern die Spannung ist auszuhalten zwischen den verschiedenen Öffentlichkeiten und dem Begriff (oder der Instanz) der Öffentlichkeit.

Literatur

- Baecker, Dirk (1996): »Oszillierende Öffentlichkeit«, in: Rudolph Maresch (Hg.): Medien und Öffentlichkeit. Positionierungen – Symptome – Simulationsbrüche. München: Boer, S. 89–107.
- Baecker, Dirk (2007): Studien zur nächsten Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Beetz, Michael (2005): Die Rationalität der Öffentlichkeit. Konstanz: UVK.
- Beyes, Timon (2021): »Strukturwandel des Geheimen. Öffentlichkeit im Überwachungskapitalismus«, in: Martin Seeliger/Sebastian Sevnani (Hg.): Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit?, in: Leviathan 37. Baden-Baden: Nomos, S. 91–114.
- Boyd, Danah (2011): »Social Network Sites as Networked Publics. Affordances, Dynamics, and Implications«, in: Zizi Papacharissi (Hg.): Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. New York: Routledge, S. 39–58.
- Clark, Andy (1997): Being There. Putting Brain, Body, and World Together Again. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Dewey, John (1996 [1927]): Die Öffentlichkeit und ihre Probleme. Bodenheim: Philo.
- Ehrmanntraut, Sophie (2012): »Ära der Öffentlichkeit«. Gabriel Tarde und Soziale Medien«, in: Friedrich Balke/Bernhard Siegert/Joseph Vogl (Hg.):

- Mimesis. Archiv für Mediengeschichte 12. Weimar: Universitätsverlag, S. 89–102.
- Eisenegger, Mark (2021): »Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung«, in: Mark Eisenegger/Marlis Prinzing/Patrik Ettinger et al. (Hg.): Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Wiesbaden: Springer, S. 17–39.
- Eisenegger, Mark/Marlis Prinzing/Patrik Ettinger et al. (Hg.) (2021): Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Wiesbaden: Springer.
- Fink, Kerstin (2015): »Von der literarischen zur politischen Öffentlichkeit? Über den Zusammenhang von Kunstkommunikation und öffentlicher Deliberation im Anschluss an Jürgen Habermas«, in: Dagmar Danko/Olivier Moeschler/Florian Schumacher (Hg.): Kunst und Öffentlichkeit. Wiesbaden: Springer, S. 33–53.
- Fraser, Nancy (1992): »Rethinking the Public Sphere. A contribution to the Critique of Actually Existing Democracy«, in: Craig J. Calhoun (Hg.): Habermas and the Public Sphere. Cambridge, Massachusetts/London: MIT Press, S. 110–142.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1991): »Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze«, in: Stefan Müller-Doohm/Klaus Neumann-Braun (Hg.): Öffentlichkeit – Kultur – Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg, S. 31–89.
- Germer, Stefan (1997): Kunst, Macht, Diskurs: die intellektuelle Karriere des André Félibien im Frankreich von Louis XIV. München: Fink.
- Göttlich, Udo/Herbers, Martin R. (2021): »Von der Logik der Öffentlichkeit zu Mechanismen öffentlicher Kommunikation«, in: Mark Eisenegger/Marlis Prinzing/Patrik Ettinger et al. (Hg.): Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Wiesbaden: Springer, S. 289–302.
- Habermas, Jürgen (1969 [1962]): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied/Berlin: Luchterhand.
- Habermas, Jürgen (1990): Vorwort zur Neuauflage 1990. Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 11–53.

- Habermas, Jürgen (1998): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (2021): »Überlegungen und Hypothesen zu einem erneuten Strukturwandel der politischen Öffentlichkeit«, in: Martin Seeliger/Sebastian Seignani (Hg.): Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit?, in: Leviathan 37. Baden-Baden: Nomos, S. 470–500.
- Hahn, Kornelia/Langenohl, Andreas (2017): »Zur Einführung: Brauchen wir ein neues Öffentlichkeitskonzept für dynamische (Medien-)Gesellschaften?«, in: Kerstin Hahn/Andreas Langenohl (Hg.): Kritische Öffentlichkeiten – Öffentlichkeiten in der Kritik. Wiesbaden: Springer, S. 1–20.
- Heller, Agnes (2003): »Der Strukturwandel der Öffentlichkeit und das Entstehen der Witzkultur«, in: Lennart Laberenz (Hg.): Schöne neue Öffentlichkeit. Beiträge zu Jürgen Habermas' »Strukturwandel der Öffentlichkeit«. Hamburg: VSA, S. 196–212.
- Hutchins, Edwin (1995): Cognition in the Wild. Cambridge, MA: MIT Press.
- Imhof, Kurt (2011): Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels. Frankfurt a.M. u.a.: Campus.
- Jungherr, Andreas/Schroeder, Ralph (2021): Digital Transformations of the Public Arena. Cambridge/New York u.a.: Cambridge University Press.
- Kernbauer, Eva (2011): Der Platz des Publikums. Modelle für Kunstöffentlichkeit im 18. Jahrhundert. Köln/Weimar/Wien: Böhlau.
- Kittler, Friedrich (1995 [1985]): Aufschreibesysteme 1800/1900. München: Fink.
- Koselleck, Reinhart (2018 [1959]): Kritik und Krise. Eine Studie zur Pathogenese der bürgerlichen Welt. Berlin: Suhrkamp.
- Krämer, Sybille (1997): »Werkzeug – Denkzeug – Spielzeug. Zehn Thesen über unseren Umgang mit Computern«, in: Heinz Ulrich Hoppe/Wolfram Luther (Hg.): Fachtagung Informatik und Schule, 7, Duisburg: Informatik und Lernen in der Informationsgesellschaft. Berlin u.a.: Springer, S. 7–13.
- Latour, Bruno (2001): Das Parlament der Dinge. Für eine politische Ökologie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Latour, Bruno (2005): Von der Realpolitik zur Dingpolitik oder Wie man Dinge öffentlich macht. Berlin: Merve.
- Latour, Bruno (2007a): Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Latour, Bruno (2007b): »Turning Around Politics. A Note on Gerard de Vries' Paper«, in: Social Studies of Science 37 (5), S. 811–820.

- Latour, Bruno (2008): »Preface: Le fantôme de l'esprit public. Des illusions de la démocratie aux réalités de ses apparitions«, in : Walter Lippmann : Le public fantôme. Paris: Éditions Demopolis, S. 3–44.
- Latour, Bruno (2018): Aramis oder Die Liebe zur Technik. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Latour, Bruno (2018): Existenzweisen. Eine Anthropologie der Modernen. Berlin: Suhrkamp.
- Lippmann, Walter (2009 [1927]): The phantom public. New Brunswick/London: Transaction Publishers.
- Luhmann, Niklas (1994 [1971]): Öffentliche Meinung. Politische Planung. Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 9–34.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (2015): Politische Soziologie. Berlin: Suhrkamp.
- Manheim, Ernst (1979): Aufklärung und öffentliche Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert. Stuttgart/Bad Cannstatt: Frommann-Holzboog.
- Marchart, Oliver (2013): Das unmögliche Objekt. Eine postfundamentalistische Theorie der Gesellschaft. Berlin: Suhrkamp.
- Marres, Noortje (2005): »Issues Spark a Public into Being. A Key But Often Forgotten Point of the Lippmann-Dewey Debate«, in: Bruno Latour/Peter Weibel (Hg.): Making Things Public. Boston: MIT Press, S. 208–217.
- Marres, Noortje (2015): Material Participation. Technology, the Environment and Everyday Publics. London: Palgrave Macmillan.
- Negt, Oskar/Kluge, Alexander (1972): Öffentlichkeit und Erfahrung: zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Rammert, Werner (2006): »Technik in Aktion. Verteiltes Handeln in soziotechnischen Konstellationen«, in: Werner Rammert/Cornelius Schubert (Hg.): Technografie. Zur Mikrosoziologie der Technik. Frankfurt a.M. [u.a.]: Campus, S. 163–195.
- Rammert, Werner/Schulz-Schaeffer, Ingo (2002): »Technik und Handeln. Wenn soziales Handeln sich auf menschliches Verhalten und technische Abläufe verteilt«, in: Werner Rammert/Ingo Schulz-Schaeffer (Hg.):

- Können Maschinen handeln? Soziologische Beiträge zum Verhältnis von Mensch und Technik. Frankfurt a.M./New York: Campus, S. 11–64.
- Rebentisch, Juliane (2015): »Der schwache Bürger, die unreine Souveränität und das Phantom Öffentlichkeit«, in: *Mittelweg* 36, S. 74–91.
- Rosenberg, Raphael (1997): »André Félibien et la description de tableaux. Naisance d'un genre et professionnalisation d'un discours«, in: *Revue d'esthétique* 97 (31/32), S. 149–159.
- Roßler, Gustav (2016): *Der Anteil der Dinge an der Gesellschaft. Sozialität – Kognition – Netzwerke*. Bielefeld: transcript.
- Roßler, Gustav (2020): »Dingpolitik«, in: Werner Friedrichs/Sebastian Hamm (Hg.): *Zurück zu den Dingen! Politische Bildungen im Medium gesellschaftlicher Materialität*. Baden-Baden: Nomos, S. 33–48.
- Roßler, Gustav (2021): *Instrumentierte Öffentlichkeit. Skizze für einen soziologischen Öffentlichkeitsbegriff*, Preprint, Technical University Technology Studies Working Papers, 1–2021. Online verfügbar unter http://www.static.tu.berlin/fileadmin/www/10002374/TUTS_Working_Paper/2021/TUTS-WP-1-2021-Oeffentlichkeit.pdf, Zugriff am 21.04.2023.
- Sayman, Volkan (2020): »Problematische Themen problematischer Öffentlichkeiten. Ulrich Beck und Bruno Latour als Impulsgeber einer Soziologie öffentlicher Praktiken«, in: Oliver Römer, Clemens Boehncke und Markus Holzinger (Hg.): *Soziologische Phantasie und kosmopolitisches Gemeinwesen. Perspektiven einer Weiterführung der Soziologie Ulrich Beck (Sonderband 24 Soziale Welt)*. Baden-Baden: Nomos, S. 309–331.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2013): *Social Media*. Wiesbaden: Springer.
- Schulz-Schaeffer, Ingo (2008): »Technik als sozialer Akteur und als soziale Institution. Sozialität von Technik statt Postsozialität«, in: Karl-Siegbert Rehberg (Hg.): *Die Natur der Gesellschaft. Verhandlungen des 33. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006*. Frankfurt a.M.: Campus, S. 703–719.
- Scott, Anthony O. (2017): *Kritik üben. Die Kunst des feinen Urteils*. München: Hanser.
- Seeliger, Martin/Sebastian Sevignani (Hg.) (2021): *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit?*, in: *Leviathan* 37. Baden-Baden: Nomos.
- Tarde, Gabriel (2015): *Masse und Meinung*. Konstanz: Konstanz University Press.
- Thompson, John B. (1995): *Media and modernity. A social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.
- Warner, Michael (2002): »Publics and Counterpublics«, in: *Public Culture* 14 (1), S. 49–90.

