

Ulrich Binder | Jürgen Oelkers (Hrsg.)

**Der neue Strukturwandel
von Öffentlichkeit.
Reflexionen in pädagogischer
Perspektive**

BELTZ JUVENTA

- Krotz, Friedrich (2007): *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Krotz, Friedrich (2014): *Krise der Öffentlichkeit: Krise eines Konzepts, einer Disziplin oder einer historischen Form von Öffentlichkeit?* In: ZTS 3, H. 2, S. 276–286.
- Krotz, Friedrich (2015): *Von der Analyse von Dichotomien zu einer dialektischen Kommunikationswissenschaft?* In: Druke, Ricarda/Kirchhoff, Susanne/Steinmaurer, Thomas/Thiele, Martina (Hrsg.): *Zwischen Gegebenem und Möglichem. Kritische Perspektiven auf Medien und Kommunikation*. Bielefeld: transcript. S. 23–36.
- Krotz, Friedrich (2017, im Druck): *Explaining the Mediatization Approach*. In: Javnost – The Public. Journal of the European Institute for Communication and Culture.
- Krotz, Friedrich/Despotovic, Cathrin/Kruse, Merle-Marie (Hrsg.) (im Druck): *Mediatisierung als Metaprozess: Transformationen, Formen der Entwicklung und die Generierung von Neuem*. Wiesbaden: Springer VS.
- Krotz, Friedrich/Despotovic, Cathrin/Kruse, Merle Marie (Hrsg.) (2014): *Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung*. Wiesbaden: VS.
- Landecker, Werner S. (1950): *Types of Integration and their measurement*. In: *American Journal of Sociology* 6. S. 332–340.
- Lingenberg, Swantje (2010): *Europäische Publikumsöffentlichkeiten. Ein pragmatischer Ansatz*. Wiesbaden: VS.
- Lingenberg, Swantje (2009): *Europäische Öffentlichkeit – Öffentlichkeit ohne Publikum? Ein pragmatischer Ansatz mit Fallstudien zur europäischen Verfassungsdebatte*. Wiesbaden: VS.
- Lippmann, Walter (1922/1990): *Die öffentliche Meinung*. Reprint. Bochum: Brockmeyer.
- Lundby, Knut (Hrsg.) (2014): *Handbook Mediatization of Communication*. de Gruyter: Berlin.
- Meyrowitz, Josua (1990): *Die Fernsehgesellschaft*. 2 Bände. Weinheim/Basel: Beltz
- Rohman, Boris (2015): *Öffentlichkeit weiter denken*. In: Druke, Ricarda/Kirchhoff, Susanne/Steinmaurer, Thomas/Thiele, Martina (Hrsg.): *Zwischen Gegebenem und Möglichem. Kritische Perspektiven auf Medien und Kommunikation*. Bielefeld: transcript. S. 209–222.
- Sowinska, Monika (2016): *Die Medien überfluten uns. Alltagstheorien über Medienwandel*. *Kommunikation.medien*. www.kommunikation.medien.at (Abfrage: 7.2.2017).
- Steinmaurer, Thomas (2015): *Dispositive in vernetzten Öffentlichkeiten*. In: Druke, Ricarda/Kirchhoff, Susanne/Steinmaurer, Thomas/Thiele, Martina (Hrsg.): *Zwischen Gegebenem und Möglichem. Kritische Perspektiven auf Medien und Kommunikation*. Bielefeld: transcript. S. 223–236.
- Stevenson, Nick (1995): *Understanding media Cultures*. London: Sage. S. 47–74.
- The Mozilla Foundation. 2017. <https://internethealthreport.org/v01/de/> (Abfrage: 2.4.2017).
- Thomaß Barbara (Hrsg.) (2007): *Mediensysteme im internationalen Vergleich*. UTB: Konstanz.
- Wehler, Hans Ulrich (1987): *Deutsche Gesellschaftsgeschichte*. Bd. 1: 1700–1815. München: C. H. Beck.
- Wimmer, Jeffrey (2007): *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS.

Mediendifferenzierung und der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit

Tilman Sutter

Es war vor gut 30 Jahren, als die Öffentlichkeit in besonderer Weise auf die Probe gestellt wurde. Die Katastrophe von Tschernobyl, der GAU, der größte anzunehmende Unfall eines Atomkraftwerks fegte auch über Deutschland hinweg. Nun waren die gesellschaftlichen Institutionen gefordert, möglichst schnell und effektiv zu reagieren. Politik, Wissenschaft und Verwaltung standen unter erheblichem Handlungs- und Zeitdruck. Das spezifische Problem bestand darin, dass diese Katastrophe weitgehend unsichtbar blieb: Zwar konnte das konkrete Geschehen vor Ort um den havarierten Reaktor anschaulich bebildert und in dieser Form auch eindrücklich massenmedial übermittelt werden, aber das, was Befürchtungen und Ängste auslöste, die Strahlung und ihre Auswirkungen, sie blieben abstrakt: Messwerte und Zerfallszeiten statt konkret wahrnehmbarer Fakten. Eine zeitnah durchgeführte Analyse verschiedener Medien richtete den Fokus auf die Glaubwürdigkeit von Politik, Wissenschaft und Verwaltung, die bei diesem Glaubwürdigkeitstest glatt durchgefallen sind (vgl. Krohn/Weingart 1986). Die unüberschaubaren Risiken der Kernkraft und fehlendes Wissen über die Folgen der Katastrophe mussten so kommuniziert werden, als ob Sicherheit und Orientierung zu haben wären – oder doch immerhin eine gewisse Beruhigung geschaffen werden könnte.¹ Letztlich beziehen sich diese Kommunikationsstrategien vor allem auf die Öffentlichkeit, und die scheint die Herausforderungen erfolgreich bewältigt zu haben. „Wenn es mit dem GAU eine Probe zu bestehen galt, dann hat allein das Staatsvolk diese Probe bestanden: es hat die auf Mißtrauen in seine Mündigkeit gründenden Strategien von Politik, Verwaltung und Expertentum schnell durchschaut und in den Bereichen, wo die politische Verfassung selbstverantwortliches Handeln zuläßt, unterlaufen“ (ebd., S. 23). So haben kontroverse Berichte und Diskussionen in den Medien zu einem

¹ Etwa mit dem Argument, so ein Vorfall wie in Tschernobyl wäre bei uns in Deutschland aufgrund viel besserer Sicherheitsvorkehrungen nicht möglich. Aber es half alles nichts: Der unsichtbaren Bedrohung durch die Strahlung konnte nur durch einen Kampf um Glaubwürdigkeit vor allem der wissenschaftlich-technischen Experten begegnet werden – und diese Glaubwürdigkeit war schon immer ein knappes Gut. Die Erschütterung dieser Glaubwürdigkeit zeigte sich in symbolpolitischen Gesten: So schritten einige Politiker zum kollektiven Salatessen, als die Verunsicherung in der Frage um sich griff, welche Lebensmittel wie stark belastet sind und noch unbedenklich verspeist werden können.

Misstrauen und einem distanzierten Verhältnis der Rezipienten zur Informationslage geführt, und diese haben sich unterschiedlicher Informationsquellen bedient, um sich zu informieren und zu orientieren (vgl. Peters/Hennen 1990).

Diese Befunde stehen in Kontrast zu heutigen – vor allem normativ gefärbten – Vorstellungen von Öffentlichkeit, denn statt einer leistungsfähigen und kritischen Öffentlichkeit wird heute viel eher das Bild einer Krise der Öffentlichkeit und der politischen Kommunikation gezeichnet. Eine medial erzeugte Öffentlichkeit vermittelt zwischen Staatsvolk und der Politik, und das Mediensystem beteiligt sich an der politischen Information und Willensbildung. Dieser Begriff der Öffentlichkeit ist gewissermaßen von Hause aus normativ angelegt. Den klassischen Hintergrund für diese Vorstellung bietet Jürgen Habermas' (Habermas 1962/1990) „Strukturwandel der Öffentlichkeit“. Heute sprechen wir von einem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit, und wir fragen, ob die gewandelte Öffentlichkeit noch auf ein Staatsvolk gerichtet ist, das Massenmedien zur Information, Reflexion und Bildung nutzt. Diese Nutzungsweisen scheinen abzunehmen, weil die Massenmedien sich zunehmend einer Marktorientierung verschreiben (vgl. Imhof 2011). In diesem Zusammenhang wäre der oben erhobene Befund bemerkenswert, weil der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit durch ein gewandeltes Mediensystem eine Schwächung der politischen Meinungsbildung bedingt. Es wäre also nicht zu erwarten, dass die Öffentlichkeit im Dienst eines informierten und aufgeklärten Staatsvolks einer geschwächten Politik gegenüber steht, weil beide Bereiche demselben Zersetzungsprozess durch ein zunehmend marktförmig orientiertes Mediensystem ausgesetzt sind und somit beide gleichermaßen unter Druck geraten.

Die traditionelle theoretische Rahmung von Habermas' Soziologie der Öffentlichkeit nahm lange Zeit eine Sonderstellung im kaum besetzten Feld einer Soziologie der Öffentlichkeit ein. Aber die allgemeine Gesellschaftstheorie blieb nicht stehen, und so war eine grundlegende programmatische Wiederaufnahme einer Soziologie der Öffentlichkeit unausweichlich (vgl. Gerhards/Neidhardt 1991). Damit stellten sich Fragen nach dem Begriff, den Strukturen und Leistungen sowie den normativen Gehalten von Öffentlichkeit neu. Wenn Öffentlichkeit vor allem eine allgemeine Zugänglichkeit und Verständlichkeit von Kommunikationen und Wirklichkeitsentwürfen sicherzustellen hat, muss dann eine normative Betrachtungsweise nicht von vornherein zu eng und zu spezifisch angesetzt sein? Muss nicht ein Begriff der Öffentlichkeit auf dem heutigen Stand der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung formuliert und mit den Folgen der dominant gewordenen Form funktionaler Differenzierung konfrontiert werden? Diesen Fragen und den damit verbundenen Vermutungen gehen die folgenden Ausführungen nach. Wenn dabei von einem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit die Rede ist, der im Rahmen der fortschreitenden Differenzierung des Mediensystems gesehen werden muss, stehen diese Vermutungen im Fokus. Tritt man zunächst einmal einen Schritt zurück, wird man sich über ei-

nige grundlegende Merkmale von Öffentlichkeit rasch verständigen können (1). Einen für die Analyse unserer heutigen ausdifferenzierten Gesellschaft geeigneten normativen Begriff (des Strukturwandels) von Öffentlichkeit, die freilich in stark krisenhafter Form aufscheint, hat zuletzt Kurt Imhof (Imhof 2011) vorgeschlagen (2). Bei allen Vorzügen, die dieser Vorschlag hat, sind zwei Defizite unübersehbar: Eine unzureichende Berücksichtigung der Folgen funktionaler Ausdifferenzierung insbesondere für Möglichkeiten einer normativen Vorgehensweise und die vollständige Ausblendung des aktuellen Medienwandels im Bereich des Internet. Das erste Defizit kann mit dem recht abstrakt angelegten Begriff der Öffentlichkeit der soziologischen Systemtheorie bearbeitet werden (3). Die Bearbeitung des zweiten Defizits führt einstweilen vor allem in offene Fragen, die aber doch immerhin auf dem Boden einer Soziologie des Medienwandels und der Mediendifferenzierung stehen. Es sollten also zumindest vorläufige Hinweise auf den aktuell sich vollziehenden neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit gewonnen werden können (4). In diesem Rahmen treten für die (Medien-)Pädagogik neue Problemfelder wie z. B. gewandelte Formen der Mediensozialisation und der Medienbildung im Zusammenhang des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit in den Vordergrund (5).

1. Zum Begriff der Öffentlichkeit

In der modernen, zunehmend differenzierten und komplexen Gesellschaft nimmt die Bedeutung medialer Vermittlung der gesellschaftlichen Wirklichkeit rasant zu: Was wir erfahren und wissen, erfahren und wissen wir meist aus zweiter Hand, aus den Medien. Die „Dynamik der Kommunikationsgesellschaft“ (vgl. Münch 1995) führt zu einer Beschleunigung von Kommunikation, einem enormen Anwachsen der Medienangebote und einer Vielfalt miteinander konkurrierender Themen, Meinungen und Wirklichkeitsentwürfen. Je weiter die gesellschaftliche Ausdifferenzierung voranschreitet, desto erstaunlicher erscheint die Leistung der Massenmedien, der Gesellschaft einen allgemein verbreiteten und zugänglichen Wirklichkeitsentwurf zur Verfügung zu stellen. Die Medien erzeugen dabei einen allgemein zugänglichen Raum öffentlicher Kommunikation, von dem die gesellschaftlichen Teilbereiche und die Gesellschaftsmitglieder zunehmend abhängig sind. Von einem verbreiteten Vorverständnis werden wir uns nachfolgend nicht leiten lassen, dass nämlich die zentrale Funktion der Öffentlichkeit in der Kontrolle des politischen Systems besteht. Der Politik wird damit im Konzert der auf Öffentlichkeit bezogenen gesellschaftlichen Kommunikationen eine hervorgehobene Sonderstellung eingeräumt, die auch sicherlich auf den ersten Blick einige Plausibilität für sich hat. Bei genauerer Betrachtung erscheint diese Engführung der Funktionsbestimmung allerdings problematisch, weil viele gesellschaftliche Prozesse auf Öffentlichkeit ausgerichtet sind,

nicht nur in Politik, sondern auch in anderen Teilbereichen wie Wirtschaft, Wissenschaft usw., sowie in Verbänden und Unternehmen, Kirchen, Gewerkschaften und sozialen Bewegungen.

Öffentlichkeit ist ein spezifisches Kommunikationssystem, dessen Grenze offen ist: Grundsätzlich alle Mitglieder einer Gesellschaft können teilnehmen, das Publikum ist unabgeschlossen (vgl. hierzu Gerhards/Neidhard 1991). Das erfordert einen bestimmten Kommunikationsmodus: Öffentliche Kommunikation ist Laienkommunikation. Da es keine spezifischen Zugangsbedingungen gibt, erreicht öffentliche Kommunikation nur dann ein breites Publikum, wenn sie möglichst allgemeinverständlich ist. Im Hinblick auf normative Begriffe von Öffentlichkeit ist von entscheidender Bedeutung, dass sich öffentliche Kommunikation nicht an Wahrheit oder Vernunft orientiert, sondern Allgemeinheit herstellt. Obwohl Öffentlichkeit vor allem als massenmedial hergestellte Öffentlichkeit begriffen wird, ist sie auf verschiedenen Ebenen des Sozialen zu verorten, also ebenso der Ebene von Interaktionen (Kommunikationen unter Anwesenden), von Versammlungen wie auch massenmedialer Kommunikationen. In diesem Sinne wird Öffentlichkeit von sozialen Interaktionen begleitet: Themen und Meinungen der öffentlichen Kommunikation setzen sich oftmals nicht einfach durch massenmediale Verbreitung durch, sondern erst in Gesprächen im Freundeskreis, in der Familie, am Stammtisch usw. Eine weitere Form der Präsenzöffentlichkeit sind öffentliche Veranstaltungen, die wesentlich voraussetzungsreicher als Interaktionen sind: Thema, Ort und Zeit müssen festgelegt werden, und es gibt Leistungs- und Publikumsrollen (Moderator, Redner, Zuhörer usw.). Erst die Massenmedienkommunikation überwindet die Beschränkungen von Interaktions- und Versammlungsöffentlichkeit und liefert so gesellschaftsweite Kommunikation.

Von dieser allgemeinen begrifflichen Grundlage aus können nun normativ oder nicht-normativ angesetzte Theorien der Öffentlichkeit entwickelt werden, die an unterschiedlichen Bezugsproblemen orientiert sind: Probleme der Rationalität sowie der Legitimation und Steuerung gesellschaftlicher Prozesse kommen vorzugsweise unter normativen Vorzeichen in den Blick und somit ein vergleichsweise anspruchsvoller Begriff der Öffentlichkeit. Probleme der gesellschaftlichen Differenzierung und Komplexität sowie der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung kommen in nicht-normativen Betrachtungen in den Blick und somit ein weniger anspruchsvoller Begriff der Öffentlichkeit.

2. Normative Ansprüche und Krisen der öffentlichen Kommunikation

Wie eingangs erwähnt nahm im deutschsprachigen Raum lange Zeit der „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ von Habermas (Habermas 1990) eine hervorra-

gende Stellung in der Soziologie der Öffentlichkeit ein. In dieser Theorie wird der Umstand, dass öffentliche Kommunikation vor allem in Form von Massenkommunikation verläuft, unter normativen Vorgaben kritisch analysiert. Dabei werden die Entstehung und die Bedeutung bürgerlicher Öffentlichkeit während der letzten Jahrhunderte nachgezeichnet, die in Prozessen diskursiver Auseinandersetzung zur freien politischen Meinungsbildung beiträgt. Dieser Beitrag wird brüchig, insofern die sich mehr und mehr durchsetzenden Massenmedien das Publikum in die Privatheit passiv rezipierender Subjekte zurückdrängen. Als normativer Bezugspunkt dieser Analysen fungiert das Ideal aufgeklärter Öffentlichkeit emanzipierter Bürger. Der vor allem als Zersetzungsprozess bürgerlicher Öffentlichkeit analysierte Strukturwandel steht im Zusammenhang einer Verbindung von Gesellschafts-, Medien- und Kulturkritik, wie sie in der Theorie der Kulturindustrie von Horkheimer und Adorno (Horkheimer/Adorno 1947/1985) entfaltet wurde. Sie sieht in der Form massenhafter Herstellung und massenmedialer Verbreitung von Kultur jene Logik, die Kultur zur Massenware degradiert, produziert und reproduziert durch die herrschende Kulturindustrie. Kultur muss nun primär den Kriterien der Vermittelbarkeit durch die Medien und der Konsumierbarkeit durch das Publikum genügen. In dieser Tradition der Analyse eines allgemeinen Kulturzerfalls beschreibt Habermas den Wandel vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum. Das kulturräsonierende Publikum eignet sich Kultur aktiv an, es trifft sich in Debattierkreisen und Lesezirkeln und bildet eine kritische Öffentlichkeit. Durch die marktformige Organisation und massenmediale Zurichtung und Verbreitung von Kultur zerfällt diese Form der kritischen Öffentlichkeit in einzelne, passiv konsumierende Rezipienten. „Mit der privaten Form der Aneignung entfällt auch die öffentliche Kommunikation über das Angeeignete.“ (Habermas 1990, S. 252) Die sich durchsetzende Logik der Massenkommunikation bedingt eine starke Beschneidung der Reaktionsmöglichkeiten des Publikums, der „[...] Chance nämlich, sprechen und widersprechen zu können“ (ebd., S. 261). Diese Erosion bürgerlicher Öffentlichkeit und politischer Vernunft im Zeitalter der Massenmedien scheint unaufhörlich voranzuschreiten, wenn Politik als Prozess diskursiver Willensbildung unter dem Druck massenmedial wirksamer Inszenierungen der „Symbolpolitik“ allmählich zu verschwinden droht.

Nun können, wie Habermas selbst einräumt (ebd., S. 30), die ausdifferenzierten Verhältnisse von Medien und politischer Kultur und die damit zusammenhängenden Differenzierungen des Medienpublikums nur schwerlich in der einfachen Entwicklungslinie vom politisch aktiven, kulturräsonierenden zum privatistischen, kulturkonsumierenden Publikum eingefangen werden. Wir müssen uns, wenn wir aus heutiger Sicht den (neuen) Strukturwandel der Öffentlichkeit in den Blick nehmen, auf zunehmend komplexe und ausdifferenzierte Verhältnisse gefasst machen. Auf dieser Linie liegen Imhofs (Imhof 2011) Analysen des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit und einer damit verbunde-

nen Krise der Öffentlichkeit (zum Folgenden vgl. auch Sutter 2014). Symptome dieses Strukturwandels und dieser Krise zeigen sich in vielfältigen Formen massenmedialer Inszenierungen, die andere gesellschaftliche Bereiche und insbesondere politische Kommunikationen zunehmend prägen (Imhof 2011, S. 124 ff.). Den Hintergrund dieser Entwicklungen bildet die Rückverwiesenheit der Moderne auf sich selbst in Fragen der Welt- und Selbstausslegung, die auf keine äußerlichen Anhaltspunkte für Sinn, Geist und Moral mehr zurückgreifen kann. Damit sind die Fundamente der Weltdeutung und Selbstausslegung unsicher, es entsteht ein erhöhter Bedarf an orientierenden Sinnbezügen. „Diese fundamentale Sinnbedürftigkeit der Moderne ist die Voraussetzung einer Theorie sozialen Wandels und der Öffentlichkeit“ (ebd., S. 15). Bei der Bearbeitung und Lösung dieses Problems der Sinnbedürftigkeit in einer auf sich selbst verwiesenen Moderne kommt den Möglichkeiten und Leistungen der Öffentlichkeit eine zentrale Bedeutung zu. In diesem Zusammenhang werden die normativen Grundlagen der modernen Gesellschaft durch eine immer mächtigere Eigenlogik der Massenmedien herausgefordert, was sich vor allem im Verhältnis von Ökonomie, Politik und Medien zeigt. Die normativen Grundlagen der modernen Gesellschaft werden durch Maßgaben der Deliberation, Partizipation, Legitimation und Sozialintegration gelegt. In der demokratischen Gesellschaft kommt der Öffentlichkeit somit eine Deliberations-, Legitimations- und Integrationsfunktion zu (ebd., S. 100 f.). Die Krise der Öffentlichkeit wird sichtbar, wenn die normativen Grundlagen der modernen Gesellschaft und die zentralen Leistungen der Öffentlichkeit in den Sog massenmedialer Inszenierungen geraten. Die zunehmende Dominanz von Nachrichtenwerten und Unterhaltungsformaten fördert Tendenzen der Emotionalisierung, Personalisierung und Skandalisierung. Die fortschreitende gesellschaftliche Ausdifferenzierung treibt die Selbstbezüglichkeit der Massenmedien voran und verändert über die gewandelten Formate der Inszenierungslogik den Modus öffentlicher Kommunikation. Ähnliche Diagnosen sind andernorts, freilich in begrenzterem Rahmen, bereits formuliert worden: So hat Ulrich Oevermann (1983) eindrückliche Analysen der Selbstinszenierungslogik des Fernsehens vorgelegt, die durch Merkmale wie Personalisierung, Moralisierung, Pseudo-Vergemeinschaftung oder Pseudo-Authentizität gekennzeichnet ist. Diese Merkmale zeigen ebenfalls eine gesteigerte Selbstbezüglichkeit des Massenmediums, das weniger sachliche Informationen und Meinungen für das Publikum bietet und stattdessen mehr sich selbst in den Vordergrund rückt.

Im Zuge der Ausdifferenzierung von Ökonomie, Politik und Mediensystem ändert sich der Modus öffentlicher Kommunikation: Statt argumentativ bestreitbarer Fragen des sachlich Wahren und normativ Richtigen treten nun Aspekte subjektiv versicherter und Personen zugewiesener Glaubwürdigkeit in den Vordergrund. „Der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit“, so bilanziert Imhof (2011, S. 250), „führt so zu einem Wandel der öffentlichen Kommuni-

kation, in dem der moderne, kognitivistisch-normative Bias durch einen spätmodernen moralisch-emotionalen Bias abgelöst wird. Diese Neu-Formatierung der öffentlichen Kommunikation färbt uns die Welt anders ein.“ Diese Phänomene und den damit verbundenen Wandel kann man als eine Tendenz hin zu subjektivistischen Deutungskategorien beschreiben und analysieren: Wenn sich mit der Inszenierungslogik der Massenmedien zugleich die Tendenz durchsetzt, alles auf andere Personen und die eigene Person zu beziehen, werden Authentizität und Wahrhaftigkeit zu zentralen Grundlagen der Selbst- und Weltausslegung. Diese Grundlagen bieten selbsttragende Möglichkeiten der Deckung unterschiedlicher Sinnbedarfe, weil sie im Modus nicht bestreitbarer Bekenntnisse und Überzeugungen operieren. Auf die Authentizität der eigenen Subjektivität gestützte Deutungen und Ansprüche können Unsicherheiten, wenn schon nicht beseitigen, so doch zumindest abfedern. Authentizität wird zu einer zentralen Frage der modernen Kultur (vgl. Trilling 1983), und sie entfaltet vor allem im Gewand eines moralischen Subjektivismus eine beträchtliche Attraktivität: Momente selbsttragender Authentizität und Wahrhaftigkeit tauchen denn auch in massenmedial gestützten Kampagnen auf, die weniger auf normative Maßgaben und mehr auf subjektive Erlebnisqualitäten abheben: „Die Schwierigkeit, Wahrhaftigkeit jenseits unserer personalen Netzwerke bewerten zu können, kann auf der Ebene medienvermittelter Massenkommunikation durch eine affektuelle Zuschreibung von Authentizität gelöst werden.“ (Baringhorst 1998, S. 83) Statt mit moralisch aufgeladenen, alarmierenden Kommunikationsstrategien zu arbeiten, nehmen Solidaritätskampagnen mit ironischen und humorvollen Wendungen die neue Erlebniskultur der Adressaten ins Visier (vgl. Baringhorst 1999). Wir haben hier unterschiedliche Varianten eines moralischen Subjektivismus vor Augen, den auch ein Blick auf die in den 1980er Jahren etablierten Neuen sozialen Bewegungen zeigt, die alternative Formen unseres Naturverhältnisses und der Naturaneignung einfordern (vgl. Eder 1988). Dabei werden neue normative Maßgaben gesetzt, die auf eine Politik in der ersten Person abzielen, in der die eigenen Lebensverhältnisse und die persönlichen Standpunkte der Beteiligten die Hauptrolle spielen. Als Prüfformel gilt nicht mehr, ob etwas richtig und berechtigt, sondern ob etwas ernst gemeint ist und glaubwürdig vertreten wird. Dies sind nur einige Schlaglichter auf „[...] eine Welt, in der die vergangene, vereinseitigte Rationalität des Kognitiv-Normativen durch die neue vereinseitigende Rationalität des Moralisch-Emotionalen substituiert wird.“ (Imhof 2011, S. 250) Die Dominanz eigener authentischer Subjektivität und eines moralischen Subjektivismus bietet neue Möglichkeiten kultureller und politischer Auseinandersetzungen in der heutigen Zeit.

Schon hier, und den weiteren Erörterungen vorgehend, können wir festhalten, dass unter ganz unterschiedlichen gesellschaftstheoretischen Perspektiven ein sich ausbreitender (moralischer) Subjektivismus als Folge der (funktionalen) Ausdifferenzierung der modernen Gesellschaft diagnostiziert werden

kann, in der die Grundlagen der Deutung gesellschaftlicher Verhältnisse, der subjektiven Selbstausslegung und einer sinnhaften Lebensführung prekär werden. Die zentrale Frage ist nun allerdings, wie diese Befunde zu verstehen sind. Die Analysen Imhofs liegen auf der Linie einer kritischen Gesellschaftstheorie mit einem normativen Verfahren, das im Hinblick auf normative Grundlagen der modernen Gesellschaft die Pathologien einer durch massenmediale Inszenierungs- und Präsentationsstrategien geprägten Öffentlichkeit diagnostiziert. Dabei erscheint der Hinweis, die der Gesellschaft schon inhärenten Normen seien sowohl theoretisch als auch empirisch zu berücksichtigen (ebd., S. 86f.), angesichts der umfassenden Auseinandersetzungen um normativ oder aber nicht-normativ angelegte Gesellschaftsanalysen in der Soziologie als recht knappe Setzung. Soziologisch müssen Probleme normativer Vorgehensweisen mit den Folgen gesellschaftlicher Ausdifferenzierung verbunden werden. Denn das Vorhaben, die Krisensymptome der Öffentlichkeit durch Vergleiche mit normativ begründeten Funktionen und Leistungen der Öffentlichkeit hervortreten zu lassen, findet methodologisch an der funktionalen Ausdifferenzierung der modernen Gesellschaft keinen Anhalt mehr. Auch wenn man auf der Linie von Imhof gegen funktionalistische Gesellschaftsanalysen verstärkt auf Formen der segmentären und stratifikatorischen Differenzierung in unserer Gesellschaft achtet, muss man doch auch die Folgen der funktionalen Ausdifferenzierung der Gesellschaft berücksichtigen. Immerhin bildet die funktionale Differenzierung die dominante Form der gesellschaftlichen Differenzierung (vgl. Schimank 1996). Unter Bedingungen der funktionalen Ausdifferenzierung kommen normativ begründete, als überlegen ausgezeichnete Positionen unter Druck. So ist es keineswegs ausgemacht, ob Partizipation, Deliberation und gesellschaftliche Integration als Problemlösungen einer Öffentlichkeit gelten können, die in der Lage ist, Legitimationsbedarfe abzudecken. Im Gegenteil können diese Prozesse zu neuen Problemen führen, können etwa durch Öffentlichkeitsbeteiligung neue Konflikte entstehen, was unter normativen Vorzeichen dann als Pathologie markiert werden muss (vgl. Bora 2005). Wir wollen die Problematik einer normativ oder nicht-normativ angesetzten Soziologie der Öffentlichkeit nachfolgend nicht auf der Höhe theoretischer und methodologischer Abstraktionen erörtern, sondern eine alternative Betrachtungsweise an der Symptomatik krisenhafter Öffentlichkeit ansetzen und mit der soziologischen Systemtheorie ein alternatives Bezugsproblem moderner Öffentlichkeit in den Blick nehmen.

3. Öffentlichkeit und gesellschaftliche Selbstbeobachtung: Folgen funktionaler Differenzierung

In der Befundlage besteht Einigkeit: Den Wechsel von einem kognitiv-normativen zu einem moralisch-emotionalen Begründungsmodus hat auch Niklas Luhmann (vgl. Luhmann 1986) im Rahmen systemtheoretischer Gesellschaftsanalysen aufgezeigt, und zwar an Erscheinungsformen der Angstkommunikation in Prozessen der ökologischen Kommunikation. Auch hier wird deutlich, dass die Unterscheidung von Norm und Normabweichung immer weniger zur Sinnggebung beiträgt. Einen Ersatz hierfür bietet die Angstkommunikation. Und auch hier wird hervorgehoben, dass ein moralisch-emotionaler Begründungsmodus wie die Angst diskursiv nicht bestritten werden kann: Angstkommunikation ist authentische Kommunikation, das macht Angst zum selbsttragenden Prinzip, und sie lässt sich von den Funktionssystemen nicht weg regulieren. Auch wenn komplexe Sachlagen unsicher und unüberschaubar sind, bietet Angst eine Gewissheit, die auch dann trägt, wenn sich die Angst als empirisch unbegründet herausstellt. Aus heutiger Sicht ist diese Tendenz eines sich ausbreitenden Subjektivismus erkennbar auf dem Vormarsch: Viele aktuelle Debatten in der Öffentlichkeit, vor allem im Bereich der Flüchtlingspolitik, sind durch diese Begründungslogik geprägt. Mehr und mehr ist nicht mehr von der Meinung der Wähler die Rede, sondern von deren Emotionen wie Wut oder Angst, auf die man Rücksicht zu nehmen habe. Diese Rücksichtnahme scheint jedoch kein geeignetes Mittel der Angstminderung zu sein. Auch hier bestätigt sich, dass dieser Begründungsmodus sich selbst trägt und von keinem Funktionssystem, auch nicht der Politik, abgefangen werden kann. Angst müsste man also vor allem vor der Angst der anderen haben.

Wenn kognitive und normative zunehmend von personalisierten und subjektivistischen Deutungskategorien verdrängt werden, so kann man das als Folge der voranschreitenden funktionalen Ausdifferenzierung der modernen Gesellschaft begreifen, deren funktionale Teilsysteme sich von Moral abgelöst haben und moralfrei operieren (Luhmann 1989, S. 434). Man darf sich nicht davon täuschen lassen, dass moralische Kommunikationen und Moralisierung in allen gesellschaftlichen Bereichen Verwendung finden können. Im Zuge der funktionalen Differenzierung hat sich nicht die Moral, sondern das Recht als Teilsystem normativer Regulationen gebildet. Dieser Prozess der Abkoppelung gesellschaftlicher Teilsysteme von Moral befördert ein relativistisches und subjektivistisches Moralverständnis (vgl. Sutter 2003). Aus dieser Sicht sind die Inszenierungslogik der Massenmedien und der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit Momente eines allgemeinen gesellschaftlichen Differenzierungsprozesses, und sie sind insofern auch nicht vorschnell als Pathologien oder Krise einer gewandelten Öffentlichkeit zu begreifen. Vielmehr ändert sich das Be-

zugsproblem einer Soziologie der Öffentlichkeit: Es handelt sich um Probleme der gesellschaftlichen Selbst- und Fremdbeobachtung als Folge funktionaler Ausdifferenzierung. Unsere heutige Gesellschaft ist primär funktional ausdifferenziert, und zwar in gleichrangige Funktionssysteme wie Recht, Wirtschaft, Politik, Sport, Religion, Wissenschaft usw., die sich durch unterschiedlich codierte Kommunikationen von ihrer gesellschaftlichen Umwelt abgrenzen (vgl. Luhmann 1986). Codes, an denen sich die systeminternen Kommunikationen ausrichten, sind z.B. die Unterscheidung von recht/unrecht im Rechtssystem oder wahr/unwahr im System der Wissenschaft. Die funktionalen Teilsysteme erbringen spezifische Leistungen für die Gesellschaft: Die Politik etwa sorgt für kollektiv bindende Entscheidungen. Zugleich beobachten und verarbeiten die Funktionssysteme gesellschaftliche Prozesse und Ereignisse nach eigenen Maßgaben und im Rahmen der eigenen Systemgrenzen, die nicht überschritten werden können.

Hierzu können zwei Konsequenzen hervorgehoben werden: Die Gesellschaft kann erstens nicht als Einheit von außen beobachtet werden, präziser: in kommunikativer Form beobachtet werden. Denn jede Form kommunikativ vollzogener Beobachtung setzt eine Perspektive innerhalb der Gesellschaft voraus. Unter dieser Bedingung wird der Horizont der Außengrenzen der Gesellschaft nach innen verlegt, als eine gesellschaftsinterne Umwelt sozialer Systeme. Die Beobachtungen sozialer Systeme aller Art können zweitens Systemgrenzen nicht überschreiten, und auch diese Unüberschreitbarkeit wird nach innen in das System verlegt: Systeme fertigen intern ein Bild davon, was es heißt, von außen beobachtet zu werden. Hierbei kommt den Medien eine zentrale Rolle zu, sie etablieren einen allgemein zugänglichen Raum öffentlicher Kommunikation, der eine „gesellschaftsinterne Umwelt der gesellschaftlichen Teilsysteme, also aller Interaktionen und Organisationen, aber auch der gesellschaftlichen Funktionssysteme“ (Luhmann 1996, S. 184) bildet. Öffentlichkeit wird zu einem Medium, das Probleme systemintern vollzogener Selbst- und Fremdbeobachtung bearbeitbar macht: „Nach wie vor gilt, daß Systemgrenzen operativ nicht überschritten werden können. Aber ebenso gilt auch, daß jedes beobachtende System dies reflektieren kann. Es sieht auf der Innenseite seiner Grenze, daß es eine Außenseite geben muß, sonst wäre die Grenze keine Grenze. [...] Wenn das System [...] reflektiert, daß es von außen beobachtet wird, ohne daß schon feststände, wie und durch wen, begreift es sich selbst als beobachtbar im Medium der Öffentlichkeit“ (ebd., S. 185). Luhmann sieht in diesem Kontext die Funktion der Massenmedien nicht, wie das üblicherweise formuliert wird, in der Produktion, sondern in der Repräsentation von Öffentlichkeit. Öffentlichkeit als gesellschaftsinterne Umwelt sozialer Systeme macht die unbeobachtbaren Außengrenzen fassbar – nicht als Beobachtung von außen, sondern als intern angefertigte Beobachtung der eigenen Außengrenzen. Dies alles gilt auch für das System der Massenmedien. „Gerade weil ‚Öffentlichkeit‘ für alle Systeme,

die Massenmedien selbst eingeschlossen, immer die andere, unzugängliche Seite ihrer Grenzen beschreibt und nicht in Richtung auf bestimmte Partnersysteme spezifiziert werden kann, ist es notwendig, sie zu repräsentieren in der Form von Realitätskonstruktionen, an denen alle Teilsysteme, ja alle Menschen teilhaben können, ohne daß daraus eine Verpflichtung erwüchse, in bestimmter Weise damit umzugehen“ (ebd., S. 188). In dieser Weise werden – mit Blick auf die oben erörterte normative Theorie der Öffentlichkeit – die Bezugsprobleme gewechselt, von Fragen der Rationalität und der normativen Grundlagen der modernen Gesellschaft zu Fragen der gesellschaftlichen Selbst- und Fremdbeobachtung unter Bedingungen funktionaler Ausdifferenzierung.

Der Zusammenhang der Logik massenmedialer Inszenierungen und der Öffentlichkeit in der modernen Gesellschaft wird in der systemtheoretischen Gesellschaftsanalyse im Bereich der öffentlichen Meinung verortet: Ein gesellschaftsanalytisch angelegter Begriff der öffentlichen Meinung zielt nicht auf die Meinung einer Vielzahl von Individuen, sondern auf das Sozialsystem Gesellschaft ab (vgl. Luhmann 1990, S. 172 ff.). Die Orientierung der gesellschaftlichen Funktionssysteme an einer gesellschaftsinternen Umwelt stellt im Hinblick auf Personen mit ihren individuellen Meinungen ein besonderes Problem dar, weil die individuellen Meinungen nicht zu einer öffentlichen Meinung verknüpft werden können: Dagegen spricht die Vielzahl und Intransparenz der individuellen Meinungen, deren Aggregation nicht durchführbar ist. Stattdessen wird öffentliche Meinung als ein Medium etabliert, das nicht eine Vielzahl oder sogar Mehrheit von übereinstimmenden Meinungen wiedergibt, sondern allgemeine Aufmerksamkeit mobilisiert. Die Massenmedien sind die Formgeber des Mediums der öffentlichen Meinung, die nach bestimmten Erfolgskriterien arbeiten und so die Aufmerksamkeit des Publikums binden. Öffentliche Meinung stellt dabei ein Kommunikationsnetz ohne Anschlusszwang dar: „Ob man liest, fernsieht, Radio hört oder nicht und was man auswählt, bleibt dem Einzelnen freigestellt, ohne daß dies die Vorstellungen über öffentliche Meinung beeinträchtigt“ (ebd., S. 173). Wer im Medium der öffentlichen Meinung Erfolg haben will, für den wird die Erzeugung von Aufmerksamkeit zum Problem. Es handelt sich nicht um ein psychologisches, sondern um ein soziales Problem der Verbreitung und Bündelung von Kommunikation und der Etablierung und Durchsetzung von Unterstellungen bezüglich allgemein verbreiteter Meinungsbilder. Die oben mit Imhof erörterten Nachrichtenwerte und Unterstellungsformate dienen der Bildung, Darstellung und Stabilisierung von öffentlicher Meinung in den Massenmedien. Die öffentliche Meinung liefert Anschlussmöglichkeiten und Orientierungen für weitere Kommunikationen und funktioniert auch ohne oder nur mit losen Bezügen zu tatsächlich existierenden individuellen Meinungen. Sie muss nur für relevant und allgemein verbreitet gehalten werden, ihre Leistungen vermag sie auch als Fiktion bzw. als Unterstellung zu erbringen.

Die zentrale Frage ist dann nicht, wie im neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit die normativen Grundlagen der modernen Gesellschaft unter Druck geraten, sondern wie unter Bedingungen fortschreitender Differenzierung auch des Mediensystems Öffentlichkeit und öffentliche Meinung ihre selektiven, komplexitätsreduzierenden und Themen bündelnden, letztlich die Möglichkeiten der Selbst- und Fremdbeobachtung sichernden Leistungen aufrechterhalten können. Und diese Frage führt angesichts der beträchtlichen Umwälzungen durch internetgestützte Kommunikationsformen in zahlreiche offene Probleme.

4. Internet und Öffentlichkeit

Öffentlichkeit wird vielfach als massenmedial hergestellte Öffentlichkeit untersucht, wobei sich dann mehr und mehr die Frage aufdrängt, welche Folgen der tiefgreifende Wandel von Massenmedien zu neueren Formen internetgestützter, vernetzter Kommunikationsformen für die soziologische Analyse von Öffentlichkeit hat. Auf der einen Seite wird man kaum plausibel machen können, dass die grundlegenden Strukturen und Funktionen von Öffentlichkeit von dieser Entwicklung unberührt bleiben, auf der anderen Seite erscheinen aber auch Vorstellungen einer tiefgreifenden Medienrevolution unrealistisch, die Formen der Öffentlichkeit umfassend und grundlegend verändert. Teile der älteren Internetforschungen waren durch die letztere Position geprägt, die vor dem Hintergrund kritischer Medienanalysen wie Habermas' „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ steht: In diesen Analysen werden Probleme und Defizite der einseitigen Form der Massenmedien hervorgehoben, die das Publikum in eine passive, nur noch konsumierende Rolle drängen. Sie fungieren als Taktgeber geradezu euphorischer Erwartungen an die neuen Medien, die aufgrund ihrer gewandelten, vernetzten Form weitgehende Partizipationschancen zu eröffnen versprechen (vgl. Sutter 2010, S. 142 ff.). Durch rückkopplungsreiche, vernetzte Formen der neuen Medien soll nun alles besser werden, das zuvor passiv konsumierende Publikum wird befreit und kann sich auf vielfältige Weise aktiv beteiligen. Dabei werden die Befürchtungen ebenso wie die hochgesteckten Erwartungen primär auf den Formwandel älterer und neuerer Medien bezogen: Der ältere Strukturwandel der Öffentlichkeit vollzieht sich im Sog des Systems der Massenmedien, und es sind neue Formen der Medienkommunikation, die Partizipationschancen einer nochmals gewandelten Öffentlichkeit auch für ein breiteres Publikum in Aussicht stellen. Allerdings garantieren die Massenmedien mit ihren spezifischen Leistungen eine allgemein zugängliche Öffentlichkeit auch unter weit ausdifferenzierten gesellschaftlichen Verhältnissen, so dass sich die Frage stellt: „Können interaktive Medien Öffentlichkeit herstellen?“ (Niedermaier 2008) Und es zeichnet sich ab, dass es nicht um neue vernetzte („interaktive“) Formen der Öffentlichkeit geht, die die massenmedialen Formen erset-

zen, sondern dass sich mit dem Mediensystem auch die Formen von (Teil-)Öffentlichkeit differenzieren (vgl. Albrecht/Hartig-Perschke/Lübcke 2008).

In den bisherigen Untersuchungen einer internetgestützten Öffentlichkeit zeichnen sich einstweilen weitaus mehr Fragen als Antworten ab (vgl. Neuberger 2009). Gerade deshalb sollte man das Kind nicht mit dem Bad ausschütten, etwa indem man die geschilderten kritischen Analysen der massenmedialen Inszenierungs- und Präsentationsstrategien im Zusammenhang des aktuellen Medienwandels revidiert. Gleichwohl dürfen neue Möglichkeiten internetgestützter (politischer) Öffentlichkeit diesen Analysen auch nicht subsumiert werden. Dass das Internet die Regeln der Politik und der medialen Politikvermittlung nicht grundlegend verändert, kann man dem Scheitern der „Piraten“ und den damit zusammenhängenden Fehleinschätzungen entnehmen: Auch Politik kann nur eingeschränkt auf neue Medien eingestellt werden, sie kann nicht in einem fundamentalen Umwälzungsprozess ganz auf Partizipation und Transparenz abgestellt werden. Wie bisher schon muss sie Meinungen bündeln, Selektionen vornehmen und Entscheidungen treffen.

Wenn man nach gewandelten Formen der Öffentlichkeit unter Internetbedingungen fragt, geht es um die Möglichkeiten und Leistungen, die durch internetgestützte Kommunikationen zu den massenmedialen Leistungen hinzutreten. Hier sind m.E. vor allem vier Punkte hervorzuheben: 1. Die moderne Gesellschaft ist auf die massenmediale Verbreitung von Kommunikation angewiesen. Von daher ist es kurzfristig, von Defiziten der „schlechten“ Massenmedien auf Verbesserungen der „guten“ vernetzten Medien zu schließen. Vielmehr muss man die nach wie vor unverzichtbaren Leistungen der Massenmedien gerade für eine hoch komplexe Gesellschaft im Auge behalten. 2. Die vielfach hochgelobten „interaktiven“ Formen neuer Medien können diese Leistungen gerade nicht erbringen. Indem sie Möglichkeiten der individuellen Zusammenstellung und Veränderung von Medienangeboten ermöglichen, verhindern sie die Verbreitung generalisierter, für alle gleicher Medientexte bzw. eine für alle zugleich verfügbare gemeinsame Wirklichkeit (vgl. Wehner 1997). 3. Damit sind revolutionären Entwicklungen enge Grenzen gesetzt: Eine wie auch immer gartete Ersetzung älterer Massenmedien durch neue Medien wäre nämlich nur möglich, wenn die neuen Medien die Leistungen der älteren Massenmedien, also insbesondere der massenmedialen Verbreitung von Kommunikation übernehmen. Tatsächlich etablieren sich vielfache massenmediale Formen mit entsprechenden Leistungen im Internet. Schlagworte wie Web 2.0 oder „Mitmach-Netz“ (Gscheidle/Fisch 2007) können nicht darüber hinwegtäuschen, dass diesen Potenzialen eher massenmediale Nutzungsweisen, also Konsum massenattraktiver Inhalte (etwa per YouTube) gegenüberstehen (vgl. Sutter 2010, S. 149 f.). 4. Insgesamt ist mithin keine Ersetzung älterer medialer Formen und Leistungen durch neuere, sondern eine Differenzierung, das heißt eine Ergänzung älterer Massenmedien durch neue Medien zu erwarten. Um nicht der Faszination des

Neuen zu erliegen, erscheint es gerade bei der Untersuchung von Prozessen der Mediendifferenzierung und eines neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit notwendig, Massenkommunikationsforschung und Internetforschung zu verbinden. Es gilt, Erfordernisse wie Aufmerksamkeitsfokussierung und Komplexitätsreduktion in Rechnung zu stellen (vgl. Imhof 2014, S. 315 ff.). In diesem Rahmen müssen die neuen Formen und Zusammenhänge zwischen Internet und partizipativer Öffentlichkeit verständlich gemacht werden. Die Eigenheiten neuer Entwicklungen, etwa gefasst in einer „Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit“ (Neuberger 2014), werden sichtbar vor dem Hintergrund der massenmedial hergestellten Öffentlichkeit.

5. Medienpädagogischer Ausblick – am Beispiel der Mediensozialisation

Wie schon mehrfach angeklungen sind die wissenschaftlichen Erörterungen des Medienwandels und des neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit meist auf Formen politischer Öffentlichkeit und Prozesse politischer Kommunikation ausgerichtet. In der Soziologie erscheint diese Engführung im Hinblick auf die vielfältigen gesellschaftlichen Bereiche unbefriedigend, die eng auf Öffentlichkeit bezogen sind. In der Pädagogik ist diese Engführung ebenfalls nur bedingt anschlussfähig, insofern die Bedeutung öffentlicher Kommunikation für Sozialisation und Bildung von Individuen eine breiter angelegte Perspektive erfordert. Aus diesem Untersuchungsfeld möchte ich abschließend – und nur mit einigen wenigen Strichen – den Bereich der Mediensozialisation kurz beleuchten. Auf der Seite der Öffentlichkeit schaffen internetgestützte Kommunikationsformen dem Publikum jene Aktions- und Reaktionsmöglichkeiten, die wir eingangs mit Habermas durch die Massenmedien stark beschnitten sahen: Sprechen, Antworten, Widersprechen. Christoph Neuberger (ebd.) spricht davon, das Internet befördere kommunikative Formen von Konflikten und Kooperationen (während die Massenmedien die Beobachtung von Konkurrenzbeziehungen erleichtern). Allenthalben werden Tendenzen der Fragmentierung von Öffentlichkeit gesehen, es bilden sich Nischen von Teilöffentlichkeiten bzw. von „persönlichen Öffentlichkeiten“ (Schmidt 2009): Persönliche Öffentlichkeiten sind Resultate persönlicher, sich selbst darstellender und inszenierender Äußerungen von Nutzern im Internet, die sich an ein begrenztes Publikum richten. Diese neuen Formen vernetzter Kommunikation bieten neue Möglichkeiten, aber auch neue Risiken der Selbstpräsentation und des persönlichen Austauschs. Sie ergeben sich vor allem aus vier Merkmalen, die weder den bisher bekannten Formen der massenmedial hergestellten Öffentlichkeit noch der Präsenzöffentlichkeit zugrunde liegen: Persistenz (dauerhafte Speicherung), Duplizierbarkeit (Kopieren und Übertragen von Informationen), Skalierbarkeit

(Möglichkeit weiterer Verbreitung) sowie Durchsuchbarkeit (vgl. ebd.). Natürlich denkt man an die Risiken dieser persönlichen Öffentlichkeiten, die mittlerweile eine ganze Generation von Internetnutzern doch recht blauäugig in Kauf genommen hat, und die sich bei einigen Nutzern auch realisiert haben, etwa wenn gewagte Selbstdarstellungen im Netz den Weg auf den Schreibtisch eines Personalchefs gefunden haben. Die Grenzen zwischen Privatheit und Öffentlichkeit verschwimmen zunehmend, wenn die „persönlichen Öffentlichkeiten“ eine neue Form der Veröffentlichung von Privatem darstellen, eine Mischung aus Publikation und persönlichem Austausch.

Wenn es darum geht, wie solche Risiken und Gefahren neuer Formen öffentlicher Kommunikation erkannt und bewältigt werden können, ist meist von Medienkompetenz die Rede. Indessen hilft es hier nur bedingt weiter, die Bedeutung bestimmter Fähigkeiten zu diskutieren. Vielmehr haben die individuelle Zugänglichkeit und Gestaltbarkeit der neuen vernetzten Kommunikationsräume Auswirkungen auf die Mediensozialisation, also den Erwerb von Medienkompetenzen (vgl. Sutter 2010, S. 188 ff.). Viel mehr als im Umgang mit den älteren Massenmedien sind die Nachwachsenden beim Erkunden und Erlernen der Nutzung neuer Medien auf sich selbst gestellt. Prozesse der Mediendifferenzierung und die Ausbreitung neuer Medien führen zu einer gesteigerten Bedeutung von Selbstsozialisation. Zwar ist der Zusammenhang von Selbstsozialisation, Mediennutzung und Medienkompetenz bereits aus dem Bereich der Massenkommunikationsforschung einschlägig bekannt (vgl. Fromme u. a. 1999; Süss 2004), aber insofern Elternhaus und Schule bei der Begleitung der Kinder und Jugendlichen im Bereich neuer Medien überfordert sind, sehen sich die Nachwachsenden zunehmend auf sich selbst gestellt. Noch grundlegender können Theorien der Selbstsozialisation darauf verweisen, dass in der heutigen modernen Gesellschaft die Anforderungen wachsen, den Aufbau der eigenen Persönlichkeit selbst zu gestalten (vgl. Hurrelmann 2002). Die fortschreitende gesellschaftliche Differenzierung hat Tendenzen der Enttraditionalisierung, Pluralisierung sowie der Individualisierung und einer Vielfalt von Identitäts- und Lebensentwürfen zur Folge, so dass Prozesse der Sozialisation zunehmend in Eigenregie der Individuen verlaufen. Nun erscheinen gerade die neuen Möglichkeiten vieler Internetanwendungen als neue, machtvolle Taktgeber dieser Dynamik: Die neuen Medien kommen diesen Tendenzen entgegen, indem sie die Eingriffs- und Gestaltungsmöglichkeiten für die Nutzer und damit die Autonomie im Umgang mit Medien steigern. Neue Kommunikationsmedien und vernetzte Formen der Öffentlichkeit schaffen immer mehr und neue Beobachtungsmöglichkeiten, nicht zuletzt Möglichkeiten der Beobachtung der Beobachtungen anderer Personen (vgl. Wehner 2001). Identitäts- und Lebensentwürfe können spielerisch ausprobiert werden, das Internet bietet hierzu neue Mittel wie Maskierung, Anonymität, neue (unverbindliche) Kommunikationsmöglichkeiten, weitgespannte Vernetzung, vielfältige neue Kontakte, neue Formen

der Gemeinschaft usw. Allerdings kommen die damit verbundenen erheblichen Risiken der Veröffentlichung von Privatem erst nach und nach ins Bewusstsein der Nutzer.

Im Hinblick auf Theorien und Konzeptionen der Medienkompetenz und der Medienbildung könnte man vielleicht einen bestimmten Akzent in medienpädagogische Debatten einbringen (vgl. Sutter 2014a): Statt mit relativ voraussetzungsreichen und konkret ansetzenden kompetenztheoretischen, bildungspolitischen oder kulturkritischen Konzeptionen beginnt man mit allgemeinen sozialisations- und gesellschaftstheoretischen Überlegungen: Sie drehen sich um die Dynamiken und Strukturen der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung, damit verbunden des beschleunigten Medienwandels und der Prozesse der Selbstsozialisation. Dieser Zusammenhang lässt sich mit der These einer gesteigerten Bedeutung von Prozessen der Selbstsozialisation im Umgang mit neuen, computergestützten Medien konkretisieren. Damit sind steuerungs-, instruktions- und planungsbezogene Konzepte von Medienbildung, die auf Lernzielkataloge und bildungspolitische Strategien ausgerichtet sind, wenig aussichtsreich. Eher wäre an eine Reflexionstheorie der Medienbildung zu denken, die nicht auf materiale, sondern prozessuale Gesichtspunkte ausgerichtet ist (wie etwa die Position der „Strukturalen Medienbildung“ von Marotzki/Jörissen 2010). Eine Veränderung von Selbst- und Weltverhältnissen, eine Steigerung von Reflexivität und der Aufbau von „Orientierungswissen“ (ebd.) sind in Beziehung zu den Strukturen der Medien zu untersuchen. Ein zunehmend ausdifferenziertes System von Massenmedien und Internetanwendungen, die ein zunehmend vielfältiges Feld unterschiedlicher Formen von Öffentlichkeit schaffen, stellen ganz neue Herausforderungen, die im Zuge der Mediensozialisation bewältigt werden müssen. Die Folgen funktionaler Differenzierung bringen auch für die Pädagogik neue Herausforderungen, weil die Unübersichtlichkeit und Komplexität der Untersuchungsbereiche mit schwindenden Möglichkeiten normativer Orientierungen zunehmen.

Literatur

- Albrecht, Steffen/Hartig-Perschke, Rasco/Lübcke, Maren (2008): Wie verändern neue Medien die Öffentlichkeit? Eine Untersuchung am Beispiel von Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005. In: Stegbauer, Christian/Jäckel, Michael (Hrsg.): Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 95–118.
- Baringhorst, Sigrid (1998): Politik als Kampagne. Zur medialen Erzeugung von Solidarität. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Baringhorst, Sigrid (1999): Solidarität ohne Grenzen? Aufrufe zur Toleranz, Mitleid und Protest in massenmedialen Kampagnen. In: Bergmann, Jörg/Luckmann, Thomas (Hrsg.):

- Kommunikative Konstruktion von Moral, Band 2: Von der Moral zu den Moral. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 236–259.
- Bora, Alfons (2005): „Partizipation“ als politische Inklusionsformel. In: Gusy, Christoph/Haupt, Heinz-Gerhard (Hrsg.): Inklusion und Partizipation. Politische Kommunikation im historischen Wandel. Frankfurt/New York: Campus. S. 15–34.
- Eder, Klaus (1988): Die Vergesellschaftung der Natur. Studien zur sozialen Evolution der Vernunft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Fromme, Johannes/Kommer, Sven/Mansel, Jürgen/Treumann, Klaus-Peter (Hrsg.) (1999): Selbstsozialisation, Kinderkultur und Mediennutzung. Opladen: Leske & Budrich.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1991): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hrsg.): Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg (bis). S. 31–89.
- Gscheidle, Christoph/Fisch, Martin (2007): Onliner 2007: Das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter. PC-Ausstattung und Formen aktiver Internetnutzung: Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studie 2007. Media Perspektiven 8, S. 393–405.
- Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Öffentlichkeit (1962). Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (1985): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente (1947). Frankfurt/M.: Fischer.
- Hurrelmann, Klaus (2002): Selbstsozialisation oder Selbstorganisation? Ein sympathisierender, aber kritischer Kommentar. Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, Jg. 22, Heft 2, S. 155–166.
- Imhof, Kurt (2011): Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels. Frankfurt/New York: Campus.
- Imhof, Kurt (2014): Der dünne Firnis der Zivilisation. Krisen in der Öffentlichkeit und die Krise der Öffentlichkeit. Zeitschrift für Theoretische Soziologie, Jg. 3, Heft 2, S. 304–338.
- Krohn, Wolfgang/Weingart, Peter (1986): „Tschernobyl“ – das größte anzunehmende Experiment. In: Kursbuch 85: GAU – Die Havarie der Expertenkultur. Berlin: Kursbuch Verlag. S. 1–25.
- Luhmann, Niklas (1986): Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen? Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (1989): Ethik als Reflexionstheorie der Moral. In: ders.: Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Band 3. Frankfurt/M.: Suhrkamp. S. 358–447.
- Luhmann, Niklas (1990): Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung. In: ders.: Soziologische Aufklärung, Band. 5: Konstruktivistische Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 170–182.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien (1995). 2. erweiterte Auflage, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Marotzki, Winfried/Jörissen, Benjamin (2010): Dimensionen strukturaler Medienbildung. In: Herzig, Bardo/Meister, Dorothee M./Moser, Heinz/Niesyto, Horst (Hrsg.): Jahrbuch Medienpädagogik 8: Medienkompetenz und Web 2.0. Wiesbaden: VS Verlag. S. 19–39.
- Münch, Richard (1995): Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Neuberger, Christoph (2009): Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: ders./Nürnberg, Christian/Rischke, Melanie (Hrsg.): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 19–105.

- Neuberger, Christoph (2014): Konflikt, Konkurrenz und Kooperation. Interaktionsmodi in einer Theorie der dynamischen Netzwerköffentlichkeit. *Medien- und Kommunikationswissenschaft*, Jg. 62, Heft 4, 567–587.
- Niedermaier, Hubertus (2008): Können interaktive Medien Öffentlichkeit herstellen? Zum Potential öffentlicher Kooperation im Internet. In: Stegbauer, Christian/Jäckel, Michael (Hrsg.): *Social Software. Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 49–69.
- Oevermann, Ulrich (1983): Zur Sache. Die Bedeutung von Adornos methodologischem Selbstverständnis für die Begründung einer materialen soziologischen Strukturanalyse. In: Friedeburg, Ludwig von/Habermas, Jürgen (Hrsg.): *Adorno-Konferenz 1983*. Frankfurt/M.: Suhrkamp. S. 234–289.
- Peters, Hans Peter/Hennen, Leo (1990): Orientierung unter Unsicherheit. Bewertung der Informationspolitik und Medienberichterstattung nach „Tschernobyl“. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Jg. 42, Heft 2, S. 300–312.
- Schimank, Uwe (1996): *Theorien gesellschaftlicher Differenzierung*. Opladen: Leske & Budrich.
- Schmidt, Jan (2009): *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Konstanz: UVK.
- Stüss, Daniel (2004): *Mediensozialisation von Heranwachsenden: Dimensionen – Konstanten – Wandel*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sutter, Tilmann (2003): Entmoralisierung und moralischer Subjektivismus. Reaktionen auf normative Verunsicherungen in der modernen Gesellschaft. In: Psarros, Nikos/Stekeler-Weithofer, Pirmin/Vobruba, Georg (Hrsg.): *Die Entwicklung sozialer Wirklichkeit. Auseinandersetzungen mit der historisch-genetischen Theorie der Gesellschaft*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft. S. 179–200.
- Sutter, Tilmann (2010): *Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sutter, Tilmann (2014): Folgen gesellschaftlicher Differenzierung: Normativismus, Subjektivismus, Schlichtung „Stuttgart 21“. *Zeitschrift für Theoretische Soziologie*, Jg. 3, Heft 2, S. 295–303.
- Sutter, Tilmann (2014a): Selbstsozialisation und Medienbildung. In: Marotzki, Winfried/Meder, Norbert (Hrsg.): *Perspektiven der Medienbildung*. Wiesbaden: Springer VS. S. 71–90.
- Trilling, Lionel (1983): *Das Ende der Aufrichtigkeit*. Frankfurt/Berlin/Wien: Ullstein.
- Wehner, Josef (1997): Interaktive Medien – Ende der Massenkommunikation? *Zeitschrift für Soziologie*, Jg. 26, Heft 2, S. 96–114.
- Wehner, Josef (2001): Elektronische Kommunikationsmedien und Zivilgesellschaft. Konturen vernetzter Öffentlichkeit. In: Maier-Rabler, Ursula/Latzer, Michael (Hrsg.): *Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel. Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft*. Konstanz: UVK. S. 95–109.

Digitale Öffentlichkeit zwischen Fragmentierung und Mini-Publics

Caja Thimm

1. Digitale Gesellschaft – Wandelprozesse durch digitale Medien

Wie nur wenige globale Veränderungen hat das Internet individuelle, soziale und politische Kommunikations- und Handlungsformen verändert. Sichtbar wird diese neue Rolle von Medien in vielfältigen Kontexten. Sei es der Einfluss von Facebook oder Twitter im politischen Umbruch der arabischen Staaten im Jahr 2011, in denen das Internet Funktionen der Vernetzung und Echtzeitkommunikation entfaltet hat (Tufekci/Wilson 2012), das Computerspiel, das Strukturen von Unterhaltung revolutioniert oder Wikileaks, das ganze Staaten unter Druck gesetzt hat. Auch Politiker zeigen, wie zentral das Internet und insbesondere die Sozialen Medien für das politische System sind. War Barack Obamas Wahlkampf 2008 der noch von aller Welt bestaunte erste Entwurf einer „digital campaign“, in der vor allem YouTube als privater TV- und Werbekanal für die Politik entdeckt wurde (Thimm 2011), so steht nun die Diffusions- und Distributionskultur von Twitter im Zentrum des Interesses, wie die Auswertung von Twitter-Kommunikation im Europawahlkampf 2014 anschaulich verdeutlicht (Brachotte et al. 2017). Twitter hat es durch den 2016 gewählten US-Präsidenten Donald Trump nun zu neuer Berühmtheit gebracht: Botschaften in 140 Zeichen, ohne Links oder Hashtags, sind das Markenzeichen seiner Kommunikationspolitik – Trump wendet sich so mehrmals täglich mit einfachen, zumeist drastisch zugespitzten und simplifizierten Äußerungen nicht nur an sein Wahlvolk, sondern gleich an die ganze Welt, die sich ihrerseits ratlos an der Interpretation der Tweets versucht.

Aus der Dezentralisierung medialer Strukturen ergibt sich auch eine Distanzverringering zwischen den politischen Akteuren: Die klassische Rollenverteilung von Akteuren in und um das politische System ist nicht länger trennscharf. Politiker und Medien sind nicht mehr die ausschließlichen Produzenten von politischer Information, vielmehr treten jetzt auch Akteure der Zivilgesellschaft, also Bürgerinnen und Bürger, Vereine und weitere soziale Organisationen als Produzenten im politischen Diskurs auf. Die Kategorien der Produktion, Distribution und Rezeption sind also nicht mehr eindeutig auf die Akteure bzw. Institutionen der Medienschaffenden, Medienbetreibenden und Mediennutzer übertragbar.