



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Öffentlichkeit im Digitalen Zeitalter“

verfasst von / submitted by

Paul A. Hafner, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2018 / Vienna 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Priv.-Doz. Mag. Dr. Petra Herczeg

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit ohne unzulässige Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe; die aus anderen Quellen direkt oder indirekt übernommenen Daten und Konzepte sind unter Angabe des Literaturzitats gekennzeichnet.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, April 2017

Paul A. Hafner

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	5
1. 1 Erkenntnisinteresse	7
1. 2 Aufbau der Arbeit	8
2 Das Internet und die Geburt des virtuellen Raums	10
2. 1 Digitalisierung des Alltags	10
2. 2 Die Schwierigkeit der Adaption prädigitaler Öffentlichkeitsmodelle	13
2. 3 Ist das Internet ein Massenmedium?	17
2. 4 Medienkonvergenz. Das Internet als Infrastruktur.	21
3 Öffentlichkeit als Begriff	27
3. 1 "Öffentlichkeit" in der Alltagssprache	27
3. 2 Die Entstehung des Öffentlichkeitsbegriffes	29
3. 3 Die literarische Öffentlichkeit und ihre Politisierung	32
3. 4 Öffentlichkeit als Schlagwort des 19. Jahrhunderts	34
3. 5 Der Begriff "Öffentlichkeit" heute	36
3. 6 Öffentliche Meinung	37
4 Öffentlichkeit als Phänomen und Ideal	43
4. 1 Das zeitlose Ideal der Sphäre des Diskurses	44
4. 2 Entstehung und Verfall der bürgerlichen Öffentlichkeit	47
4. 2. 1 Die Konsolidierung des Lesepublikums	47
4. 2. 2 Exkurs: Das Private, das Öffentliche und die Gesellschaft	49
4. 2. 3 Die kurze Blüte der bürgerlichen Öffentlichkeit	52
4. 3. Vom Raisonement zum Konsum: Die moderne Medienöffentlichkeit	56
4. 3. 1 Medienöffentlichkeit als "Wirklichkeitskonstruktion"	58
4. 3. 2 Öffentlichkeit aus systemtheoretischer Perspektive	60

5 Digitalisierung und (Öffentlichkeits-)Wandel	63
5. 1 Anwendungen der Gegenwartsgesellschaft	64
5. 2 Die (post-)moderne Krise und der Übergang ins Digitale Zeitalter	69
5. 3 Die Pluralisierung der Kommunikationssphären und das Gespenst der Fragmentierung	72
5. 4 Filterblasen und Personalisierung. Digitaler Konstruktivismus?	80
5. 5 Medienskepsis und Postfaktizismus im Digitalen Zeitalter	84
5. 5. 1 Das Phänomen Fake-News	84
5. 5. 2 Das digitale Gatekeeping- und Multiplikatoren-Problem	86
5. 6 (Digitale) Teilöffentlichkeiten	91
6 Chancen und Herausforderungen der Medienöffentlichkeit 2.0.	95
Quellenverzeichnis	102
Abstracts	120

1 Einleitung

1962 proklamierte Jürgen Habermas (1990) in seinem vielbeachteten, gleichnamigen Frühwerk einen "Strukturwandel der Öffentlichkeit". Er beschrieb darin die Entstehung der modernen Öffentlichkeit in der Massengesellschaft, ihre Konsolidierung und schließlich ihren Verfall zur Zeit der Jahrhundertwende (vgl. García Leguizamón 2009, 37). Wenngleich Habermas' dem Zeitgeist der Frankfurter Schule folgende Schrift nicht unwidersprochen blieb, folgten viele Zeitdiagnostiker dem Kulturpessimismus seiner Analyse der bürgerlichen Gesellschaft; etwa der Soziologe Richard Sennett (2008), der Mitte der 1970er-Jahre vom "Verfall und Ende des bürgerlichen Lebens" schrieb. Noch vor Habermas hatte sich Hannah Arendt (1960) als eine der ersten mit der Frage auseinandergesetzt, inwiefern der öffentliche Raum, den sie dem Bereich des Privaten, des *Haushalts*, gegenüberstellt, angesichts des neuzeitlichen *Primats des Ökonomischen* noch als Raum des Politischen begriffen werden kann, der er ursprünglich war.

Die Analysen Arendts, Habermas' und Sennetts unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Perspektive und ihrer Schlussfolgerungen, doch verorten alle drei einen strukturellen Wandel des Öffentlichen im 19. Jahrhundert. Eine zweite auffallende Gemeinsamkeit ist die Behauptung einer erfolgten bzw. im Gange befindlichen Entpolitisierung der Bürger, die übereinstimmend als fatal angesehen wird.

Vielleicht sagt es schon etwas über die Gegenwartsgesellschaft aus, wenn die ursprüngliche enge Verwobenheit der Begriffe *Öffentlichkeit* und *Politik* heute ausdrücklich betont und historisch aufgeschlüsselt werden muss, da diese nicht als aus der Alltagsbeobachtung ableitbar vorausgesetzt werden kann. Das ist besonders bemerkenswert, wenn man sich vor Augen führt, dass seit dem Erscheinen der aufgeführten Analysen die Welt eine andere, in vieler Hinsicht unbestritten fortschrittlichere geworden ist: der Kalte Krieg hat geendet, die Berliner Mauer ist gefallen, die Gleichstellung der Frauen wurde maßgeblich vorangetrieben, die Diskriminierung gegenüber Menschen, die sich von der sie umgebenden Mehrheit hinsichtlich ihrer Herkunft, Hautfarbe oder sexuellen Orientierung unterscheiden, hat sich verringert. Zu einem Siegeszug der liberalen Demokratie und einem damit verbundenen "Ende der Geschichte", wie von Francis Fukuyama (1989; 1992) prognostiziert, ist es dadurch aber nicht gekommen; wenn man Robert Pfaller (2012)

folgt, hält der als vorwiegend negativ bewertete Wandlungsprozess der öffentlichen Sphäre vielmehr weiterhin an. An Richard Sennett (2008) anknüpfend schreibt Pfaller davon, dass sich seit den 1990er-Jahren verstärkt eine postmoderne Kultur des Asketischen durchsetze und sich politische Teilhabe seitens der Bürger auf das Beschweren über vermeintlich Belästigendes reduziere - worauf dann, so Pfaller zynisch, "großzügig" vom Staat mit Verboten reagiert werde. Es scheint, als befände sich die Öffentlichkeit, von der man in der Forschung nur mehr theoretisch vom Singular spricht, in einem stetigen Wandlungsprozess.

Ungeklärt ist die Frage, welche Rolle das *Internet* in diesem Wandlungsprozess spielt und künftig noch spielen könnte. Verbunden mit dem allmählichen Einzug des Internets in die Haushalte der Bürger rund um die Jahrtausendwende wurden viele Hoffnungen und Erwartungen an die verheißungsvolle neue Ära gehegt: etwa die Vorstellung des Internets als *virtuelle Community* (vgl. Rheingold 1993), die strukturell demokratisch ist, neue Freiheiten und absolute Zugänglichkeit von Information, neuartige Interaktionsräume - und damit zumindest implizit auch: eine *andere* Form von Öffentlichkeit - mit sich bringt. Der Siegeszug des Internets hat unsere Welt verändert und einige dieser Verheißungen durchaus in Ansätzen erfüllt, wenngleich nicht ansatzweise vollständig und längst nicht in globaler Hinsicht - und schon gar nicht, ohne dabei neue Probleme zu schaffen¹.

Heute ist Internetkonsum nicht mehr an Computer im engeren Sinn gebunden; Smartphones und Tablets haben ihn maximal mobilisiert und damit den digitalen Raum wortwörtlich mehr als bloß salonfähig gemacht. Statistische Erhebungen zeigen, dass wir uns stundenlang "im Internet" aufhalten², - schon die Alltagssprache verdeutlicht, wie das Internet als *Sphäre* begriffen wird - und zwar unterwegs wie zuhause, im Büro wie im Café, im Zug, oder auch auf der Toilette.

Besonders in seinen Anfangsjahren gerne als *Cyberspace* bezeichnet, stellt das Internet ein völliges Novum in der Menschheitsgeschichte dar. Zuvor gab es keine vergleichbare, medial vermittelte Öffentlichkeit, an der Menschen aktiv partizipieren konnten, wie dies heute in Leserforen, auf *Facebook*, *Twitter* oder in

¹ Tim Berners-Lee, der Erfinder des World Wide Web, bezeichnete den "Kontrollverlust der persönlichen Daten" durch Überwachungspraktiken, die Verbreitung von "Fake News" und Manipulation durch "politische Einflussnahme" 2017 als die drei großen problematischen Entwicklungen des Internets (vgl. Berners-Lee 2017).

² Wenngleich die durchschnittliche "stationäre" Internetnutzungsdauer noch höher ist als die mobile, geht die Tendenz in Richtung einer voranschreitenden Annäherung (vgl. statista 2016).

Online-Communitys im großen Stil der Fall ist. Die (gesellschaftlich relevante) computervermittelte Kommunikation hat sich seit ihren Anfängen in den 1980er-Jahren mit Usenet und Mailinglisten von einem Nischen- zu einem Massenphänomen entwickelt. Gleichzeitig gilt es mit dem Aufkommen von Web 2.0 und Social Media und den damit verbundenen Begleiterscheinungen wie *Fake-News* heute vielen zunehmend "als Vehikel von Populismus, Autoritarismus und Gleichgültigkeit" (Thiel 2016).

In jedem Fall nehmen wir "das Internet" als virtuellen *Raum* wahr, zu dem wir mittels digitaler Medien Zugang haben, und wir kommunizieren dort auf eine Art und Weise, die uns diesen Raum als eine (neu- und andersartige) öffentliche Sphäre wahrnehmen lassen. Ein bedeutender Teil der *Kommunikation* mit unserer Umwelt findet in dieser neuen Sphäre statt, die hinsichtlich ihres Interaktionspotenzials etwas zuvor noch nie Dagewesenes darstellt. Auch Habermas stellte 2006, noch lange vor dem Siegeszug des internetfähigen Handys³, die Frage, ob sich gerade "in unserer Mediengesellschaft erneut ein Strukturwandel der Öffentlichkeit [vollzieht]" (Habermas 2006, 4). Die vorliegende Arbeit ist ein Versuch, diese Frage umfassend zu beantworten.

1. 1 Erkenntnisinteresse

Ausgangspunkt dieser Arbeit ist die Beobachtung, dass sich die Kommunikation zwischen Menschen in den letzten zwei Jahrzehnten stark verändert hat. Um die Jahrtausendwende hat das Internet begonnen, sich als wichtiges Informations- und Kommunikationsmedium zu etablieren. Der Aspekt der digitalen *privaten* Kommunikation (von Mobiltelefonie über SMS bis hin zu Instant-Messaging) soll hier weitgehend ausgeklammert werden; die Erörterung widmet sich der digitalen *öffentlichen* Kommunikation. Im Zentrum der Arbeit steht die Erörterung der Frage, *mit was für einer Form von Öffentlichkeit wir es im Digitalen Zeitalter zu tun haben* und *wie sich diese zur Öffentlichkeit des 20. Jahrhunderts verhält*. Damit einher geht die Auseinandersetzung mit Fragen wie: Was bedeutet es für unser Verständnis von Öffentlichkeit, wenn sich gesellschaftlicher Diskurs ins Internet verlagert? Welche

³ Noch 2008 nutzten in Deutschland erst 13% das Internet am Handy; zwei Drittel der 2.043 Befragten gaben damals an, auch in Zukunft keinen Wert darauf zu legen (vgl. Accenture 2008). 2016 nutzten 82% aller Österreicher das mobile Internet, unter den 16- bis 34-Jährigen betrug der Anteil sogar 97%. (vgl. Statistik Austria 2016)

Konsequenz hat es, wenn massenmediale Berichterstattung öffentlich einsehbar kommentiert wird? Welches politische Potenzial geht von digitalen Kommunikationssphären aus? Ziel der Arbeit ist es, Antworten zu finden und damit wesentliche Aspekte der digitalen Öffentlichkeit - und damit auch der Gesellschaft, in der wir leben - zu erläutern.

1. 2 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in fünf Kapitel.

In Kapitel 2 geht es um die gesellschaftlichen Auswirkungen des Internets. Es wird das Phänomen der *Digitalisierung des Alltags* beschrieben und der Frage nachgegangen, welcher Art der *Medienwandel* ist, den die Verwendung des Internets von großen Teilen der (westlichen) Bevölkerung in Gang gesetzt hat. Es geht einerseits um Fragen wie *Was macht das Internet mit den klassischen Massenmedien?* und *Ist das Internet selbst ein Massenmedium?*, aber auch schon um die Adaptionsproblematik etablierter Öffentlichkeitsmodelle.

In Kapitel 3 folgt eine Erörterung des Begriffs *Öffentlichkeit*. Behandelt werden die Geschichte des Wortes und sein Aufstieg zu einem politischen Schlagwort sowie historische Vorstellungen und Erwartungen, die mit der *Idee* Öffentlichkeit im Laufe der Jahrhunderte verknüpft wurden. Die begriffsgeschichtlichen Ausführungen stützen sich auf Arbeiten von Lucian Hölscher (1978, 1979), Peter Uwe Hohendahl (2000) und Jürgen Schiewe (2004).

In Kapitel 4 wird das *Phänomen* Öffentlichkeit untersucht. Im Zentrum steht eine Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas' (1990) Analyse der bürgerlichen Öffentlichkeit des 19. Jahrhunderts und seinem davon abgeleiteten Idealtyp partizipativer Öffentlichkeit. Im Rahmen eines Exkurses wird Hannah Arendts (1960, 2002) Analyse der auf die Antike zurückgehende, sphärische Trennung von *Polis* und *Oikos* dargestellt, und welche Konsequenzen sie von der Aufgabe dieser Dichotomie ableitete. Nach Abschließend wird die Medienöffentlichkeit des 20. Jahrhunderts beschrieben und Luhmanns (1992, 1996) Öffentlichkeitsmodell mit jenem von Habermas verglichen.

Kapitel 5 dreht sich um die Begriffe Digitalisierung, Öffentlichkeit und Wandel. Mit Robert Pfaller (2002) wird ein Bild von der Gegenwartsgesellschaft gezeichnet und auf politische und gesellschaftliche Krisenzustände Bezug genommen. Im

Anschluss wird untersucht, inwiefern der Übergang ins Digitale Zeitalter eine Chance darstellt, die Krisen der (Post-)Moderne zu überwinden. Im Rahmen einer Auseinandersetzung mit den digitalen Kommunikationssphären des Internets und den spezifischen Herausforderungen und Problematiken, die mit der Nutzung sozialer Medien zu Informations- und Kommunikationszwecken verknüpft sind, wird ein Bild der digitalen Öffentlichkeit gezeichnet.

In Kapitel 6 wird die Öffentlichkeit des Digitalen Zeitalters noch einmal abschließend zusammenfassend charakterisiert und geklärt, wie es um ihr Potenzial zur politischen Einflussnahme steht.

2 Das Internet und die Geburt des virtuellen Raums2. 1

Digitalisierung des Alltags

Im Zuge der sogenannten *Digitalen Revolution* haben sich großen Teilen der Weltbevölkerung neue Möglichkeiten zur Informationsfindung und Kommunikation erschlossen. So grundlegend wird der durch die Digitalisierung und die Verbreitung von Computern ausgelöste Umbruch empfunden, dass etwa der amerikanische Ökonom Jeremy Rifkin von einer "dritten industriellen Revolution" (Rifkin 2011) spricht und Medientechnik-Experte Eckehard Steinbach darin den Ausgangspunkt für den Übergang vom Industrie- ins Informationszeitalter sieht (Steinbach 2004). Auch ein Forscherteam der Hochschule Bochum rückt in einer aktuellen Publikation nicht von dieser Größenordnung ab. Die Autoren räumen dem "Digitalzeitalter" gar ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber Agrar- und Industriezeitalter ein: Allein diesem seien derart gewaltige Veränderungen vorausgegangen, dass man zurecht von einer "Revolution" sprechen könne (Stengel/van Looy/Wallaschkowski 2017, 4ff.).

Wenngleich die technischen Innovationen des 20. Jahrhunderts in ihrer Bedeutung also sicher nicht verkannt werden und ein Bewusstsein um ihre gravierenden und tiefgreifenden Auswirkungen auf die Gesellschaft herrscht, offenbart sich ein verbreiteter Hang zur Subsumtion unterschiedlicher Phänomene, wo es einer stärkeren Differenzierung bedürfte, um die verschiedenen Auswirkungen und Folgeerscheinungen jenes technischen Fortschritts in ihrer differierenden Dynamik zu beleuchten. Der Historiker Oliver Rathkolb spricht angesichts der großen Veränderungen der vergangenen Jahrzehnte etwa von einer "zweiten Globalisierung", deren Anfänge er auf die Mitte der 1980er-Jahre datiert; er sieht einen bis heute andauernden Prozess, den er hinsichtlich seiner Bedeutung implizit mit der "ersten Globalisierung", der im 18. Jahrhundert eingeläuteten Industrialisierung, vergleicht (vgl. derStandard.at 2015; Rathkolb 2012, 20f.). Doch während mit dem Begriff der Globalisierung dem Wandel in sämtlichen gesellschaftlich relevanten Bereichen wie Politik, Wirtschaft, Arbeit, Kultur und Kommunikation Rechnung getragen wird, liegt die Betonung vordergründig auf systemischen Makroaspekten, deren Konsequenzen für das Leben des Einzelnen weniger im Fokus stehen. So konstatierte Ulrich Beck vor zwanzig Jahren - damit die im Titel seines Buches explizit gestellte Frage "Was ist Globalisierung?"

beantwortend - Globalisierung sei ein in Ausbreitung befindlicher "desorganisierter Kapitalismus" (Beck 1997, 32).

Vor über dreißig Jahren aufgekomen, haben sich, wenn man Rathkolbs Verständnis der Zweiten Globalisierung als Oberbegriff folgt, neue Dimensionen jener Globalisierung ergeben, die in ihrer spezifischen Form naturgemäß nicht absehbar waren. Die Art und Weise, wie digitale Medien wie Computer, Handy und Tablet seit der Jahrtausendwende den Alltag - oder genauer die *Lebenswelt* des Menschen im Sinne Alfred Schütz' und Edmund Husserls (Schütz 1993) - massiv verändert haben, wird in der Einordnung als bloße Neben- oder Folgeerscheinung im Rahmen des umfassenden Totalphänomens *Globalisierung* möglicherweise nicht gerecht; immerhin verweist der Begriff, der seit seinem Aufkommen in den 80er-Jahren keine wesentliche Bedeutungsveränderung erfahren hat, vor allem auf die Zunahme internationaler Verflechtungen und die fortschreitende Vernetzung der Weltwirtschaft (vgl. Vimentis Lexikon 2017). Diese zentralen Aspekte der Globalisierung, die auch Beck und Rathkolb hervorstreichen, erfassen nicht die Qualität jener Veränderungen, um die es in der vorliegenden Arbeit geht.

Auch die Rede von der *Digitalisierung* ist problematisch, bezeichnet der Begriff doch ursprünglich und primär die Umwandlung analoger Informationen in digitale Informationen (vgl. Steinbach 2004). Der daraus resultierende Veränderungsprozess auf der Makroebene wird *Digitale Transformation* genannt, hat aber wiederum eine vorwiegend unternehmerische Konnotation (vgl. Wolan 2013). Dazu wird der Beginn des Digitalen Zeitalters symbolisch mit jenem Punkt in der Menschheitsgeschichte assoziiert, als digitale Speicherressourcen jene in Analogform übertrafen - dies soll 2002 der Fall gewesen sein (vgl. Bengsch 2011; Hilbert/Lopéz 2011). Während technologische "Meilensteine" - waren etwa 1993 nur 3% der weltweiten Informationsspeicherkapazität digital, so stieg der Wert bis 2007 auf 94% (ebd.) - diesen gesellschaftlichen Wandel ohne Zweifel unterstreichen, ist es doch bemerkenswert, dass allein verhältnismäßig abstrakte Werte für einen Wandel zu stehen scheinen, der sich dem Normalbürger im Alltag viel stärker offenbart.

Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass es keinen Begriff zu geben scheint, der die seit ungefähr zwei Jahrzehnten im Gange befindliche Durchsetzung des Lebensalltags durch moderne Informationstechnologie wirklich erfassend beschreibt. Mit einem Konstrukt wie *Digitalisierung des Alltags* wird vielleicht eine Annäherung geschaffen, die eine primär unternehmerische oder rein technologische

Perspektive bedeutend relativiert und den Eintritt in das Digitalzeitalter auch in seiner makro- wie mikrosoziologischen Dimension erfasst.

Dass die Digitalisierung des Alltags durch die kommunikative Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnik in Form von Computermedien (PC, Smartphone, Tablet etc.) erhebliche Auswirkungen auf unsere Kommunikationsgewohnheiten hat, ist eine banale Erkenntnis. Vor dem Hintergrund unserer Auseinandersetzung mit der Öffentlichkeit im Digitalen Zeitalter lässt sich daraus allerdings die nicht unwesentliche Frage ableiten, was diese veränderten Kommunikationsgewohnheiten für unser Verständnis von Öffentlichkeit und unsere Wahrnehmung und Partizipationsmöglichkeiten von bzw. in öffentlichen Sphären bedeuten.

Durch die Integration internetfähiger Computermedien in den Alltag wie in den Beruf haben sich innerhalb kurzer Zeit virtuelle Räume eröffnet, die als Plattformen zur Kommunikation fungieren - etwa in Form des (themenspezifischen oder auch unspezifischen, "Smalltalk"-)Chatrooms, der elektronische Kommunikation zwischen mehreren in Echtzeit ermöglicht; in Form des Online-Forums, dessen Name schon auf (zum Vorbild genommene) Parallelen zu seinem physischen Pendant aus der Antike verweist; in Form des Leserforums, das sich vom Online-Forum primär strukturell und dahingehend unterscheidet, dass das Thema, zu dem man sich äußern und diskutieren kann, vom jeweiligen Medium vorgegeben ist. Es gibt diverse Typen von virtuellen Räumen, die auch hinsichtlich ihres öffentlichen Charakters nicht eindeutig zu bewerten sind. Ein Diskussionsforum etwa kann hinsichtlich seiner Lese- und Schreibrechte völlig uneingeschränkt sein, eine Registrierung erfordern oder auch eine Freischaltung durch einen Administrator verlangen. Das konkrete Medium als solches kann dabei verschiedene Grade an Öffentlichkeit vereinen: ein Unterforum könnte zum Beispiel uneingeschränkt jedem (mit Internetzugang) zur Verfügung stehen und wäre somit als öffentlich zu bewerten; ein zweites könnte allein von ausgewählten Usern einsehbar oder passwortgeschützt sein, es wäre also als *privat* einzustufen; ein drittes wiederum könnte öffentlich einsehbar sein, aber Schreibrechte beschränken, und würde demnach eine Hybridform einnehmen.

Die Frage, ob das Internet selbst als öffentliches Medium zu bezeichnen ist, stellt sich nicht, wenn man das Internet als Infrastruktur begreift, die internetbasierte Medien ermöglicht - ähnlich wie sich das Fernsehen zu den Fernsehsendern verhält. Als solche Infrastruktur gebietet das Internet prinzipiell jedem, ob Privatperson oder

Unternehmen, formlos ein potenzielles Medium ins Leben zu rufen, über dessen Zugänglichkeit er/sie bzw. es selbst bestimmt: der Öffentlichkeitsgrad ist via Zugriffsrechte graduell regulierbar.

Die vielfältigen Organisationsmöglichkeiten von Kommunikation im Internet zeigen uns, dass wir unser bisheriges, "analoges" Verständnis von Öffentlichkeit hinterfragen müssen, um es für virtuelle Räume brauchbar machen zu können. Warum das eine Herausforderung darstellt, lässt sich anhand etablierter Öffentlichkeitsmodellen zeigen, die noch vor wenigen Jahrzehnten als aktuell galten.

2.2 Die Schwierigkeit der Adaption prädigitaler Öffentlichkeitsmodelle

Zwei der bekanntesten und meistrezipierten Modelle der kommunikationswissenschaftlichen Öffentlichkeitsforschung sind jene von Jürgen Habermas und Niklas Luhmann. Ersterer hat den Diskurs mit seinem Werk *Strukturwandel der Öffentlichkeit* wesentlich angefacht und dazu beigetragen, dass die Begriffsdiskussion Einzug in die Sozialwissenschaften erlangt hat. Am Beispiel der Entstehung der bürgerlichen Öffentlichkeit hat Habermas (1990) ein basisdemokratisches Idealmodell mit *normativem* Anspruch entworfen, in dem der vernunftbasierte *Diskurs* im Mittelpunkt steht. In Abgrenzung dazu findet sich bei Niklas Luhmann (1996) ein *deskriptives* und abstrakteres Modell, das sich von Habermas' Idealismus abgrenzt und statt des Diskurses die *Publizität* in den Vordergrund rückt. Öffentlichkeit ist gemäß Luhmann ein zu observierendes Phänomen, das als intermediäres *Beobachtungssystem der Gesellschaft* verstanden werden kann (vgl. Gerhards 1998, 269).

Wenngleich beide Modelle zweifellos auch heute noch viel zum Verständnis von Öffentlichkeit beitragen können, steht ihre unmodifizierte Anwendbarkeit im 21. Jahrhundert im Zweifel. Als sich Habermas 2006 im Rahmen seiner Dankesrede bei der Entgegennahme des Bruno-Kreisky-Preises erstmals und zwei Jahre darauf auch ausführlicher höchst ambivalent hinsichtlich des Demokratisierungspotenzials des Internet geäußert hatte (vgl. Habermas 2006; 2008), kamen unter netzaffinen Forschern Kritik und Zweifel an Habermas' Urteilsvermögen auf. Bald wurde ihm der Vorwurf gemacht, "vor der Aufgabe [zu kapitulieren], seine deliberativen Öffentlichkeitsmodelle an das Internetzeitalter anzupassen" (Meyer-Lucht 2008) und

Howard Rheingold sprach ihm jenes Urteilsvermögen mit Verweis auf seine (wenigen) Äußerungen zum Thema mit dem Zusatz ab, dass er das Internet vermutlich einfach nicht verstehe (vgl. Rheingold 2007). Ein Journalbeitrag, in der dieses harsche Urteil titelgebend in eine Frage verwandelt ("Does Habermas Understand the Internet?") und die Debatte analysiert wurde, zeugt von den Adaptionsschwierigkeiten und Auffassungsunterschieden (vgl. Geiger 2009). Gerade Rheingold hatte sich in seinem Pionierwerk, in dem er die gemeinschaftsbildende und demokratiefördernde Wirkung von Computernetzwerken beschreibt und analysiert, wesentlich auf das Habermassche Diskursmodell berufen; in den *Virtual Communities* des Internets sah er das Potenzial, sich an die von Habermas beschriebenen Ideale anzunähern (vgl. (Rheingold 1993). Rheingold sah in Habermas eine an Cass Sunstein (2001) erinnernde "fear of fragmentation", die darauf zurückzuführen sei, dass beide das Phänomen nicht verstünden, das sie observieren (vgl. Rheingold 2007). Einer ähnlichen Argumentation folgend wie Marc Prensky (2001), der mit der Prägung der Begriffe *Digital Natives* und *Digital Immigrants* Namen für das Verhältnis der Vertrautheit und die Selbstverständlichkeit im Umgang mit ITK Ersterer im Vergleich zu Zweiteren fand, kommt Rheingold zum Schluss, die Übertragung von Habermas' Modell auf das 21. Jahrhundert obliege seinen Jüngern (vgl. Rheingold 2007). Eine solche, umfassende Adaption steht weiterhin aus, wenngleich erste Schritte in diese Richtung stattfinden (vgl. Eisenstecken 2016).

Im Gegensatz zum normativen Modell Habermas' stellt die wesentliche Schwierigkeit für die zeitgemäße Anwendbarkeit von Luhmanns systemtheoretischem Öffentlichkeitsmodell sein Fokus auf *Massenmedien* dar. Deren essentielle Bedeutung für unser Wissen um das Geschehen in der Welt betonend, schickt er voraus:

"Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien. Das gilt nicht nur für unsere Kenntnis der Gesellschaft und der Geschichte, sondern auch für unsere Kenntnis der Natur. Was wir über die Stratosphäre wissen, gleicht dem, was Platon über Atlantis weiß: Man hat davon gehört." (Luhmann 1996, 9)

Jene Massenmedien, von denen Luhmann Mitte der 1990er-Jahre ausging und die er als *Formgeber* der öffentlichen Meinung sah (vgl. Jäckel 1999, 227), waren Presse, Radio und Fernsehen. Von ihnen konnte Luhmann zurecht sagen, "daß keine Interaktion (...) zwischen Sender und Empfängern stattfinden kann" (ebd., 11).

Für das interaktive Internet gilt dies ebenso wenig wie die Feststellung, dass Medienproduzenten auf "Vermutungen über Zumutbarkeit und Akzeptanz angewiesen" (ebd., 10) seien⁴. Diese *strukturellen Rahmenbedingungen* treffen auf das Internet, oder genauer: auf internetbasierte Medien, mehrheitlich *nicht* zu. Luhmann, der 1998 starb und die Digitalisierung des Alltags nicht mehr erlebte, zählte in einer 1997 in einem Interview vorgenommenen Definition das Internet nicht zu den Massenmedien. Obgleich "massenhaft als Medium genutzt", sei es "kein Massenmedium, denn es ist ja gerade keine einseitige technische Kommunikation, sondern kann individuell genutzt werden" (Laurin 2008).

Das Problem liegt nun nicht in Luhmanns Definition von Massenmedien, die auch zwanzig Jahre später noch argumentiert werden kann.⁵ Wenn man das Internet nun aber nicht als Massenmedium betrachtet, wie Luhmann dies tut, ist seine Aussage, wonach "[g]erade in Zeiten massiver Globalisierung [...] Massenmedien die einzige Quelle [sind], die uns zur Verfügung steht" (ebd.) heute schlichtweg nicht mehr gültig.

Auch Luhmanns Prognose, wonach das Internet für die Massenmedien von wenig Bedeutung ist, und sich, dem Rieplschen Gesetz von der Komplementarität der Medien entsprechend⁶, einfach ergänzend danebensetzen würde (ebd.), muss bei näherem Hinsehen als widerlegt angesehen werden.

⁴ Anzumerken ist jedoch, dass Feedback kein Kind des Internets ist. Die Ausstrahlung der Krimiserie "Kottan ermittelt" auf dem ORF-Sender FS1 ab 1976 sorgte für einen regelrechten und anhaltenden "Fernsehskandal": Nach der Ausstrahlung einer Folge im April 1978 wurden 484 Anruferbeschwerden gemeldet. (vgl. Zimmer 2016) Leserbriefe gibt es indes seit dem 18. Jahrhundert. (Roloff 2010, 183ff.) Gleichwohl unterscheiden sich diese Möglichkeiten wesentlich von heute möglicher Interaktivität.

⁵ Zur Debatte, ob das Internet zu den Massenmedien zu zählen ist, s. Kapitel 2.3. Im Rahmen dieser Arbeit wird von Presse, Hörfunk und Fernsehen als den *klassischen Massenmedien* die Rede sein.

⁶ Das so genannte Rieplsche Gesetz besagt, dass ein neues Medium kein bereits bestehendes, etabliertes Medium vollkommen ersetzt oder verdrängt (vgl. Burkart 2002, 372). Die Behauptung, die vom Journalisten Wolfgang Riepl in dieser Form gar nicht getätigt und dem erst später Gesetzesartigkeit attestiert wurde, ist umstritten; Werner Faulstich erklärte sie etwa mit Verweis auf Boten, Telegraphen, Ausrufer u.a. plausibel als widerlegt (vgl. Faulstich 2002, 159).

Ob Zeitung, Radio- oder Fernsehsender, annähernd jedes Medium - zumindest sofern es überregionale Bedeutung und den Anspruch hat, ein umfangreiches Publikum zu erreichen - verfügt heute über einen Internetauftritt, der zumindest Teile des Contents des jeweiligen Mediums abbildet. Der österreichische *Standard* war 1995 die erste Tageszeitung im deutschsprachigen Raum, die eine Internetausgabe publizierte; 1999 kam es zu einer Umgründung der Website in ein eigenes Unternehmen, ehe es 2013 zu einer Zusammenlegung der Online- und Printredaktion kam. (vgl. Wolf 2013a; Pumberger 2015) Diese *Konvergenz* der klassischen Zeitungen mit dem Internet ist ein Prozess, der in den USA noch deutlich schneller vorangeht (vgl. Käfer 2013; Wolf 2013b)

Den Einfluss des Internets auf die Zeitung hat aber nicht allein zu organisationsstrukturellen Veränderungen und einer parallelen Etablierung von Online-Pendants geführt, die das Massenmedium (Print-)Zeitung, wie Luhmann prophezeite, letztlich unberührt lässt. Stephan Ruß-Mohl sieht im Gegenteil ein "Abschmelzen der Redaktionen" und eine existentielle Herausforderung des "journalistischen 'Ökosystems'", da sich Bezahlmodelle für Online-Inhalte noch nicht durchgesetzt haben und ihre Durchsetzung fraglich bleibt. (Käfer 2013) Immer wieder wird ein vom digitalen Wandel verursachtes *Zeitungssterben* ausgerufen, zuletzt prominent von Warren Buffett, der den von 1800 auf 1300 geschrumpften Tageszeitungen in den USA attestierte, "keinen Weg gefunden [zu haben], das Print-Modell zum Digital-Modell zu übertragen" (vgl. Jacobsen 2017).

Es ließen sich auch für die anderen beiden zentralen Massenmedien unzählige Beispiele finden, wo das Internet sich wesentlich ausgewirkt hat. Für das Radio könnte man ins Feld führen, dass nicht nur der größte Teil der Radiosender längst online anhörbar sind, sondern dass die Zahl der reinen Webradios jene der terrestrischen längst übersteigt (vgl. Webradiomonitor 2017); für das Fernsehen, das durch das Internet neue Möglichkeiten der Interaktivität gefunden hat, lässt sich exemplarisch das Phänomen *Teletwitter*⁷ nennen, eines von zahlreichen *Crossmedia*-Phänomenen (vgl. Schweiger 2002, 126).

Vor dem Hintergrund unseres Forschungsgegenstandes, der Öffentlichkeit im digitalen Zeitalter, würde eine Erörterung und Analyse der vom Internet ausgehenden Herausforderungen bzw. Konsequenzen für die klassischen Massenmedien (und

⁷ Kommentare, die dem Sender via Twitter von Zusehern während der Sendung zugesandt werden können, werden von der Redaktion ausgewählt und in Form eines Livetickers kurz darauf eingeblendet (vgl. DasErste 2018)

crossmedialer im Einzelnen) den Rahmen sprengen, ohne dabei nennenswerten Erkenntnisgewinn für die zentrale Fragestellung zu bringen, mit anderen Worten also fehl am Platz sein. Allein die angeführten Beispiele verdeutlichen jedoch, wie massiv das Internet die Medienlandschaft revolutioniert hat und weiterhin revolutionieren wird.

So anders die Zugänge Luhmanns und Habermas' sowie deren Öffentlichkeitsmodelle im Detail auch sein mögen, ihnen beiden ist gemein, dass sie den Massenmedien eine fundamentale Rolle in modernen Massengesellschaften zuschreiben - und schließlich, dass beide Modelle nicht mehr zeitgemäß sind, weil in ihnen das Internet nicht vorkommt. Nun darf man nicht erwarten, dass Theorien des 20. Jahrhundert die Gesellschaft des 21. Jahrhundert erklären können; doch zeigt sich schon an der Adaptionsbedürftigkeit, dass das Internet etwas *phänomenal* anderes als bloß ein weiteres Massenmedium darstellen muss, das sich ohne weiteres in die bestehenden Modelle integrieren lässt.

2.3 Ist das Internet ein Massenmedium?

Über die Frage, ob das Internet zu den Massenmedien gezählt werden sollte, herrscht keine Einigkeit. Luhmann, wie schon weiter oben ausgeführt, zählte sie nicht dazu, da er als Massenmedien explizit solche verstand, in denen Einseitigkeit in der Kommunikation vorherrsche; dies gelte für das Internet nicht (vgl. Laurin 2008). Burkart dagegen zählt zumindest bestimmte internetbasierte Medien wie Homepages zu den Massenmedien, sofern diese in einen "sozialen Prozeß integriert" sind, "der als ‚Massenkommunikation‘ [...] bezeichnet werden kann". (Burkart 2002, 171f.) Im medialen und gesellschaftlichen Diskurs wiederum schien zur Klärung der Frage allein entscheidend, ob das Internet *massenhaft* genutzt werde (vgl. Rötzer 1998; Sandbothe 1998; FAZ.net 2001). Wie kann es zu so unterschiedlichen Auffassungen kommen?

Gerhard Maletzkes Definition von Massenmedien, die er an seine Analyse der Begriffe "Kommunikation" und "Masse" anschließt, ist in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft seit vielen Jahrzehnten anerkannt, hat seit 1963 Einzug in zahlreiche Standardwerke gefunden und gilt bisweilen heute noch als Lehrmeinung (vgl. Burkart 2002, 171; Dittmar 2009, 37). Seine Definition von

Massenmedien, deren fünf Kennzeichen die Kriterien für eine Einordnung eines Mediums als Massenmedium darstellen, lauten wie folgt:

"Unter Massenmedien verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft) durch technische Verbreitungsmittel (Medien) indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmendem) an ein disperses Publikum vermittelt wird" (Maletzke 1963, 32.)

Mit dem von ihm geprägten Begriff des *dispersen Publikums* erfasste Maletzke Charakteristika des rezipierenden Publikums von Massenmedien (vgl. Maletzke 1963, 30) Die Rede vom "zerstreuten Publikum"⁸ rührt daher, dass die Rezipienten von Massenmedien in der Regel räumlich und unter Umständen auch zeitlich - etwa zwangsläufig im Fall der Zeitung, im Live-Fernsehen dagegen allenfalls minimal - getrennt, es ist inhomogen und unstrukturiert und die einzelnen Rezipienten sind untereinander anonym. (vgl. ebd.)

Es ist leicht ersichtlich, dass die von Maletzke genannten Kennzeichen auch auf einen beträchtlichen Teil internetbasierter Medien zutreffen, die nach diesen Gesichtspunkten sinnvoll als Massenmedien zu qualifizieren sind: Wenn eine Zeitung ein Massenmedium ist, warum sollte ihr Online-Pendant nicht als ein solches erachtet werden? Ein Einwand könnte lauten, dass die Einseitigkeit der Kommunikation, der ausbleibende Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmendem, im Internet eher überwunden werden kann. Wenn man dieses Kriterium jedoch als ausschlaggebend nimmt, müssten zum Beispiel Online-Zeitungen, die über keine Kommentarfunktion verfügen, als Massenmedien bezeichnet werden, während Online-Zeitungen, wo diese Funktion gegeben ist, nicht in den Bereich der Massenmedien fallen würden.

Nachdem die Definition von Maletzke lediglich die Möglichkeit, ein disperses Publikum zu erreichen, als Kriterium ausgibt, nicht aber eine Art "Mindestzahl" an tatsächlichen Rezipienten, müsste streng genommen auch ein öffentlich einsehbarer

⁸ lat. *dispargere* = "zerstreuen", "verbreiten" (PONS 2017)

Weblog, der von niemandem gelesen wird, in den Geltungsbereich der Massenmedien fallen, während eine von einem tatsächlich von einem dispersen Publikum konsumierte Facebook-Seite eines Nachrichtenportals mit Millionen von Abonnenten kein Massenmedium darstellt. Es stellt sich die Grundsatzfrage: Was konstituiert heute ein Massenmedium? Ist die Definition Maletzkes durch die Möglichkeiten des Internets unscharf geworden? Oder ist es heute tatsächlich jedem möglich, zum Massenkommunikator zu werden, ohne dabei Massen zu erreichen?

Burkart weist auf die augenscheinliche Antiquiertheit des Begriffs der Massenkommunikation hin (vgl. Burkart 2002, 166). Schon seit den 1970er-Jahren sei ein "Abstieg der Massenmedien" (Maisel 1973, zit. n. Burkart 2002) zu beobachten gewesen, die mit einem Entwicklungsschritt hin zu zielgruppenorientierter Kommunikation einhergehe. Die Ausdifferenzierung von Kommunikationsprozessen - die vom Internet noch einmal verstärkt wurden (vgl. Habermas 2006) - tue Maletzkes Begriff der *Massenkommunikation* aber keinen Abbruch, da er strukturelle Kennzeichen massenmedialer Kommunikationsprozesse nach wie vor erfasse, "relativ unbeschadet von den quantitativen Veränderungen" (ebd.). Den Problemfall, das obige Beispiel vom Blog ohne Leser als Massenmedium gelten lassen zu müssen, umgeht Burkart dabei mit einer Fokussierung auf den Rezipienten: Wesentlich sei, dass die Rezipienten ein disperses Publikum darstellen, anonym und *unüberschaubar* seien. (vgl. ebd., 168). Möglicherweise bedarf es einer solchen Vagheit und Unschärfe ob der Rezipientenzahl, mit der sich im praktischen Zweifelsfall dennoch sinnvolle Aussagen über ein vermeintliches Massenmedium machen lassen können. Jedenfalls greife die *Technizität* eines Mediums zu kurz, um über seinen Status als Massenmedium zu entscheiden. Ob ein Medium als Massenmedium fungiere, entscheide der soziale Kontext. (vgl. ebd., 172) Ulrich Saxer spricht in diesem Zusammenhang von einer *Doppelnatur* des Systems Medium, das Kommunikationstechnik und Institutionalisierung via Sozialsystem vereine (vgl. Saxer 1975, zit. n. Godulla 2017, 48).

Die Verwirrung um den Begriff Medien hat vor allem mit dem "Wirrwarr an möglichen Bedeutungen" (Burkart 2002, 39ff) zu tun, die entstehen, wenn von Medien die Rede ist. So werden etwa *das Fernsehen* als auch *der Fernseher* (das Gerät) sowie *der Fernsehsender* (etwa ORF) als Medium bezeichnet. Wenn im Alltag Kommunikationstechniken, Geräte und Einrichtungen unter demselben Begriff subsumiert werden und auch Internet und World Wide Web synonym verwendet

werden⁹, ist es naheliegend, dass es zu unterschiedlichen Einschätzungen kommt, ob das Internet (oder auch das WWW) nun ein Massenmedium darstellt oder nicht.

In jedem Fall kann das Internet als Plattform für eine Vielzahl von Medien verstanden werden, die einerseits nicht immer klar voneinander abgrenzbar und andererseits auch nicht einheitlich als Massenmedien definierbar sind. Ob aufgrund der Interaktivität oder weil kein disperses Publikum anvisiert wird: Es mag vielleicht nicht zu klären sein, ob ein prominenter Blog zu den Massenmedien zu zählen ist; es kann dies aber zum Beispiel von einem *privaten* Instagram-Profil mit Sicherheit verneint werden. Eine Website ist üblicherweise öffentlich zugänglich, und es ist naheliegend, in der Online-Ausgabe eines Boulevardblatts ein Massenmedium zu sehen, doch eine persönliche Homepage fällt kaum in diese Kategorie.

Nun verhält es sich mit den "anerkannten" Massenmedien ähnlich: Mitgliederzeitungen in niedriger Auflage sind keine Massenmedien, ein Mitarbeitermagazin nicht mit dem *Spiegel* zu vergleichen; Küsten- und Militärfunk haben eine völlig andere Funktion als *BBC One* und eine Sendung auf einem Pay-TV-Kanal teilt wenig Gemeinsamkeiten mit der *Zeit im Bild*; ein Plakat, das im Schulunterricht angefertigt wurde, ist kein Werbeplakat. Der Unterschied ist aber darin zu sehen, dass einen die Rede von Fernsehen, Radio und Zeitung *primär* an Massenmedien denken lässt, wie sie Maletzke charakterisiert hat, während das Internet eine andere, nicht auf das Rezipieren beschränkte Mediennutzung impliziert.

Es kann festgehalten werden, dass sich das Internet hinsichtlich seiner Eigenschaften von den klassischen Massenmedien wesentlich unterscheidet und es internetbasierte Medien gibt, die als Massenmedien fungieren, und solche, die ganz sicher keine sind; die Frage, ob das Internet selbst ein Massenmedium darstellt, ist nicht sinnvoll zu beantworten. Der fundamentalste Unterschied zu vorangegangenen Medien besteht wohl in dem ungleich größeren Verhaltensradius, der sich dem *User* (und nicht etwa dem "Zuseher" oder "Rezipient") präsentiert. Er selbst kann sich entscheiden, bloß stiller, aber doch zwangsläufig aus einem riesigen Angebot auswählender Konsument zu sein, oder aber sich anschicken, mit seiner Website, seinem Blog oder auch mit seinem Twitter-Account zum Sprachrohr - oder gar zum Massenkommunikator - zu avancieren.

⁹ Das World Wide Web (WWW) ist ein Internet-Dienst, wie auch E-Mail, Chat oder Internettelefonie, der via Browser die Übertragung von Internetseiten ermöglicht. (vgl. News.de, 2009)

2.4 Medienkonvergenz. Das Internet als Infrastruktur.

Am 25. Dezember 1952 verkündete Irene Koss vor rund 10.000 Zusehern die Ausstrahlung des Fernsehspiels "Stille Nacht, heilige Nacht" und damit die erste offizielle Sendung Deutschlands an. (vgl. Bohn 2005; Spiegel Online 2007) In Österreich beginnt zweieinhalb Jahre später eine Zeit der Versuchsprogramme, ehe mit Jahresbeginn 1958 und einhergehend mit der Gründung des ORF der reguläre Betrieb aufgenommen wird. (Dörfler/Pensold 1998, 25ff.) Schon damals meinte Günther Anders im Fernsehen etwas "Epochales" (Anders 1956, 7) zu entdecken, ehe Marshall McLuhan kaum mehr als ein Jahrzehnt später den Beginn des elektronischen Zeitalters ausrief (vgl. McLuhan 1995). Die damaligen Einschätzungen seitens der Wissenschaft zeichnen ein ambivalentes Bild (vgl. Müller 2001; Burkart 2002, 319f.), das die Polarisierung zwischen Ablehnung und Euphorie in der Gesellschaft widerspiegelt. In jedem Fall avancierte das Fernsehen ab der 1960er-Jahre zum "Jahrhundertmedium" (Burkart 2002, 316), mit anderen Worten: Zum *Leitmedium* des 20. Jahrhunderts. 2007 sprach der damalige RTL-Chef Gerhard Zeiler davon, dass das Fernsehen noch lange Zeit das "Leitmedium Nummer eins" (derStandard.at 2007) bleibe, im Jahr darauf tat es ihm der damalige ZDF-Intendant Markus Schächter mit fast identischem Wortlaut nach (vgl. Lückerrath 2008), während Pro-Sieben-Chef Thomas Ebeling 2012 wiederum vom *Leitmedium Fernsehen* sprach, das auch in zehn Jahren noch diesen Status innehave (vgl. Siebenhaar 2012).

Während die durchschnittliche Fernsehnutzungszeit in Deutschland mit 221 Minuten täglich einem Wert entspricht, der seit sechs Jahren sehr konstant ist und sogar über jenem der Zeit vor dem Internet liegt (vgl. statista 2017a), reduziert sich die Nutzungsdauer bei den Unter-30-Jährigen kontinuierlich: zwischen 2010 und 2015 sank sie von 135 auf 118 Minuten (vgl. Goldmann 2016). Lisa Goldmann verweist darauf, dass die Tendenz bei den jüngeren Generationen weg vom linearen Fernsehen und hin zu Streamingdiensten wie Netflix, Videoportalen wie YouTube und dem Anschauen von Fernsehinhalten via World Wide Web generell gehe, wobei auch Online-Mediatheken von Fernsehsendern sukzessive an Bedeutung gewinnen. Vor diesem Hintergrund fragt sie: "Ist das Fernsehen tot?" (ebd.) Es passt ins Bild, dass Ebeling zur Halbzeit seiner Prognose und gegen Ende seiner Zeit als Aufsichtsratschef nach kritischen Fragen zum Geschäftsmodell mit der Aussage

auffiel, es gäbe "Menschen, ein bisschen fettleibig und ein bisschen arm, die immer noch gerne auf dem Sofa sitzen, sich zurücklehnen und gerne unterhalten werden wollen. Das ist eine Zielgruppe, die sich nicht ändert." (Busse 2017)

In jedem Fall scheinen Erhebungen zum sowie Aussagen über den Medienkonsum, aus denen oft auch abgeleitet wird, dass das Fernsehen immer noch das "Leitmedium" sei, mit Vorsicht zu genießen. Eine Studie einer österreichischen Mediaagentur kommt in der Zielgruppe 15 bis 49 Jahre etwa auf 13 Stunden Medienkonsum pro Tag, was einer Steigerung von 60% gegenüber dem Jahr 2011 darstelle (Mey 2011), während eine deutsche Studie einen Wert von rund 9 Stunden täglich ermittelt (VPRT 2018). Weder scheint vorstellbar, dass der Medienkonsum in Deutschland vier Stunden unter jenem Österreichs liegt, noch dass Österreicher mehr als die Hälfte ihres Tages einschließlich der Nacht (!) mit Medien verbringen, noch, dass der Durchschnittswert von 3 Stunden und 12 Minuten, die Deutsche angeblich mit Radiohören verbringen, ein annähernd realistischer Wert sind. Abgesehen davon, dass anzunehmen ist, dass ein beträchtlicher Teil des veranschlagten Medienkonsums parallel abläuft und der Schluss auf eine zweistellige Stundenzahl eine Milchmädchenrechnung ist, stellt sich auch die wohl unmöglich zu beantwortende Frage, ab wann sinnvollerweise vom *Konsum* von Medien zu sprechen ist. Ein im Hintergrund laufendes, nur gelegentlich beachtetes Radio ist nicht mit der zielgerichteten Nutzung des Internets zu Recherchezwecken, das angespannte Verfolgen des *Tatorts* am Sonntag kaum mit der auf stumm geschalteten Dauerwerbesendung zu vergleichen.

Die Frage, ob das Fernsehen heute immer noch das Leitmedium der Gesellschaft ist, ist mit Umfragen und Statistiken nicht zu beantworten. Einerseits genießt es etwa hinsichtlich tagesaktueller Informationen größeres Vertrauen als das Internet, das sich noch hinter Tageszeitung und Hörfunk auf dem vierten Platz einordnet (ARD.de 2017). Fragt man andererseits nach der subjektiven *Wichtigkeit*, erweist sich das Internet als unentbehrlichstes Medium. (vgl. Wehrstedt 2014, Knöpfli 2017)

Es bahnt sich die Suggestivfrage an, ob das Internet dem Fernsehen nicht zunehmend den Rang ablaufe und wenn nicht jetzt schon, dann doch sicher künftig das Leitmedium der Gesellschaft darstelle. In der Definition Udo Göttlichs kommt dem Leitmedium - eine Koexistenz mehrerer zur gleichen Zeit verneint er implizit - die "Hauptfunktion in der Konstitution gesellschaftlicher Kommunikation und von

Öffentlichkeit [zu]" (Göttlich 2002, 193f.). Göttlich konkretisiert diese Leistung mit dem Verweis auf die "journalistischen Kriterien Aktualität, Universalität, Periodizität und Publizität". Wenn im Zuge der Medienkonvergenz nun Medieninhalte, die originär Produkte der klassischen Massenmedien sind, mehr und mehr im Internet publiziert werden, sich das World Wide Web sozusagen mit fremden Federn schmückt - oder gar sich zu einem beträchtlichen Teil aus ihnen zusammensetzt - ist dann nicht zwangsläufig anzunehmen, dass das Internet als eine Art Supermedium längst zum Leitmedium aufgestiegen ist? Norbert Bolz bejaht dies und verweist auf einen Paradigmenwechsel, der stattfindet: Das Internet löse die jahrhundertlange Vorstellung eines Gegensatzes zwischen Natur und Technik auf, und mit dem Aufbruch ins digitale Zeitalter verbiete es "unsere Alltagserfahrung, den Menschen als Naturwesen zu begreifen", vielmehr stehe er in "synergetischen Prozessen mit seinen eigenen Technologien". (Görlach 2010) Im Gegensatz zum Internet sieht Bolz wiederum Fernsehen und Radio gerade durch ihre Schwächen, ihre *Nichtinteraktivität* im Vorteil, da sie dort "auf eine ganz bestimmte Weise Aufmerksamkeit erzwingen können" (Görlach 2010). Das betreffe im Übrigen auch internetbasierte Medien: Ein Blog, der ursprünglich ein *interaktives Medienangebot* darstelle, werde durch eine gewisse Popularität zwangsläufig zu Massenmedium, da das K.o.-Kriterium der Interaktivität dann wegfiel. (vgl. ebd.)¹⁰

Mittelfristig kann man wohl von einer Koexistenz der klassischen Massenmedien in ihrer bewährten Form und dem Internet mit seinen neuen Medienangeboten ausgehen, aber selbst im Falle einer "totalen" Medienkonvergenz ist bei aller Hybridisierung auch gleichzeitig von einer starken Ausdifferenzierung der Angebote auszugehen. Es ist sicher kein Zufall, dass das weiter oben schon angesprochene Riepl'sche Gesetz trotz plausibler Gegenargumente (vgl. Faulstich 2002, 159) noch von vielen als gültig erachtet wird. Die Medienlandschaft mag sich verändern, neue Medienangebote entstehen und die Zukunft mancher analoger Medien(-gattungen) scheint ungewiss zu sein. Das Fortbestehen klassischer *Mediennutzungsmuster* aber weist darauf hin, dass diese für die etablierten Massenmedien typischen Konsumgewohnheiten auch nach Medien verlangen, die diese Nutzerbedürfnisse erfüllen - also mehr oder weniger den etablierten Medien entsprechen. Webradios unterscheiden sich von klassischen Radios etwa, was das Nutzungsverhalten betrifft, vorrangig durch das Empfangsgerät; in jedem Fall

¹⁰ Dementsprechend schließt Bolz, in der Argumentation Luhmann folgend, dass das Internet an sich aufgrund seiner Interaktivität kein Massenmedium ist. (vgl. Görlach 2010, Laurin 2008)

gewinnt Internetradio kontinuierlich an Zuhörern (vgl. Webradiomonitor 2017). Die zunehmende Akzeptanz von Internet-Fernsehen (etwa in Form der angesprochenen Mediatheken) sowie von Streamingdiensten wie Netflix - deren Nutzerzahl in den letzten sechs Jahren kontinuierlich von 23 Millionen auf über 117 Millionen User angewachsen ist (statista 2017b) - oder Amazon Prime zeigen ebenfalls, dass technische Konvergenz nicht bedeutet, dass sich Mediengattungen auflösen, und Nutzer - unabhängig von ihrem verwendeten Endgerät - nicht auf die Ausschöpfung von Interaktivität und maximale Hybridisierung pochen: Dass man seine Zeitung nur mehr online liest, heißt noch nicht, dass man dazu auch Videobeiträge sehen oder sich zum Thema äußern möchte; wer seine Lieblingsserie über den Laptop sieht, möchte nicht zwangsläufig wissen, was andere Zuseher dazu twittern.

All dies muss man im Blick haben, wenn man das Internet zum Leitmedium der Gegenwart (oder naher Zukunft) erklären möchte. Es scheint einiges dafür zu sprechen: Das Internet hat nicht nur die Medienlandschaft verändert und erweitert, es hat auch die klassischen Massenmedien strukturell verändert. Jedes bedeutende Medium, ob Tageszeitung, Zeitschrift, Radiosender oder Fernsehsender, hat ein Online-Angebot, das entweder ein inhaltsgleiches Pendant oder zumindest Ausschnitte des Originalmediums anbietet. Das Internet subsumiert Inhalte aller Art und ermöglicht gleichermaßen eine völlige Hybridisierung und wie eine graduelle Ausdifferenzierung. Genau darin liegt aber das Problem, wenn man das Internet zum Leitmedium erklärt: Es führt zu keinem Erkenntnisgewinn. Gerade weil das Internet so unterschiedliche Medienangebote ermöglicht, lässt es jene Charakteristiken vermissen, die das Radio so sehr von der Zeitung, das Fernsehen so sehr vom Radio unterschied. Das bedeutendste Charakteristikum des Internets, seine Interaktivität, geht, wie Bolz beschrieb, durch zunehmende Popularität des jeweiligen Medienangebots verloren. Nach Jürgen Wilke, dessen Begriff von Leitmedium sich mit jenem Göttlichs im Wesentlichen deckt, sind wesentliche Merkmale von Leitmedien (auf der Ebene konkreter Medienangebote) u.a. starke Verbreitung und Reichweite, starke Nutzung von Entscheidungsträgern, Journalisten und eine publizistische Intention. (vgl. Wilke 1999, 302ff.) Ein von Göttlich beschriebenes Kriterium des Leitmediums ist es wiederum, gegenüber den anderen Einzelmedien zu dominieren (vgl. Gottlich 193f.).

Vor diesem definitorischen Hintergrund wirkt es irreführend, das Internet als Leitmedium zu bezeichnen. Es offenbart sich als strukturelles Missverständnis - oder

als Missverständnis ob der Struktur -, das Internet in seinem Status als Medium mit Fernsehen, Radio und Presse gleichzusetzen. Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass man das Internet besser als Plattform oder als Infrastruktur denn als Medium begreift; da das Internet als "Trägerinfrastruktur für verschiedenste Medien" (Göldi 2009) fungiert, unterscheiden sich internetbasierte Medien untereinander wesentlich stärker als etwa Fernseh- und Radiosender, die sich vorrangig durch ihr Zielpublikum und Sendungsinhalte voneinander abgrenzen. Auch die Justiz trägt dem Unterschied Rechnung: Im deutschen Staatsrecht etwa gibt es zwar Presse- und Rundfunkrecht, das Internet aber wird als *kommunikationstechnische* Infrastruktur, als *Übertragungsweg* begriffen, und Informationsangebote im Internet können dementsprechend unter die Presse-, Rundfunk- oder allgemeine Meinungsfreiheit fallen. (vgl. Degenhart 2012, 341)

Die technologische Perspektive auf das Internet soll hier nicht ins Zentrum gerückt werden, es darf aber nicht unerwähnt bleiben, dass es durch ihre weitgehende Nichtberücksichtigung sowohl im medialen Diskurs als auch in den Sozialwissenschaften zwangsläufig zu Begriffsunschärfen und Missverständnissen kommt. Das betrifft vor allem die angesprochene ausbleibende Differenzierung zwischen *Internet* und *World Wide Web*. Es liegt nahe, diesen Umstand in den schwer zu vermittelnden, wenig anschaulichen technischen Grundlagen des Internets zu sehen. Wo es zu abstrakt wird, wird zu Sinnbildern gegriffen ("Cloud"), die eine greifbare Vorstellung erzeugen, deren Konkretismus aber gleichzeitig die technische Realität verzerrt (vgl. Fowler/Worthen 2009).

Vielleicht gibt der Eintritt in das Digitale Zeitalter Anlass, einen Perspektivenwechsel zu vollziehen und angesichts der voranschreitenden Digitalisierung der Medienwelt - verstanden als "Internetisierung" bestehender sowie dem Entstehen neuer, internetbasierter Medienangebote - und den damit einhergehenden Hybridisierungs- und Ausdifferenzierungseffekten der *Mikroperspektive* mehr Raum zu geben.¹¹ Nicht das Ende der Massenkommunikation in der Definition Maletzkes steht dann im Raum¹², denn Medienangebote, die die besagten strukturellen Bedingungen erfüllen, ergeben sich zwangsläufig, wenn ein

¹¹ Entsprechend wäre dann nicht mehr zu fragen, ob das Internet ein Massenmedium darstellt, sondern, ob ein *konkretes* (internetbasiertes) Medium als solches bezeichnet werden könne; eine Frage, die sich, Bolz' Argumentation folgend, plausibel bejahen lässt (vgl. Görlach 2010).

¹² Bereits 1997 hatte Josef Wehner prophezeit, dass interaktive Medien zu einer Ausdifferenzierung, aber nicht zum Ende der Massenkommunikation führen würde (vgl. Wehner 1997, 96ff.)

größeres Publikum erreicht wird und sich so Möglichkeiten der Interaktivität reduzieren (vgl. Görlach 2010) Wohl aber setzt die Digitalisierung des Alltags - die naturgemäß in enger Wechselwirkung zur Digitalisierung der Medienwelt steht -, wie noch zu zeigen sein wird, einen neuerlichen Strukturwandel der Öffentlichkeit in Gang (vgl. Habermas 2006, 4).

3 Öffentlichkeit als Begriff

Es gibt verschiedene Herangehensweisen, die sich zur Erörterung des *Phänomens* Öffentlichkeit anbieten. Ein Weg, der im dritten Kapitel schon im Ansatz beschritten wurde, führt über die sozialwissenschaftliche Öffentlichkeitsforschung und deren Modelle, wie etwa Luhmanns Spiegel- oder Habermas' Diskursmodell. Zunächst scheint es allerdings angebracht, sich anzusehen, wie der *Begriff* der Öffentlichkeit im Alltag verwendet wird, welche Bedeutungen ihm in Redewendungen und im gesellschaftlichen Diskurs zugeschrieben werden, und welche Veränderungen er im Laufe seiner Geschichte erfahren hat. Der folgende etymologische Zugang stützt sich maßgeblich auf die Arbeiten Lucian Hölschers (1979) und Jürgen Schiewes (2004).

3.1 "Öffentlichkeit" in der Alltagssprache

Der Duden unterscheidet zwei Bedeutungen für den Terminus *Öffentlichkeit*. Zum einen sei Öffentlichkeit ein "als Gesamtheit gesehener Bereich von Menschen, in dem etwas allgemein bekannt (geworden) und allen zugänglich ist", zum anderen bezeichne der Terminus auch "das Öffentlichsein; das Zugelassensein für die Öffentlichkeit" (Duden 2018a). Der Begriff impliziert gemäß der ersten Bedeutung etwas *Sphärisches*: Die Rede ist von einem zugänglichen *Bereich*, in dem ein *Wissen* geteilt wird. Nachdem Wissen nichts Angreifbares ist, muss auch jener *Bereich* als Sinnbild für etwas Ungegenständliches gesehen werden, das vielleicht in Anlehnung an die von Maurice Halbwachs geprägten Termini *kulturelles* und *kollektives Gedächtnis* (vgl. Assmann 2006, 70) als *kollektiv Gewusstes* bzw. *Gekanntes* begriffen werden könnte. Die Zugänglichkeit wäre in diesem Kontext die mühelose Erreich- oder Erfahrbarkeit dieses (wie auch immer gearteten) Wissens, die durch *Vermittlung* geschieht. Wenn etwas *an die Öffentlichkeit gerät*, so bedeutet dies, dass eine Allgemeinheit davon erfährt; wer etwas *in aller Öffentlichkeit* tut, tut dies vor den Augen der Allgemeinheit, und wer *an die Öffentlichkeit tritt*, der präsentiert sich selbst einer Allgemeinheit. Jene Allgemeinheit zeichnet sich nun nicht dadurch aus, dass sie tatsächlich alle Menschen miteinschließt, sondern vielmehr, dass sie niemanden ausschließt. Eine Gerichtsverhandlung, die gemäß der zweiten Wortbedeutung im Duden *in der Öffentlichkeit stattfindet*, findet

möglicherweise gar kein Publikum vor, doch behält sie ihren öffentlichen Status genauso wie eine öffentliche Bücherei, die gerade von niemandem aufgesucht wird. Etwas öffentlich zu machen heißt also, etwas öffentlich zugänglich zu machen. Öffentliche Zugänglichkeit impliziert die *Möglichkeit*, nicht aber zwangsläufig die tatsächliche Verwirklichung des Zugangs. Für das Adjektiv *öffentlich* finden sich im Duden im Übrigen vier Bedeutungen: "für jeden hörbar und sichtbar; nicht geheim", "für die Allgemeinheit zugänglich, benutzbar", "die Gesellschaft allgemein, die Allgemeinheit betreffend, von ihr ausgehend, auf sie bezogen" und "die Verwaltung eines Gemeinwesens betreffend; kommunal" (Duden 2018b). Die ersten beiden Bedeutungen betonen eben jene Zugänglichkeit, von der niemand ausgeschlossen wird; die dritte und vierte hingegen deuten einen politischen Bezug an, der aus der Definition des Substantivs nicht herauszulesen ist.

Der angesprochene sphärische Charakter der Öffentlichkeit wird in der englischen Sprache durch den Begriff der *public sphere* zum Ausdruck gebracht (vgl. dict.cc 2018), der durch die erst 1989 (und damit 27 Jahre nach der Veröffentlichung des Originals erfolgte) Übersetzung von Jürgen Habermas' Werk *Strukturwandel der Öffentlichkeit* entstand, das unter dem Titel *The Structural Transformation of the Public Sphere* erschien (Habermas 1989). Hohendahl nennt den Begriff einen "ausgesprochenen Kunstausdruck" (Hohendahl 2000, 1), insofern er davor nicht geläufig war. "[E]ng an die Rezeption der Theorie Habermas' gekoppelt" (Zelfel 2014, 34; vgl. Hohendahl 2000, 1), unterscheidet sich *public sphere* damit wesentlich von den ebenfalls mit *Öffentlichkeit* übersetzbaren Begriffen *public*, *publicity* und *publicness* (vgl. dict.cc 2018), die, ähnlich jenen Definitionen des Dudens, nicht von vornherein einen politischen Kontext implizieren.

Vor diesem Hintergrund scheint es auch interessant, dass das von dem lateinischen *publicus* abstammende *Publikum* als vergleichsweise passiv anmutende Zuseher- oder Zuhörerschaft begriffen wird (vgl. Duden 2018c), das vielleicht - wie etwa bei einer Theatervorführung oder einem Fußballspiel - das Geschehen interessiert verfolgt, beklatscht oder auch seinen Unwillen zum Ausdruck bringt, dabei aber stets vorrangig in der Rolle des Rezipierens verharrt und dabei strukturell wie räumlich von der Bühne, dem Schauplatz und letztlich jedwedem Ort des Geschehens abgetrennt ist. Ein solcher Publikumsbegriff verhält sich fast diametral zu Bernhard Schäfers' soziologischer Definition, nach der das Publikum als "die

Gesamtheit der zum öffentlichen Diskurs versammelten bzw. angesprochenen Menschen" (Schäfers 1992, 258f.), kurz, als *die Öffentlichkeit* selbst definiert.¹³

Nun mag es nicht verwundern, dass ein wissenschaftliches Wörterbuch andere Definitionen bereithält als ein Standardnachsschlagewerk für den Alltagsgebrauch. Wissenschaftssprache erfüllt als Fachsprache eine eigene Funktion, ihre Begriffe können sich in ihrer Bedeutung von jenen des Alltags mitunter wesentlich unterscheiden. Über einen etymologischen Zugang lässt sich jedoch zeigen, dass sich die Durchsetzung des Begriffs seiner politischen Aufladung verdankt, und dass diese Politisierung nicht von der Wissenschaft ausging, sondern den Begriff vom Beginn seines Auftauchens ans begleitet.

3.2 Die Entstehung des Öffentlichkeitsbegriffes

Das Substantiv Öffentlichkeit tritt dem Historiker Lucian Hölscher zufolge erstmals in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts im deutschen Sprachraum auf. Davor "gab es in keiner europäischen Sprache ein Wort für die Sache, die wir seitdem als 'Öffentlichkeit' bezeichnen" (Hölscher 1979, 9). Als "Beschreibungskategorie für bestimmte soziale und politische Strukturen" (ebd., 8), wie ihn auch der Duden erfasst, lasse sich der Sachverhalt auch in früheren Epochen feststellen, doch seine Aufwertung zu einem politischen Begriff, "der über theoretische Schriften, politische Programme und Gesetzesvorschriften diejenige soziale Wirklichkeit selbst mitgestaltete, die er bezeichnete" (ebd., 9) erfolgte erst in der Zeit der Aufklärung, jedoch fast unmittelbar nach seinem ersten Auftauchen (vgl. Schiewe 2004, 29).

Erst durch die Begriffsbildung des Substantivs konnte Hölscher zufolge das gesellschaftliche Leben aus einem Blickwinkel bewertet werden, der die mit Ideen und Forderungen nach Rechten und Freiheiten verbundene *Öffentlichkeit* zum Gesellschaftsideal zivilisierter Völker erhob. Die Öffentlichkeit des vorneuzeitlichen Europa konnte aber mangels Begriffe dafür nicht als solche erfahren, ihre Qualität nicht als solche erkannt werden; so erkläre sich auch der von Historikern des 19. Jahrhunderts unverstandene Verlust von Öffentlichkeit samt den damit assoziierten (prä-)demokratischen Qualitäten (vgl. Hölscher 1979, 11f.).

¹³ Dem Publikum nach Schäfers Definition kommt somit jene Bühnenrolle zu, die vom Publikum der Alltagssprache nur mehr aus der Zuschauerrolle beklatscht wird. Die Bedeutung des Publikums als "Empfänger obrigkeitlicher Verordnungen" war schon in der Neuzeit bekannt (vgl. Schiewe 2004, 34). Möglicherweise verweist die dominierende aktive bzw. passive Dimension des Publikumsbegriffs auf jeweilige politische Umstände.

Demgemäß gestaltete sich auch das *öffentliche Leben* in den Jahrhunderten davor anders als das gegenwärtige. Zur Klärung der Frage, inwiefern es damals nach heutigen Maßstäben "Öffentlichkeit" gab, untersuchen Hölscher wie Schiewe den Sprachgebrauch des Adjektivs selbst. Schiewe verweist darauf, dass *öffentlich* schon sehr früh belegt ist und eine Weiterbildung zu *offen* im Sinne von *vor den Augen liegend* darstellt. Entgegen seiner ursprünglichen Bedeutung, die sich mit *offensichtlich* bzw. *bekannt* deckt, stellt er eine Verschiebung von der Tatsache der Öffentlichkeit auf ihren *Zweck* fest: Nicht mehr was *bekannt ist*, sondern was *bekannt sein soll*, ist öffentlich. (vgl. Schiewe 2004, 29f.).

Hölscher zufolge definiert sich *öffentlich* anfangs über seinen Gegensatz zum Wort *heimlich*, ebenso bildete ursprünglich nicht die *Privatheit* oder *Privatsphäre* den Gegenbegriff, sondern einst das *Geheimnis*. (vgl. Hölscher 1979, 7; 13) Der Charakter des potenziell Geheimen ist konstitutiv für das Attribut *öffentlich*:

"[E]rst wenn man sagen will, daß sie auch einigen oder allen unzugänglich sein könnten, hat es einen Sinn, sie 'öffentlich' zu nennen". Wer von 'Öffentlichkeit' spricht, meint also, daß die als 'öffentlich' bezeichnete Sache auch heimlich sein könnte." (ebd., 13)

Selbiges gelte im Gegenzug auch für das *Geheime*, das erst durch eine Verheimlichung konstituiert werde. Weder galt allgemein Zugängliches wie Luft oder Geräusche als öffentlich, noch schlichtweg Unbekanntes als geheim.

Zwar mag die potenzielle oder überwundene Geheimhaltung heute nicht mehr konstitutiv für das *Öffentliche* sein, doch hat sie in Redewendungen überlebt: Wer mit etwas *an die Öffentlichkeit zu gehen* droht, der droht, etwas Geheimgehaltenes zu offenbaren, das obendrein von öffentlichem Interesse zu sein scheint; wer etwas *veröffentlicht*, der hat dies zuvor, aus welchen Gründen auch immer, unter Verschluss, also vor der Öffentlichkeit *geheim* gehalten. Beim Geheimnis ist die drohende Lüftung unverändert konstitutiv. Damit kein Unbefugter - oder gleich die Öffentlichkeit - von ihm erfährt, ist seine Weitergabe ein *Anvertrauen*, das einen sorgsamsten Umgang impliziert. *Heimlichtuerei* wird unterstellt, wo ein Geheimnis bewahrt zu werden versucht (oder damit kokettiert wird), und wer *heimlich* agiert, der tut dies, um dabei nicht gesehen zu werden. Das Geheimnis bezieht sich also nach wie vor auf das drohende *Öffentlichwerden* des Geheimzuhaltenden, das

Gegenstück zum Öffentlichen ist jedoch das Private, jenes der Öffentlichkeit die *Privatheit*. Der Gegensatz findet sich schon im römischen Recht (*publicus* und *privatus*) und bildet auch hierzulande seit dem späteren 19. Jahrhundert "eine grundsätzliche Struktur der rechtlichen Verfassung, in der sich [...] die privat- wie die staatskapitalistische Entwicklung moderner Staaten vollzieht". (Hölscher 1979, 7; vgl. 69).

Der Bezugswechsel des Öffentlichen zum Privaten als gegenteiligen Begriff anstelle des Geheimen hat damit zu tun, dass der Begriff der Öffentlichkeit in der Moderne "als soziales Ordnungsprinzip" (ebd.) fungiert, die Öffentlichkeit der Zeit vor der Aufklärung hingegen erstens nicht als Substantiv - das es damals ja auch nicht gab -, sondern vorwiegend als Attribut, und zweitens nicht in Bezug auf Handlungen und Tätigkeiten (und nicht Institutionen) verwendet wurde. Die "allmähliche "Nominalisierung verbaler Ausdrücke im Spätmittelalter [ging] mit einer Institutionalisierung rechtlicher Akte und Handlungen Hand in Hand" (ebd., 14). Entsprechend ist der Begriff des Öffentlichen im Mittelalter nicht mit jenem der Neuzeit zu vergleichen, da die "Idee eines sozialen Raumes, innerhalb dessen sich Öffentlichkeit entfaltet, [...] dem mittelalterlichen Wortgebrauch [...] fremd" (ebd., 36) war. Öffentliche Handlungen dienten Andrea Gourd zufolge besonders als Mittel der Machtdemonstration absolutistischer Landesherren, die sie als Beispiel für die von Habermas beschriebenen *repräsentativen Öffentlichkeit* sieht, in dem den Untertanen lediglich die Rolle des passiven Publikums im Sinne einer Kulisse zukommt. Absolutismus und Öffentlichkeit müssten daher als "grundsätzlich gegensätzliche Begriffe gewertet werden" (vgl. Gourd 2002, 22).

Die Politisierung des Adjektivs *öffentlich* seit dem ausgehenden 17. Jahrhundert führte schließlich zu einem Bedeutungswandel, der gemäß Hölscher den *Gemeinschaftsbegriff* mit jenem der *Offenheit* verband und letztlich annähernd synonym mit dem lateinischen *publicus* wurde (vgl. ebd. 36f). Diesen Umstand macht Hölscher dafür verantwortlich, dass fälschlicherweise von einer Kontinuität des Öffentlichkeitsbegriffs ausgegangen wurde - wo doch auch das Lateinische bis ins 18. Jahrhundert keinen der Öffentlichkeit entsprechenden Begriff hatte und sich auch *publicus* nicht mit dem *neuzeitlichen Öffentlichkeitsbegriff* deckte. (vgl. 40f.)

Parallel zu der Annäherung von *öffentlich* an *publicus* und der Assoziation mit dem Staatlichen bzw. Institutionen, "die das 'Öffentliche' verwalteten" und mit einer ordnungspolitischen Okkupation von Bereichen, die "vormals keiner Beschränkung

unterlagen" (Schiewe 2004, 34), einhergingen, wandelte sich auch der Begriff des *publicum*. Es bezeichnete die frühe Neuzeit hindurch Unterschiedliches: Einrichtungen des Staates, den Staat selbst, aber auch das Volk selbst als *Staatspublikum*. Dies änderte sich Anfang des 18. Jahrhunderts, als der Publikumsbegriff zunehmend auf eine bestimmte Bevölkerungsschicht, das sogenannte *Lesepublikum*, bezogen wurde (vgl. Schiewe 2004, 35).

3.3 Die literarische Öffentlichkeit und ihre Politisierung

Die Entstehung und Konsolidierung des *Lesepublikums* hing eng mit der Durchsetzung der Druckerpresse und der im 17. Jahrhundert zunehmenden Verbreitung von Zeitungen und anderen Schriften zusammen (vgl. García Leguizamón 2009, 38). Arndt sieht schon in der Reformationsbewegung im Heiligen Römischen Reich einen wesentlichen Motor für die allmähliche Genese jenes Publikums, das sich als große Käuferschaft politischer und religiöser Schriften auszeichne; die Auflagenstärke von Luthers Schriften lasse den Schluss zu, dass die Leserschaft weit über die akademische Bevölkerung hinausgegangen sein muss (vgl. Arndt 2013, 25). Schiewe konstatiert, dass der Begriff des Publikums bis in die 1780er-Jahre hinein vor allem mit der Beschäftigung mit Literatur ("rezeptives Lesepublikum") verbunden war und eine Aufwertung dadurch erfuhr, dass ihm seitens der Schriftsteller die abschließende Bewertung literarischer Werke zugestanden wurde (vgl. Schiewe 204, 43).

García Leguizamón nennt die Cafés und Salons der Zeit als Schauplätze "einer neuen Form sozialer Interaktion", die geprägt gewesen sei von einer Art der Kommunikation, die sich durch zahlreiche später von Habermas zum Ideal erklärten Bedingungen auszeichne. Jene Schauplätze stellten die Institutionen des Diskurses dar, in denen sich die Diskutierenden auf Augenhöhe begegneten, wo anstelle von Hierarchien bloß die "Autorität der Argumente" (García Leguizamón 2009, 39) herrschte und freier Zugang selbstverständlich war (vgl. Habermas 1990, 98).

Holger Böning nennt die flächendeckende Verbreitung der Zeitung als Wegbereiter für die Aufklärungsbewegung (vgl. Böning/Blome 2008, 143). Habermas sah in jenem wachsenden Lesepublikum die Keimzelle jener bürgerlichen Öffentlichkeit, die er zum Idealtyp erhob und deren späteren Niedergang er beklagte. Dazu transformierte sich die *literarische Öffentlichkeit* und begann, "seine

diskursiven Fähigkeiten auch außerhalb des rein Ästhetischen einzusetzen" (García Leguizamón 2009, 39), ein Prozess, den man als *Politisierung der Öffentlichkeit* verstehen könnte, in der sie sich zum kollektiven politischen Akteur erhob, der seine Interessen artikuliert und Einfluss einforderte; über ihre Funktion als Diskussionsplattform hinauswachsend, wurde die im interessegeleiteten Diskurs geborene und von der Zivilgesellschaft ausgehende nichtstaatliche, allmählich *politische* Öffentlichkeit zum "Leitkonzept und Verheißungsmotiv der Aufklärung" (Dürnberger 2017). Das Vorhanden- und Aktivsein dieser Öffentlichkeit wird so gleichermaßen zum Ausdruck der aufgeklärten Gesellschaft selbst: Das aus *räsonierenden Privatleuten* bestehende Publikum befreit sich aus der *selbstverschuldeten Unmündigkeit* und wird zum starken Gegenwicht zur absolutistischen Willkürherrschaft. Die Politisierung des Lesepublikums nimmt Schiewe zufolge ab den 1780er-Jahren ihren Lauf und wird besonders durch die Französische Revolution ab 1789 angetrieben. Wurden politische Agenden zuvor ausgeklammert, legte das bis dato bloß mit der ästhetischen Rezeption befasste Lesepublikum - von dem im (eine weitgehende Übereinstimmung suggerierende) Singular zu sprechen freilich eine theoretische Idealisierung darstellt - einen bemerkenswerten Wandel hin, die Hand in Hand mit einer allgemeinen Politisierung, die eben auch das Gelesene betraf, ging, und ihr Selbstverständnis veränderte:

"Je mehr das Publikum sich als eine soziale Instanz verstand, umso mehr forderte es die uneingeschränkte Zugänglichkeit zu Literatur und Bildung. Dies war letztlich die Forderung nach Publizität, oder, wie es bald heißen sollte, nach 'Öffentlichkeit'" (Schiewe 2004, 44)

Ideologische Politisierungsversuche des Begriffs der *Öffentlichkeit* begleiten ihn von seinem ersten Aufkommen an. Der früheste schriftliche Beleg stammt Schiewe zufolge aus dem Jahr 1765, als Joseph von Sonnenfels ihn zu einem bedrohlichen Zustand erklärte, der die Verbreitung *gefährlicher Meinungen* zur Folge haben könnte, wenn es keine Zensur gäbe (vgl. ebd.). Es folgten Vermerke in verschiedenen Wörterbüchern, doch bleibt der stark an das Adjektiv angelehnte Begriff weitgehend ungebräuchlich und wird am ehesten als Synonym oder Übersetzung für *Publizität* verwendet, wie dies in den Wörterbüchern Joachim Heinrich Campes 1794 und 1801 der Fall ist (vgl. 45 ff.). Die Assoziation mit jenem vom französischen *publicité*

inspirierten Begriff, der im Gegensatz dazu schon vor dem 19. Jahrhundert vielfach in Verwendung war, ist ein prägendes Moment in der Geschichte des Öffentlichkeitsbegriffs. Die zur Zeit der Französischen Revolution prominente Forderung nach *Publizität* richtete sich auf die Presse- und Meinungsfreiheit; auch die Philosophen Immanuel Kant und Johann Gottlieb Fichte verlangten nach ihr und meinten damit die überprüfende Kontrolle Verhandlungen sowie Maßnahmen der Staatsgewalt durch das Volk (vgl. ebd., 52). Schon Hölscher verwies auf die semantische Nähe von *Öffentlichkeit* zu *Publizität* an, "welches bereits in den 1770er zum deutschen Schlagwort geworden war" (Hölscher 1979, 118). Im Gegensatz dazu nahm die "Karriere des Begriffs [der Öffentlichkeit]" (Gerhards 1998, 268) erst nach Beginn der Französischen Revolution Fahrt auf.

3. 4 Öffentlichkeit als Schlagwort des 19. Jahrhundert

Trotz seiner Assoziation mit dem Schlagwort *Publizität* bis hin zu seiner Verwendung als Synonym avancierte *Öffentlichkeit* nicht gleich zu jenem "Kampfbegriff der Aufklärung" (Greffrath 1988), zu dem er später erklärt wurde. Schon bald nach Ausbruch der Französischen Revolution war es zur "deutliche[n] Politisierung des gesamten Wortfeldes 'Öffentlichkeit' und 'Publizistik'" (Schiewe 2004, 52) gekommen, wofür Schiewe den Ausdruck *Öffentliche Meinung* als verbindendes Glied verantwortlich macht. Der Begriff ist eine Lehnübersetzung der *opinion publique* und etablierte sich im Anschluss an die Revolution - nicht zuletzt aufgrund der augenscheinlichen Kraft und Bedeutung, die man ihr nun zusprach - auch im Deutschen; er wird uns an anderer Stelle noch beschäftigen.

Der Aufstieg zum Schlagwort und häufige Gebrauch im politischen Diskurs begann Hölscher zufolge nach 1813 und fiel somit in den Zeitraum der Befreiungskriege, des Wiener Kongresses und der Restauration nach dem Ende der napoleonischen Herrschaft. Im Rahmen der deutschen Verfassungsdebatte wird er "von liberal und demokratisch gesonnenen Intellektuellen" (Hölscher 1979, 120) eingeführt, um eine stärkere Volksbeteiligung durchzusetzen; eine tragende Rolle spielte etwa der Jenaer Universitätsprofessor Heinrich Luden, dessen von Fichte inspirierte und am Beispiel des liberalen Englands orientierte Forderung nach Volkssouveränität eine implizite Definition von *Öffentlichkeit* miteinschließt (vgl. ebd; Müller 1998, 16ff). Die Politisierung setzte sich fort: Nach der Assoziation mit dem für

Meinungs- und Pressefreiheit stehenden Begriff der *Publizität* und der als kraftvoll erachteten *Öffentlichen Meinung* geriet er "in enge Beziehung zum Begriff der 'Freiheit'" (Hölscher 1979, 120).

Diese Bedeutungszunahme markierte den Zeitpunkt, in dem das Wort Öffentlichkeit hinsichtlich seiner Bedeutung im politisch-sozialen Kontext die lexikalische Definition überstieg und im sprachwissenschaftlichen Sinn zum *Begriff* mutierte (vgl. ebd., 121ff.; Schiewe 2004, 20ff.). Dass er sich erst in "eine[r] Zeit der realpolitischen Kompromisse" und nicht während des "epochalen Optimismus von 1789" (Geiss 2000) durchsetzte, mag verwundern. Im Gegensatz zur *Publizität* ist er aber nicht der Schlachtbegriff der Revolutionären, sondern eng verknüpft mit dem Aufstieg des Liberalismus im Vormärz und einer neuen Geschichtsphilosophie, die sich von der Idee der "Geheimhaltung als notwendige Voraussetzung jeder erfolgreichen Politik" (Hölscher 1979, 128) verabschiedet. Die Dichotomie *öffentlich/geheim* - die sich erst später zugunsten des Gegensatzpaars *öffentlich* und *privat* auflöste - erfuhr eine Umkehrung, die bis dahin anerkannte und goutierte *Arkanpraxis* (arcanus = lat. "Geheimnis") war nicht mehr konform mit dem aufklärerischen und liberalen Zeitgeist, der das Öffentlichkeitsprinzip zum Ideal erhob (vgl. ebd., 130ff.).

Warum aber tritt das Wort *Öffentlichkeit* erst im 19. Jahrhundert auf, wo mit dem altgriechischen Ideal der Agora und dem Forum der Römer - die den (freien) Bürgern die Möglichkeit verschafften, sich an der Polis zu engagieren - schon vergleichbare Formen bis in die Antike zurückreichen (vgl. Arendt 2007, 47ff.), das auch in der Gegenwart regelmäßig als Sinnbild bzw. Metapher für Demokratie, Öffentlichkeit und "die Einbindung aller Bürger in politische Diskussionen und Entscheidungsprozesse" (Marschall 2002, 147) fungiert? Hierauf bietet Hölscher mit seiner vielleicht wichtigsten These eine Antwort an:

"[E]rst seit der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert [bestimmen] kollektive Handlungseinheiten den politischen Handlungsraum, deren interne politische Struktur als 'Öffentlichkeit' bezeichnet werden kann" (Hölscher 1979, 136)

Ausschlaggebend hierfür sei, dass erst in der Zeit der Aufklärung jene Handlungseinheiten als gesellschaftliche(s) Kollektiv(e) verstanden wurden, die über das Medium *Öffentlichkeit* zu einer internen politischen Willensbildung gelangen. Die

allmähliche Aufwertung des Begriffs der Öffentlichkeit zum "umfassenden Strukturbegriff moderner Sozialverbände" geschieht schließlich im 20. Jahrhundert, als das Öffentlichkeitsprinzip zum prägenden Merkmal von demokratischen Gesellschaften wird; die Konsequenz eines sich über ein Jahrhundert ziehenden "Wandel[s] der politischen Theorie und ihrer sozio-ökonomischen Bedingungen", in Gang gesetzt von der Französischen Revolution, die am Anfang einer Epoche abhebt, die sich "von allen früheren Zeiten der Geschichte abhebt". (ebd., 137).

3. 5 Der Begriff "Öffentlichkeit" heute

Die Geschichte des Begriffs der Öffentlichkeit ist eine Geschichte der zunehmenden Konkretisierung eines abstrakten Begriffs, der ursprünglich, als spät auftauchende, wenig gebräuchliche Substantivierung des Adjektivs, keine zwangsläufige politische Aufladung enthielt, aber dessen *Begriffskarriere* (vgl. Gerhards 1998, 268) ohne seine Politisierung nicht denkbar wäre. Dass es für jenes Phänomen eine neue Bezeichnung gebraucht hat, die mit dem bis dahin noch nicht etablierten Begriff *Öffentlichkeit* gefunden wurde, spricht dafür, dass das Auftreten jenes Phänomens tatsächlich etwas Neuartiges war. (vgl. Hölscher 1979, 11) Hölschers Argumentation legt den Schluss nahe, dass *Öffentlichkeit* etwas genuin Politisches sein muss und ihre Entwicklung weg von einem rein ästhetisch agierenden Lesepublikum mit einer gewissen Zwangsläufigkeit geschehen musste.

Der voranschreitende Prozess der Politisierung des Begriffes zeigt sich auch darin, dass er seit Beginn des 20. Jahrhunderts sein einstiges Synonym *Publikum* in politischen Texten zunehmend ersetzt hat, was Hölscher zufolge zu einer semantischen Abgrenzung geführt hat. Bei der Rede vom Publikum wird demnach tendenziell eher ein konkreter thematischer Bezugspunkt vorausgesetzt, während bei der Rede von der *Öffentlichkeit* der Fokus weniger auf dem jeweiligen Gegenstand und mehr auf den Personen liege. Überdies "denkt man sich [gewöhnlich] die Öffentlichkeit auch größer und sozial unbestimmter als ein Publikum" (ebd., 138). Die Beobachtung einer semantischen Ausdifferenzierung wird nicht von allen geteilt (vgl. Schäfers 1992, 258f.), doch wäre sie eine alternative Erklärung für die weiter oben angesprochene passive Dimension, die dem Begriff *Publikum* im gegenwärtigen Sprachgebrauch anhaftet. Unstrittig sein dürfte jedenfalls, dass der Öffentlichkeitsbegriff heute umfassender, politischer und mehrdeutiger als jener des

Publikums ist, der eher "die Situierung einer Gruppe von individuellen Personen gegenüber einem Autor von Kommunikation bezeichnet" (Hohendahl 2000, 3).

Die vielen Verflechtungen und Assoziationen mit anderen Begriffen, die Benutzung als Kampfbegriff verschiedener politischer Lager und Versuche der ideologischen Aufladung bedingen gleichzeitig, dass sich *Öffentlichkeit* einer klaren Definition entzieht. Wie Hohendahl um die Jahrtausendwende festhielt, entfaltete sich seit den 1980er-Jahren - wohl zu einem Teil der 1989 erschienenen erstmaligen englischen Übersetzung von Habermas' *Strukturwandel der Öffentlichkeit* geschuldet - eine komplexe internationale Diskussion hinsichtlich der Semantik des Wortfeldes *Öffentlichkeit*, die sich wiederum in der Popularisierung des Begriffs *public sphere* manifestierte (vgl. ebd., 1ff.).

Die Diskussion des gemeinhin normativ gebrauchten Öffentlichkeitsbegriffes setzte sich durch die vielen gesellschaftspolitischen Umbrüche - in den 1980er-Jahren tauchte etwa der Begriff der *Zivilgesellschaft* in postkommunistischen Staaten in Abgrenzung zur westlichen *bürgerlichen Gesellschaft* auf (vgl. ebd., 2) - sowie durch den Eintritt in das Digitale Zeitalter fort: Die Unklarheit betrifft nicht nur die Bezeichnung, sondern auch das bezeichnete Phänomen. Dabei ist zwar von einem wechselseitigen Prozess auszugehen, nicht aber von einem Gleichschritt. Eine adäquate Beschreibung bedingt eine adäquate Erfassung des zu bezeichnenden Phänomens, und letztere geht ersterer voraus. Es stellt sich die unvermeidliche Frage: Was ist Öffentlichkeit? Ehe wir uns von den Begrifflichkeiten ab- und der Erörterung des *Phänomens* zuwenden, wollen wir uns abschließend und überleitend mit dem umstrittenen Terminus *öffentliche Meinung* auseinandersetzen.

3. 6 Öffentliche Meinung

Die politische Aufladung des Attributs *öffentlich* führte gegen Ende des 18. Jahrhunderts zum Auftauchen von Kollektivsingularen wie *öffentlicher Wille* und *öffentliche Kritik*. Sie standen für einen "kollektiven Willensausdruck der nicht an der politischen Herrschaft antizipierenden bürgerlichen Gesellschaft" und verliehen dieser "die Autorität eines normativen Urteils" (Hölscher 1979, 105). Gemeinsam mit der Forderung nach Publizität schafften sie so den Nährboden für die Karriere des Substantivs.

Einerseits diese Brücke bildend, andererseits selbst schon ein politisches Schlagwort, stach dabei das Konstrukt *öffentliche Meinung* hervor. Eine Lehnübersetzung der französischen *opinion publique*, wurde ihr während und im Anschluss an die Französische Revolution die Rolle als "wesentliche[r] Auslöser" (Schiewe 2004, 53) der umstürzlerischen Ereignisse zugesprochen. Ihre der damaligen politischen Stimmung entsprechende positive Konnotation drohte zur Zeit des Vormärz - und insbesondere nach den Karlsbader Beschlüssen 1819, mit denen liberalen und nationalistischen Tendenzen Einhalt geboten werden sollte - verlustig zu gehen.

In diese Zeit fällt auch die Hegelsche Idee des *Volksgeistes* (vgl. Mährlein 2000, 17f.), der, dem ohnmächtigen Zeitgeist der Romantik entsprechenden "Auswanderung des Geistes in das Reich der Phantasie", ein effektives Mittel zur Verklärung der unliebsam gewordenen, tatsächlich oder vermeintlich in der Bevölkerung vorherrschenden öffentlichen Meinung war. Hegel selbst sah die Öffentlichkeit, ihrer prinzipiellen Befürwortung (sowie der anfänglichen Begeisterung für die Revolution) zum Trotz, mitverantwortlich für die Schreckensherrschaft der Jakobiner und trat für ihre institutionelle Bindung und damit Zähmung ein (vgl. Gerhardt 2012, 188). Explizit sprach er sich gegen eine Öffentlichkeit als Konglomerat an Ansichten und Meinungen aus und ging durchs sein "Beharren auf der staatlichen Einhegung der Öffentlichkeit" (ebd., 189) auch auf Distanz zum Liberalismus. Die neuen Zensurgesetze nach den erfolgreichen Befreiungskriegen ließen den Hallenser Philosophen und Hegelianer Johann Georg Mussmann 1832 von der naheliegenden Definition der öffentlichen Meinung als Mehrheitsmeinung abweichen und den Begriff von der so bezeichneten *allgemeinen Meinung* unterscheiden (Schiewe 2004, 54). Einerseits verwies er darauf, dass jene allgemeine, d.h. tatsächlich von einer Mehrheit vertretene Meinung im Vormärz durch das Zensurwesen nicht zur *öffentlichen* Meinung werden konnte, und sprach damit ein zeitloses Problem an; andererseits idealisierte er die *öffentliche Meinung* nicht als Abbild der allgemeinen Meinung, sondern definierte sie als den "über sich selbst in seinem öffentlichen Dasein und Handeln zum Bewußtsein kommenden allgemeinen Volksgeist" (Mussmann 1832, 52, zit. n. Schiewe 2004, 54). Der Presse kommt nach Mussmann die Rolle des regulativen, primären Organs der öffentlichen Meinung zu (vgl. Mussmann 1832, 54, zit. n. Schiewe 2004, 55), die jenen Prozess von der mitunter als falsch oder schlecht erachteten allgemeinen Meinung zum durch

Reflexion gewachsenen Volksgeist steuern solle, der dadurch wiederum nicht mehr den Charakter einer Kollektivmeinung hat, sondern zu einem "allgemeinen Gewissen" (Schiewe 2004, 54) aufgewertet werde.

Ein weiterer deutscher Intellektueller, der den Begriff des Volksgeistes prägte, war der Rechtsgelehrte Friedrich Carl von Savigny. Seine Auffassung des Konzeptes *Volksgeist*, die sich mit jener Mussmanns zu decken scheint, birgt, wie Benjamin Lahusen zeigt, ein Ersetzen der tatsächlich Gemeinten durch Vertreter:

"Es ist der Geist eines ideal gedachten Kulturvolks, dessen wahre Absichten und Wünsche nur von seinen kulturellen Repräsentanten erkannt und erfüllt werden können. Im Falle des Rechts sind die Volksrepräsentanten Juristen. Der Volksgeist ist Juristengeist." (Lahusen 2011)

Ein solches Verständnis von öffentlicher Meinung im Unterschied zu ihrer Auffassung als Mehrheitsmeinung erinnert an die Unterscheidung zwischen *indirekter* (d.h. *repräsentativer*) und *direkter Demokratie*. Bedeutet *Demokratie* der Übersetzung nach "Herrschaft des Volkes" bzw. "Volksherrschaft" (vgl. Duden 2018d), wird diese Herrschaft dem Namen nach in westlichen Gesellschaften nicht tatsächlich vom Volk selbst ausgeübt, sondern Entscheidungen von Abgeordneten, also *Repräsentanten* getroffen. Der Ausbau der *direkten Demokratie*, die es als eigenständige Staatsform in der Praxis nicht gibt¹⁴, ist immer wieder Gegenstand politischer Forderung.

Nun lässt sich argumentieren, dass die Verwaltung eines Staates zwangsläufig durch Vertreter zu geschehen hat und dies auch im Sinne der Bevölkerung geschieht; gleichzeitig sinkt etwa in Österreich die Zufriedenheit mit der Demokratie als Staatsform und eine knappe Mehrheit von 52 Prozent ist überzeugt, keinen Einfluss auf politische Entscheidungen zu haben; zehn Jahre zuvor waren es noch 42 Prozent gewesen (vgl. Kleine Zeitung 2017). Vor diesem Hintergrund scheint es zweifelhaft, ob die Idee eines Volksgeistes, der sich erst durch weise Vertreter manifestiert, heute viel Anklang finden würde.

Das liberalistische Bild der öffentlichen Meinung als "gesellschaftliche Kontrollinstanz zur staatlichen Macht" (Schiewe 2004, 58), die sich im

¹⁴ Als Staat mit der umfassendsten Verankerung und Anwendungen direkter Demokratie gilt die Schweiz. Verfassungsänderungen verlangen nach einer Volksabstimmung, Gesetze nicht. Der Bundesrat wird vom Parlament gewählt. Es handelt sich also auch hier um eine repräsentative Demokratie mit vergleichsweise stark ausgeprägten Elementen direkter Demokratie. (vgl. Keraj 2011)

Kommunikationsraum *Öffentlichkeit* entfaltet, ist eine Vorstellung, die, wie noch zu zeigen sein wird, nicht nur von Habermas zum Ideal erhoben wird, sondern das auch heute mit einem demokratischen Grundverständnis vereinen lässt. Nicht nur die deutschen Idealisten wendeten sich vom liberalen Ideal mit Verweis auf die terroristischen Blüten der Französischen Revolution ab und beschworen an seiner Stelle den Volksgeist; durch den Aufstieg der als einflussreich erachteten Zeitungen wurde die *öffentliche Meinung* gemeinsam mit der *Öffentlichkeit* im Laufe des 19. Jahrhunderts zunehmend kritischer beäugt, was den Boden für den in Kapitel 3. 5 erläuterten Bedeutungswandel im 20. Jahrhundert bereitete:

"Öffentlichkeit" wird [am Ende des 19. Jahrhunderts] zunehmend mit "Bevölkerung" identifiziert, die nun nicht mehr das Subjekt und der Produzent der öffentlichen Meinung ist, sondern zunehmend zu ihrem Objekt wird."
(Schiewe 2004, 59)

Die öffentliche Meinung wurde schon vom preußischen Fürsten und späteren Reichskanzler Otto von Bismarck als "lenkungsbedürftiges Instrument in der Hand des Politikers" (vgl. Hölscher 1978, 465) betrachtet. Die *Massenpresse* wurde nun zunehmend als eine eigene Institution gesehen, die mit manipulativen Kräften auf die öffentliche Meinung einwirkte - und so gleichermaßen zu einer Gegeninstanz zur (bürgerlichen) *Öffentlichkeit* avancierte (vgl. Schiewe 2004, 58f.).

In den 1970er-Jahren entwickelte die deutsche Meinungsforscherin und Kommunikationswissenschaftlerin Elisabeth Noelle-Neumann (1982) die *Theorie der Schweigespirale* und setzte sich mit dem Phänomen der öffentlichen Meinung auseinander sowie eine breite Diskussion über die Mächtigkeit der Massenmedien in Gange (vgl. Burkart 2002, 262ff.). Ausgehend von ihren Beobachtungen der deutschen Bundestagswahlen 1965, 1972 und 1976 (vgl. Noelle-Neumann 1982, 13ff.) stellte sie eine Reihe von Thesen auf, die sie unter dem Begriff der *Schweigespirale* subsumierte. Ausgangspunkt war das überraschende Wahlergebnis 1965, als am Ende nach einem prognostizierten Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen CDU/CSU und SPD ein unerwartet deutlicher Sieg der Christdemokraten stand. Der *last-minute swing* wurde von Noelle-Neumann als *Mitläufereffekt* interpretiert: Die neben der Sonntagsfrage gestellte Fragen nach dem erwarteten Wahlausgang offenbarte, dass eine große Mehrheit von einem Sieg der Christdemokraten ausging -

und diese letzten Endes dann auch gewann. 1972 wiederholte sich Noelle-Neumann zufolge das Szenario mit umgekehrtem Ausgang und einem Sieg der SPD, an deren Sieg zunehmend mehr Menschen zu glauben begannen, sodass es zu einem "Mitläufereffekt in der Richtung der anschwellenden Siegeserwartung" (ebd., 16) kam.

Die Theorie der Schweigespirale besagt nun, dass es durch eine Interpretation einer Minderheitenmeinung als Mehrheitsmeinung dazu kommen kann, dass diese Minderheitsmeinung tatsächlich zur Mehrheitsmeinung wird - ausgelöst etwa durch Massenmedien, die ein Meinungsklima erzeugen können, dass nicht die tatsächlichen Meinungsverhältnisse widerspiegelt. Das dahinter liegende Motiv ist die *Isolationsschicht*, die unterschwellig bewirkt, dass Menschen sich anpassen und ihr Verhalten an dem ausrichten, was sie als sozial akzeptiert ansehen. (vgl. ebd., 59ff.) Gleichzeitig habe die *öffentliche Meinung*, verstanden als vorherrschendes Meinungsklima, auch eine integrierende und stabilisierende Funktion für die Gesellschaft (vgl. ebd. 192ff.).

Noelle-Neumanns Theorie wurde international breit rezipiert und vielfach, vor allem für eine unzureichende empirische Fundierung und Methodenschwäche sowie abwegige Schlussfolgerungen, kritisiert. (vgl. Deisenberg 1986) Durch Phänomene wie die so genannte *Filterblase* und deren Erforschung erhält die Theorie der Schweigespirale heute wieder Aufwind (vgl. Bähr 2015). In jedem Fall haben Noelle-Neumanns Thesen dazu beigetragen, den Medien wieder mehr Wirkungsmacht einzuräumen (vgl. Burkart 2002, 262ff.), eine kritische Auseinandersetzung mit den Begriffen *öffentliche Meinung* und *Öffentlichkeit* zu fördern und die Rolle sozialpsychologischer Aspekte in den Diskurs einzuführen. Noelle-Neumann selbst kam zum Schluss, dass die *öffentliche Meinung* nicht als Mehrheitsmeinung aufzufassen sei, sondern als die *vorherrschende* Meinung in der Gesellschaft. In der Öffentlichkeit sah sie ein be- und verurteilendes *Tribunal*, das die Individuen zu Konformität dränge (vgl. Noelle-Neumann 1998, 85f.).

Es stellt sich die Frage, ob der Begriff der *öffentlichen Meinung* - wie dies Noelle-Neumann vertritt - ein Synonym für die Mehrheitsmeinung darstellt, oder ob er (zumindest in modernen Massengesellschaften) besser als vorherrschende, *veröffentlichte* Meinung zu verstehen ist. Empirisch beobachtet werden kann letztlich allein der gesellschaftliche und mediale Diskurs, wobei zu bezweifeln ist, dass zwischen diesen unterschieden werden kann. Abgesehen davon, dass

gesellschaftlicher Diskurs in modernen Massengesellschaften primär medial abgehandelt wird (und insofern er keine mediale Beachtung findet, auch kaum *öffentlich* zu nennen ist), ist unklar, welche Rolle der Gesellschaft bei diesem Diskurs zukommt. Dieser Frage nachzugehen heißt, einen Perspektivenwechsel weg von der Auseinandersetzung mit dem Begriff zu vollziehen und Öffentlichkeit als *soziales Phänomen* zu erfassen und zu erörtern.

4 Öffentlichkeit als Phänomen und Ideal

Worin unterscheidet sich die Auseinandersetzung mit dem *Begriff* "Öffentlichkeit" von einer Auseinandersetzung mit dem so bezeichneten *Phänomen* selbst? Beide Zugänge sind logischerweise nicht scharf zu trennen: Die Sprache bezieht sich zwangsläufig auf die Wirklichkeit und auch die Wirklichkeit schlägt sich, wenngleich nur in bestimmter Hinsicht und oft mit Verzögerung, in der Sprache nieder. Genau diese Wechselseitigkeit spricht für die Erörterung des Phänomens auf verschiedenen Ebenen. Die Auseinandersetzung mit der Öffentlichkeit als Begriff lieferte den Hinweis für Hölscher, dass es nicht nur "in keiner europäischen Sprache ein Substantiv gab, das der heutigen Bedeutung des Begriffs 'Öffentlichkeit' auch nur nahegekommen wäre", sondern, dass "auch die Sache selbst in der gesellschaftlichen Organisation des Lebens keine Rolle [spielte]" (Hölscher 1979, 11).¹⁵ Der Werdegang des Begriffs zeigt auf, was dem Sachverhalt in verschiedenen Phasen für eine Geltung und Relevanz beigemessen wurde, und Bedeutungswandel geben Hinweis auf gesellschaftliche Zäsuren oder kritischen Phasen. Die Stilisierung des Begriffs zum Schlagwort nach 1800 etwa macht deutlich, dass sich der Terminus nicht allein an der Realität orientierte, sondern auch für ein vorgestelltes Ideal stand.

Nicht zuletzt setzt jede Auseinandersetzung mit einem sozialen Phänomen zwangsläufig an der Bezeichnung an, die dieses benennt; erst durch seine mit einer Definition einhergehende Benennung wird es möglich, sinnvoll darüber nachzudenken und es zu erforschen. In den Worten Hölschers: "Da es [im vorneuzeitlichen Europa] keinen Begriff der 'Öffentlichkeit' gab [...], konnte das soziale und politische Leben auch nicht unter diesem Blickwinkel erfahren werden" (ebd., 12). Nun soll es um das dem Begriff zugrundeliegende Phänomen gehen: Was ist Öffentlichkeit? Wann und in welcher Form tritt sie in der Geschichte auf? Und welche (Ideal-)Vorstellungen sind heute mit dem Konzept der *öffentlichen Sphäre* verbunden?

¹⁵ Gleichzeitig reichen die *semantischen Wurzeln* des Phänomens, wie noch zu erörtern ist, bis in die Antike zurück (vgl. García Leguizamón 2009, 1).

4. 1 Das zeitlose Ideal der Sphäre des Diskurses

In Kapitel 3.1 wurde auf die Mehrdeutigkeit des Öffentlichkeitsbegriffes verwiesen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht und für auch im Rahmen dieser Arbeit relevant ist jene Bedeutungsdimension, nach der Öffentlichkeit vom Duden (2018a) als *Bereich* beschrieben wurde, "in dem etwas allgemein bekannt (geworden) und allen zugänglich ist". Die Vagheit, die die Rede von einem *Bereich* ausdrückt, scheint gleichermaßen missverständlich wie unvermeidlich; zwar hält Habermas (1990, 55) fest: "Die Öffentlichkeit selbst stellt sich als eine Sphäre dar (...)", doch impliziert diese Bezeichnung bereits ein normatives Element.

Die Auffassung der Öffentlichkeit als gesellschaftliche Sphäre ist nämlich präziser als ihre unklare Betitelung als *Bereich*, doch ist sie auch verknüpft mit der Betrachtung der Öffentlichkeit als *diskursive* Öffentlichkeit. Das Ursprungsmodell einer solchen Auffassung von Öffentlichkeit ist "auf die attische Polis zurückzuführen" (Kojima 2015, 26), wie dies Jürgen Habermas und vor ihm schon Hannah Arendt getan hat (vgl. Arendt 2002, 35ff.).

"Die Polis ist der ausgebildete griechische Stadtstaat, in dem die freien Bewohner zu politisch gleichberechtigten Bürgern werden, öffentlich das politische Leben der Gemeinschaft gestalten und an deren Regierung partizipieren." (Tojima 2015, 26)

Auf der Agora - dem griechischen Marktplatz, auf dem auch Feste und Versammlungen abgehalten wurden - fanden sich die freien Bürger¹⁶ ein; sie war gleichermaßen Übungsplatz rhetorischer Fähigkeiten als auch jener Ort, an dem sich eine öffentlichen Sphäre konstituierte. (vgl. Tojima 2015, 27; Arendt 2002, 35f.) Eine vergleichbare Entwicklung konstatiert Habermas in England, Frankreich und Deutschland um die Wende zum 18. Jahrhundert mit dem *bürgerlichen Lesepublikum*, aus dem sich schließlich die - von ihm zum Idealtypus erhobene - *bürgerliche Öffentlichkeit* entwickelte (vgl. Habermas 1990, 107ff.).

¹⁶ Von der Öffentlichkeit der Polis waren außer Frauen noch Sklaven und Barbaren ausgeschlossen; sie galten nicht als BürgerInnen. (vgl. Arendt 2002, 37) Zur bedeutenden und lange Zeit unterschätzten Rolle der Frau und ihrer Handlungsräume im Oikos siehe Müller 2011.

Konstitutiv für die diskursive Öffentlichkeit sind *Räume* im weitesten Sinn: Damit sich von einer solchen, diskursiven Öffentlichkeit sprechen lässt, muss es einen *Ort* geben, wo Menschen ("die Öffentlichkeit") zusammentreffen können. (vgl. Fischer 2000, 64) Im alten Griechenland war dies die bereits erwähnte Agora, im römischen Reich das ähnlich geartete Forum; im Westeuropa der Neuzeit fungierten Cafés, Salons und Lesezirkeln als Räume des *Räsonnements* (vgl. García Leguizamón 2009, 39).

Solche Orte zeichnen sich primär durch ihre Zugänglichkeit und die dort vorherrschende Ebenbürtigkeit und Augenhöhe aus; eine öffentliche Sphäre kann sich demnach auch im Internet konstituieren. Ob das Zusammentreffen, das eine Sphäre des Diskurses entstehen lässt, auf offener Straße ("in der Öffentlichkeit"), in einem öffentlichen Gebäude oder in einem Online-Forum stattfindet, ist sekundär. Zwar ist die Räumlichkeit Voraussetzung für die Begegnung, aber erst das *Begegnen* schafft die Voraussetzung für den *öffentlichen Diskurs*. "Öffentlichkeit konstituiert sich im Gespräch [...], ebenso wie im gemeinsamen Tun" (Habermas 1990, 56). Ein solches diskursives Modell von Öffentlichkeit ist ein Grundpfeiler des demokratischen Selbstverständnisses:

"Das politische Menschenbild der Demokratien bestimmt vor allem der Gedanke der Öffentlichkeit. Sie besteht der Sache nach in einem kollektiven Interesse [...] Andererseits tritt die Öffentlichkeit personifiziert als Publikum auf." (Montenbruck 2010, 291)

Habermas' deliberatives Modell¹⁷, in der sich Öffentlichkeit "am ehesten als ein Netzwerk für Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meinungen" (Habermas 1992, 436) beschreiben lasse, scheint auf den ersten Blick dem geläufigen Verständnis von Öffentlichkeit zu entsprechen, doch datierte Habermas schon 1962 den Verfall ebendieser auf die Mitte des 19. Jahrhunderts (vgl. Habermas 1992, 248 ff.). Umso erstaunlicher mutet es an, dass das *in der Öffentlichkeit* vorherrschende Bild von realer Öffentlichkeit nicht von einer derartigen Diskrepanz zwischen Ideal und Realität zu zeugen scheint:

¹⁷ Habermas bekennt sich zu einer "normativ angelegten Demokratietheorie" und sieht sein Modell im Kontext der *deliberative democracy* (vgl. Habermas 1992, 38).

"Öffentlichkeit ist der Bereich des gesellschaftlichen Lebens, in dem Menschen zusammenkommen, um Probleme zu besprechen, die in politischen Prozessen gelöst werden sollen." (Wikipedia 2018)¹⁸

Die wesentliche Frage, die sich nun stellt, ist, inwiefern sich dieser *Bereich*, als der die Öffentlichkeit hier wiederum umschrieben wird, in der Realität tatsächlich manifestiert. Auf den ersten Blick scheint es, als wäre das Pendant zu Agora, Forum und den Kaffeehäusern und Salons der bürgerlichen Öffentlichkeit in der heutigen Zeit am ehesten im Internet zu sehen. Insbesondere auf Social-Media-Plattformen und in Leserforen findet ein Austausch verschiedener Menschen statt, die sich weder (völlig) zeitgleich einfinden noch am selben Ort befinden müssen; überdies sind die in aller Regel schriftlich stattfindenden öffentlichen Diskussionen dokumentiert und üblicherweise zumindest längere Zeit einsehbar.

Nun ist öffentlicher Austausch im Internet nicht mit politischem Diskurs gleichzusetzen, doch ist dies kein Spezifikum des Internets. Eine öffentliche Diskussion über ein Sportereignis ist, sofern sie bzw. es keine politische Relevanz hat, unabhängig von seinem Stattfinden in der analogen oder digitalen Wirklichkeit kein Beitrag zum politischen Diskurs. Gleichzeitig liegt der Verdacht nahe, dass politische Themen, die in klassischen Medien zur Sprache kommen, auch im Internet behandelt werden, und das diese Agendasetzung von den Medien ausgeht (vgl. McCombs 2004, 19f.). Einen empirischen Beleg dafür, dass der Thematisierungs-Ansatz auch für das Internet Gültigkeit beanspruchen kann, lieferte 2015 eine Studie, die positive Korrelationen zwischen *issue ranks* der massenmedialen Nachrichtenberichterstattung und jenen von Twitter-Feeds feststellte (vgl. Conway/Kenski/Wang 2015, 363ff.). Eine andere Studie kam zu dem Schluss, dass die Beziehung zwischen sozialen und traditionellen Medien "keine Einbahnstraße", sondern als wechselseitig einzustufen sei (vgl. Neuman/Guggenheim/Jang/Bae 2014).

Es wäre jedoch vorschnell, von dem Vorhandensein öffentlicher Sphären, die im Internet entstehen und noch entstehen können - und auf die weiter unten noch

¹⁸ Gerade weil die Artikel der Enzyklopädie Wikipedia ein Produkt der Zusammenarbeit normaler Bürger darstellt, diskursgeleitet ist, niemand von der Teilnahme am Schreibprozess gehindert wird, und die Artikel ein breites Publikum erreichen, das sich wiederum am Bearbeitungsprozess beteiligen kann, eignet sie sich in diesem Ausnahmefall (besonders) zur Zitation. Überdies ist der Versionsgeschichte zu entnehmen, dass die angeführte Definition von Öffentlichkeit seit 2013 besteht, d.h. seither von niemandem verändert bzw. keine Veränderung beantragt wurde, was ein Indiz für ihre Akzeptanz darstellt.

einzugehen sein wird - auf eine funktionale Öffentlichkeit bzw. eine funktionale Einbettung der Öffentlichkeit in einer deliberativen Demokratie, wie von Habermas idealisiert, zu schließen. In jedem Fall bedarf seine Untersuchung zur Entstehung der bürgerlichen Öffentlichkeit, von der er seinen Idealtyp und sein Diskursmodell ableitet, einer Betrachtung; immerhin sind wesentliche Teile davon auch heute noch implizit und explizit Teil unserer Vorstellung von Demokratie.

4. 2 Entstehung und Verfall der bürgerlichen Öffentlichkeit

4. 2. 1 Die Konsolidierung des Lesepublikums

Als *bürgerliche Öffentlichkeit* versteht Habermas die sich im Laufe des 18. Jahrhunderts in Teilen Westeuropas konsolidierende "Sphäre der zum Publikum versammelten Privatleute", die die bis dahin "obrigkeitlich reglementierte Öffentlichkeit" für sich beanspruchte, und sich als kritische, politisch wirksame Instanz etablierte, die selbst nicht herrschte, aber das *Prinzip der bestehenden Herrschaft* zu unterlaufen trachtete (vgl. Habermas 1990, 86f.). Ihr Konstitutionsprozess nimmt seinen Ausgang zunächst in England und Frankreich.

Noch lange vor dem durch die Französische Revolution ausgelösten Politisierungsschub (vgl. ebd., 14) bilden sich in Frankreich Ende des 17. Jahrhunderts *literarische Öffentlichkeiten*, in denen über ästhetische Fragen, Kunst, Musik und Theater diskutiert wird (vgl. Hohendahl 2000, 8). Es handelt sich dabei jedoch "nicht nur um eine soziologisch einigermaßen genau lokalisierbare Gruppe, sondern um eine Kommunikationsstruktur" (ebd.), die unter der Betitelung *la cour et la ville* firmiert und eine neue gesellschaftliche Ordnung unter Ludwig XIV. bezeichnet. Diese neue literarische Öffentlichkeit, von Habermas auch als *Lesepublikum* (Habermas 1990, 18) bezeichnet, entfaltete damals schon gesellschaftlichen Einfluss und prägte neue Verhaltens- und Geschmacksideale ("Preziosität"). Der Aufstieg dieses *Publikums*, das in Cafés und Salons zusammenfindet und um Institutionen organisiert, geht einher mit der abnehmenden politischen Relevanz des Hofes. (Hohendahl 2000, 9). Das Publikum stellte einen heterogenen Personenverbund dar, der sich aus adeligen Hofleuten, dem Großbürgertum und auch dem Amtsadel zusammensetzte, und dem schon bald eine kollektive Meinung, später die *opinion publique* zugesprochen wurde. In Zeitungen

und Zeitschriften, die einen regelrechten Boom erleben, findet diese ihren Ausdruck - und so kommt es zu einer allmählichen Abspaltung von der *Öffentlichkeit der öffentlichen Verwaltung* (Hölzing 2012, 40) - in den Worten Habermas von der *repräsentativen Öffentlichkeit* (Habermas 1990, 17).

Auch in England bildete sich etwa zeitgleich, um 1700, ein *Publikum* heraus, das von den Herausgebern so genannter *Moralischer Wochenschriften* (wie *Tatler* oder *Spectator*) implizit von Regierung und Staat unterschieden und explizit als *the publick* referenziert wurde (vgl. Hohendahl 2000, 10). Ausschlaggebend für den Erfolg dieser Blätter sieht Hohendahl in der den zeitgemäßen Bedürfnissen der Leserschaft entsprechenden Gestaltung der Periodika, die "der Form des literarisch-moralischen Gesprächs" entsprachen:

"[L]iterarische Öffentlichkeit wird in der Zeitschrift selbst inszeniert. (...) Der Rezipient wird durch die Lektüre zur Teilnahme an der literarisch-moralischen Kommunikation aktiviert, und eben dadurch entsteht 'the public'" (ebd., 11)

Die Zeitungen und Zeitschriften dienten so als Vorbild und Spiegel der Reflexion und Konsolidierung des Publikums (vgl. Hölzing 2002, 41). Während sich die Situation in England durch eine wesentlich stärkere Dominanz politischer Inhalte gegenüber Frankreich abhob, fehlten solche in Deutschland, wo eine literarische Öffentlichkeit überhaupt erst einige Jahrzehnte später aufkeimt, zunächst gänzlich (vgl. Hohendahl 2000, 10ff.). Verbunden sind die Situationen in den drei Ländern gemäß Habermas durch drei wesentliche Charakteristika, die jene literarischen Öffentlichkeiten, die sich selbst noch nicht als Öffentlichkeiten begriffen, teilten: Die Irrelevanz des gesellschaftlichen Status der am Diskurs Teilhabenden; die Behandlung und Problematisierung von Themen, die bisher nicht hinterfragt worden waren; und die grundsätzliche Unabgeschlossenheit des Publikums - jeder soll dazugehören *können* (vgl. Habermas 1990, 97f.). Strukturell kamen diese unterschiedlichen Formen literarischer Öffentlichkeiten, die nun zu ihrer Verbreiterung und Verankerung ansetzen sollten, der späteren bürgerlichen Öffentlichkeit schon nahe. Ehe wir uns den Umstände zu sprechen kommen, die die Herausbildung literarischer Öffentlichkeiten erst möglich machten, und uns schließlich dem Prozess ihrer Politisierung zuwenden, wollen wir uns kurz den Ausführungen Hannah Arendts zu

den Zusammenhängen zwischen der Entstehung der Gesellschaft und dem damit einhergehenden Ende der altertümlichen Trennung von Oikos und Polis widmen.

4. 2. 2 Exkurs: Das Öffentliche, das Private und die Gesellschaft

Die angesprochene strukturelle Ähnlichkeit der literarischen mit der politisierten, bürgerlichen Öffentlichkeit, zu der sie sich später entwickelte, "hat ihren normativen Ursprung in dem Gegensatz zwischen einem öffentlichen Raum, der dem Handeln und dem Sprechen vorbehalten ist, und einer Privatsphäre für die Organisation der materiellen Reproduktion" (García Leguizamón 2009, 37). Diese Kategorien finden sich schon im antiken Griechenland: die *Sphäre der Polis* entspricht dem öffentlichen, die *Sphäre des Oikos* dem privaten Bereich; erstere ist von letzterer strikt getrennt. (vgl. Habermas 1990, 56) Für den Bürger der griechischen Polis, der als aristotelisches *Zoon politikon*, also als genuin politisches Wesen, begriffen wurde, verschob sich schon bald der Akzent vom Handeln zum Sprechen im Sinne der Persuasion (vgl. Arendt 2002, 36):

"Politisch zu sein, in einer Polis zu leben, das hieß, daß alle Angelegenheiten vermittels der Worte, die überzeugen können, geregelt werden und nicht durch Zwang oder Gewalt." (ebd., 37)

Diese Trennung zwischen dem *Bereich des Haushaltes*, wo es um Sklavenarbeit und Reproduktion geht und "das Reich der Notwendigkeit und der Vergänglichkeit im Schatten der Privatsphäre versunken [bleibt]" (Habermas 1990, 57) und dem *Reich der Polis* bilden "die selbstverständliche und axiomatische Grundlage des gesamten politischen Denkens der Antike" (Arendt 2002, 39). Eine derartige Trennung ist dem neuzeitlichen Denken fremd: Arendt zeichnet das Bild der modernen Gesellschaft als *Familienkollektiv*, das politisch als Nationalstaat organisiert ist. Ein Begriff wie *politische Ökonomie* hätte im antiken Denken einen Oxymoron dargestellt, da das Ökonomische per definitionem nicht in den Bereich des Politischen fiel. (vgl. ebd.)

Eine solche Auffassung war nur möglich durch die Koexistenz zwei so unterschiedlicher Sphären, von denen die eine den Bedürfnisse und Notwendigkeiten des (Über-)Lebens galt, und die andere sich über diese als "Reich der Freiheit" (Habermas 1990, 57; Arendt 2002, 40) erhob. Die Befreiung von den

naturgegebenen Zwängen ersterer Sphäre führte den Bürger zur *Freiheit in der Welt*, in der Herrschen und Beherrschen keine Kategorien waren; das Freisein stand für einen herrschaftslosen Raum. (vgl. Arendt 2002, ebd., 42f.) Nach dem Niedergang des Römischen Reichs, in dem die gesellschaftliche Organisation noch durch eine ähnliche Unterteilung in öffentliche und private Sphäre geregelt wurde, füllte im Mittelalter zunehmend die katholische Kirche das entstandene Öffentlichkeitsvakuum: An die Stelle von Agora und Forum traten die Kirche und andere geistliche Orte¹⁹. Das Religiöse trat an die Stelle des Öffentlichen, "während der Bereich des Weltlichen in den Jahrhunderten des Feudalismus ganz und gar an die Stelle rückte, die in der Antike dem privaten Bereich zugewiesen war" (Arendt 2002, 44). Die *Privatisierung aller menschlichen Tätigkeiten*, die in veränderter Form bis heute gültig ist, findet also im Mittelalter statt, und bedeutet damals ein erstes Ende einer dem Diesseits zugewandten Öffentlichkeit²⁰. Zwar wird im Mittelalter das Vorhandensein eines *Gemeinwohls* anerkannt, es fehle aber "jenes [merkwürdige Zwischenreich], in dem privaten Interessen öffentliche Bedeutung zukommt und das wir Gesellschaft nennen" (ebd., 45).

Die in die Neuzeit fallende Entstehung der Gesellschaft, dem *sozialen Raum*, ging wiederum einher mit der Verlagerung des "Innere[n] des Haushalts mit den ihm zugehörigen Tätigkeiten, Sorgen und Organisationsformen aus dem Dunkel des Hauses in das volle Licht des öffentlich politischen Bereichs" (ebd., 48). Sie bedeutet einerseits die Verwischung der einstig so strikten Trennung von Oikos und Polis, und andererseits die Geburtsstunde der *Intimität*. Auf den ersten Blick mag dies angesichts der langen Tradition des Oikos und der für uns so selbstverständlichen semantischen Nähe bis Gleichsetzung von Privat- und Intimsphäre verwundern, doch zeigt schon die Herkunft des Begriffs *privat*, dass der Begriff einen wesentlichen Bedeutungswandel durchgemacht hat. Weist der Duden (2018e) den Begriff als Synonym u.a. für *persönlich*, *vertraut* und eben auch *intim* aus, so leitet er sich vom lateinischen *privatus* ab, das für "(der Herrschaft) beraubt; gesondert; für sich stehend; nicht öffentlich" bedeutet. Von der antiken Geringschätzung der heute so

¹⁹ Zwar ist im Mittelalter eine Abwendung vom Diesseits evident, doch war auch schon die Beteiligung am politischen Geschehen im antiken Griechenland insofern (auch) religiös motiviert, als nur die Polis über die Endlichkeit des Lebens hinwegzutrusten vermochte und die Bürger hier "Spuren für die Nachwelt hinterlassen" zu können meinten. (vgl. Fraunschiel 2009, 21)

²⁰ Es soll noch einmal darauf hingewiesen werden, dass hier nicht in jenem Sinne von *Öffentlichkeit* die Rede ist, wie sie in den vorangegangenen Kapiteln charakterisiert wurde und von der gesagt wurde, dass sie also solche erst in der Neuzeit festzustellen ist.

positiv besetzten *Privatsphäre* zeugt auch das Schimpfwort *Idiot*, das der Etymologie nichts anderes als *Privatperson* bedeutet (DWDS 2018) und ein "nur innerhalb unseres eigensten [...] Bereichs verbrachtes Leben 'idiotisch'" (Arendt 2002, 48) genannt wurde.

Wurde die Privatsphäre der Antike als Beraubung aufgefasst, so fühlt man sich heute eher um die Beraubung seiner Privatsphäre bedroht; einhergehend mit der Aufwertung der Privatsphäre durch den "neuzeitlichen Individualismus" wurde der zur besseren Unterscheidung *Intimsphäre* zu nennende Bereich auch nicht der Gegensatz zum *Politischen*, d.h. dem, was der Polis entsprach, sondern eben der *Gesellschaft*. Die neue Dichotomie *Gesellschaft* - *Intimsphäre* ist ein Charakteristikum der Neuzeit, das sie von der Antike, an der sie sich nach der Überwindung des oft "dunkel" genannten Mittelalters viel stärker orientiert (Renaissance, Renaissance-Humanismus), ganz wesentlich unterscheidet.

Die neue Dichotomie ist für Arendt nun insofern problematisch, als in der (Massen-)Gesellschaft die *Öffentlichkeit* im Sinne eines politischen Raums zu verschwinden beginnt und damit auch das Private bedroht ist, denn: Öffentlichkeit und Privatsphäre bedingen einander (vgl. Arendt 1960, 430f.). Die Unterscheidung zwischen dem *politischen* bzw. *öffentlichen* und dem *sozialen* Raum ist für Arendt essenziell. Die Antike hatte keinen Begriff für letzteren, sie kannte noch keine "Gesellschaft", nur die Unterscheidung der privaten und politischen Sphäre (vgl. Vowinckel 2006, 43). Sie entstand gemäß Arendt zu jenem Zeitpunkt, als "Privatbesitz aufhört[e], ein privates Anliegen zu sein, und [anfang] eine öffentliche Angelegenheit zu werden". Um dies zu verstehen, muss man wissen, dass Arendt zwischen *Eigentum* - das es immer gab, das den privaten Bereich absicherte, dem Eigentümer einen Platz in der Welt zuordnete, und das nur insofern vom Interesse der Polis war, als es als von ihm gesonderter Bereich zu schützen war - und *Besitz* - der in der Neuzeit zu Kapital und so zum "Anliegen mit öffentlichem Interesse" (Fraunschiel 2009, 25) wurde -, unterscheidet. Einhergehend mit der zum öffentlichen Anliegen gewordenen (und dadurch auf Expansion, d.h. Anhäufung von Reichtum ausgerichteten) Ökonomie - die sich begrifflich vom *Oikos* ableitet - kommt es zu einer Überschwemmung des öffentlichen Raums mit (einst) privaten Anliegen (vgl. ebd., 8; 29). Mit anderen Worten: Es kam zu einem Verschwinden des öffentlichen Raums im Sinne einer genuin *politischen* Sphäre, in der das (politische) *Handeln* durch das *Sich-Verhalten* (vgl. Arendt 2002, 53) ersetzt wurde.

4. 2. 3 Die kurze Blüte der bürgerlichen Öffentlichkeit

Für Habermas lässt sich für die Zeit nach dem Untergang des Römischen Reichs und dem Ende der Polis schließlich im Absolutismus nur das Vorhandensein einer *repräsentativen Öffentlichkeit* feststellen; "[E]in eigener, von einer privaten Sphäre geschiedener Bereich lässt sich für die feudale Gesellschaft des hohen Mittelalters soziologisch [...] nicht nachweisen" (Habermas 1990, 60). (*Proto-Öffentlichkeit* existierte im Mittelalter bloß in Form eines *Statusmerkmals*, dessen Inhaber eine höhere Gewalt repräsentiert. Einen Ort hat diese Form von Öffentlichkeit, die "keine Sphäre der politischen Kommunikation" ist, allein bei den Geistlichen; gleichwohl ist sie stets auf eine (soziale) Umgebung angewiesen, vor der sie sich präsentieren kann (vgl. ebd., 65). Infolge der Erschütterung der feudalen Herrschaftsgrundlagen "auf der Basis der frühkapitalistischen Verkehrswirtschaft", die die Entstehung nationaler und territorialer Machtstaaten zur Folge hatte, kam es nach Jahrhunderten der auch durch den Humanismus beeinflussten "Umstilisierung des Hoflebens" (vgl. ebd., 63ff.) allmählich zu einer Reihe von Modernisierungen, von der Trennung des privaten Vermögens des Landesherrn vom öffentlichen Budget über die Einführung der Religionsfreiheit bis hin zur Objektivierung von Institutionen der öffentlichen Gewalt. Insgesamt beobachtet Habermas eine zunehmende Privatisierung des Hofes sowie eine allmähliche, sich unter dem Einfluss der Aufklärung vollziehende Entwicklung der Sphäre der *bürgerlichen Gesellschaft*, die sich dem Staat entgegenstellte (vgl. ebd., 66f.), und die Vorboten des Endes der repräsentativen Öffentlichkeit, das sich bereits seit dem 15. Jahrhundert angekündigt hatte, aber sich letztlich doch bis ins späte 18. Jahrhundert zog (vgl. García Leguizamón 2009, 38).

Dieser gesellschaftliche Aufstieg des Bürgertums, der auch mit einem veränderten Selbstverständnis einherging, ging der Etablierung der bürgerlichen Öffentlichkeit voraus. Das bis dahin ästhetisch agierende und vor allem in der Kunstkritik geübte Lesepublikum wurde durch die massive Bedeutungszunahme an Periodika, die schon ursprünglich zu ihrer Konstitution beitrugen, - in England etwa verdoppelte sich der Umsatz von Tageszeitungen und Wochenschriften binnen weniger Jahrzehnte (vgl. Jäckel 1999, 218) - und dem mit der Aufklärung und der Französischen Revolution verbundenen Politisierungsschub des sozialen Lebens (vgl. Habermas 1990, 14) entscheidend geprägt und beeinflusst. Es etablierte sich

eine neue Dichotomie: Der sich aus (nunmehr auch über politische Themen) räsonierenden Privatleuten zusammensetzende und in der Größe anwachsende Personenverband wurde zum politisch wirkungsvollen Gegenstück und zur Kontrollinstanz des Staats, welcher der *diskursiven Öffentlichkeit* in Form der *öffentlichen Gewalt* gegenüberstand (vgl. ebd., 76).

Dabei konstatiert Habermas jene sphärische Verschiebung des Haushalts mitsamt seinen Begleiterscheinungen, die, wie im vorangegangenen Kapitel erörtert, vor ihm schon Arendt beschrieben hatte. Habermas spricht von der "öffentlich relevant gewordene[n] Privatsphäre der Gesellschaft", die Arendt gemeint habe, als "sie das moderne Verhältnis der Öffentlichkeit zur Privatsphäre, im Unterschied zum antiken, durch die Entstehung des 'Sozialen' charakterisiert[e]" (ebd.). Die "architektonische Einteilung des Hauses in private und öffentliche Räume" (Hölzing 2012, 41) der bürgerlichen Kleinfamilie verweist einerseits auf die antike Trennung von öffentlichem und privatem Bereich *innerhalb* der eigenen vier Wände; gleichwohl trug die Architektur auch der neuentdeckten, "von ökonomischen Zwängen befreit[e]" *Intimität* Rechnung, indem sie jedem Familienmitglied eine eigenes Zimmer zuwies (vgl. ebd., 41f.).

Die politische Öffentlichkeit der bürgerlichen Gesellschaft griff auf die ihr vorausgehende Struktur der literarischen Öffentlichkeit zu und basierte entsprechend auf der Idee des vernunftbasierten Diskurses. Der Ruf der besitzenden Bürger nach politischer Teilhabe war eine Konsequenz davon, dass "Warenverkehr zu einem Gegenstand von öffentlichem Interesse und von Politik" (ebd., 43) wurde; wenngleich die Forderung damit auch auf eigenen materiellen Interessen beruhte, beschränkte sie sich nicht auf diese; aus dem zur literarischen Öffentlichkeit gewachsenen Lesepublikum hervorgehend, musste sich die politische Öffentlichkeit nicht neuerlich konsolidieren; durch die gemeinsame Beschäftigung und Auseinandersetzung mit Periodika und Literatur im Diskurs geübt, wurde sie "nun durch die Vermittlungsinstanz der Presse und deren professioneller Kritik zusammengehalten" (Habermas 1990, 116). Es kommt, in den Worten Habermas', lediglich zu einer *Umfunktionierung* jener literarischen Öffentlichkeit, die den "Erfahrungszusammenhang der [...] Privatheit auch in die politische Öffentlichkeit" miteinbringt. Das bedeutet, dass die neuen, geteilten Erfahrungen mit *Intimität* und der gemäß Habermas daraus wachsenden Vorstellungen und Ideen von *Humanität* - die ihren Ort in der neuen intim-privaten, und nicht wie bei den Griechen in der

öffentlichen Sphäre haben - maßgebliche Bedeutung zukommt. Die vom "Publikum der rasonierenden Privatleute" verkörperte Öffentlichkeit eignete sich die "obrigkeitlich reglementierte Öffentlichkeit" an und die *Sphäre des Sozialen*, also die Gesellschaft, wird fortan im Zusammenspiel von *öffentlicher Gewalt* und *öffentlicher Meinung*, d.h. der *bürgerlichen Öffentlichkeit* geregelt. Für dieses Zusammenspiel benutzt Habermas den Begriff der *Polemik* im ursprünglichen Sinn, also des politischen Streits oder Streitgesprächs (vgl. ebd., 116f.).

Die literarische Öffentlichkeit bestand gemäß Habermas indes weiter und war hinsichtlich des Personenkreises nicht deckungsgleich; Frauen, die von der politischen Öffentlichkeit ausgeschlossen waren, prägten erstere umso stärker. Gleichzeitig gibt Habermas an, dass Öffentlichkeit vom Selbstverständnis her als "eins und unteilbar" aufgefasst wurde, eine wirkliche Trennung also nicht Realität war (vgl. ebd.). Noch einmal verweist Habermas damit auf die essentielle Bedeutung, die die Genese der bürgerlichen Öffentlichkeit aus dem Leseublikum hatte: in ihr selbst sei schon der diskursive, *politische Charakter* festzustellen gewesen. Schon in ihr sei es über den Weg des Raisonnements zu einer *Emanzipation* über das von den Griechen als Lebensnotwendige eingestufte und zur Entwicklung der Idee von *Humanität* gekommen. (ebd., 248ff.)

In diesem zunehmend politisierten Publikum schließlich entfaltete sich ein "Bewußtsein, das gegen die absolute Herrschaft den Begriff und die Forderung genereller und abstrakter Gesetze artikuliert" und das sich selbst, in Form der *öffentlichen Meinung*, zur (einzigen) Legitimationsgrundlage ebendieser Gesetze erhebt (vgl. ebd., 119). Nicht zufällig fällt auch die Entstehung des Begriffs der Öffentlichkeit zeitlich in genau jene Phase, in der das Leseublikum sich zu politisieren begann:

"Wenn Öffentlichkeit erst in dieser Periode nach ihrem Namen verlangt, dürfen wir annehmen, daß sich diese Sphäre, jedenfalls in Deutschland, erst damals gebildet und ihre Funktion übernommen hat; sie gehört spezifisch zur 'bürgerlichen Gesellschaft' [...]" (ebd., 56)

Dem gesellschaftlichen Wandel und dem Aufstieg des Bürgertums ging "eine langsame, aber grundsätzliche Änderung der ökonomischen Verhältnisse" (Schiewe 2004, 253) voraus, die in einem ambivalenten Verhältnis zur Gesellschaftsordnung

standen: Der Frühkapitalismus wirkte einerseits stabilisierend, andererseits etablierte er durch den Fernhandel auch den *Waren-* und *Nachrichtenverkehr* (vgl. Habermas 1990, 70). Die Folge davon war die Herausbildung einer neuen bürgerlichen Schicht "aus Händlern, Bankiers, Verlegern, Manufakturisten, Ärzten, Juristen, Pfarrern und dem neuen Stand der Gelehrten" (Schiewe 2004, 253). Beide Seiten, sowohl die bürgerliche Öffentlichkeit als auch die öffentliche - d.h. staatliche - Gewalt, erkannten die Mächtigkeit der Presse, doch die Machtverhältnisse ließen es in Deutschland vor dem 19. Jahrhundert noch nicht zu, dass sich erstere ihrer bediente - und so blieb die literarische Öffentlichkeit vor der Französischen Revolution - im Gegensatz zur französischen und englischen - zwangsläufig der Ästhetik verhaftet (vgl. Hohendahl 2000, 12).

Diese spezifisch deutsche "Öffentlichkeit in unpolitischer Gestalt - die literarische Vorform der politisch fungierenden Öffentlichkeit" (Habermas 1990, 88) der damaligen Zeit stand in engem Zusammenhang mit dem *aufgeklärten Absolutismus* in Preußen (Friedrich II.) und Österreich (Maria Theresia, Joseph II), durch deren Reformen aufrührerischen Tendenzen in der Gesellschaft Einhalt geboten wurde und das konfrontative Potenzial der Bürger sich in Grenzen hielt (Schiewe 2004, 255f.). Der Leidensdruck war noch nicht so groß, um zur Triebfeder zu werden: "Eine Opposition mit politischem Anspruch formierte sich [...] erst unter dem Eindruck der Befreiungskriege und der alle Erwartungen enttäuschenden Restaurationen" (ebd., 258). Gegen Habermas' Darstellung wendet er ein, dass dieser zu ökonomistisch argumentiere (vgl. ebd., 257ff.); aus der literarischen, bloß rezeptiven Öffentlichkeit sei erst dadurch eine genuin politische geworden, als "die eigene Rezeptivität zum Gegenstand erneuter Reflexion" wurde und das "Räsonieren in ein Programm übergang" (ebd., 258f.); erst das tatsächliche Auftreten gegen die öffentliche Gewalt konstituierte die *politische* Öffentlichkeit²¹. Konsequenterweise könne man daher erst zwischen 1830 und 1848 von einer solchen Sphäre sprechen (vgl. ebd., 264).

Habermas (1990, 250ff.) wiederum verortet Mitte des 19. Jahrhunderts Verfallserscheinungen der bürgerlichen Öffentlichkeit, als sich die Trennung von Staat und Gesellschaft - im Sinne der Abgrenzung der öffentlichen, staatlichen Gewalt von der gesellschaftlichen Reproduktion - vollzog. Durch den staatlichen

²¹ Schiewe (2004, 258) betont in diesem Zusammenhang die herausragende Rolle der studentischen *Burschenschaften*, die Literatur nicht als ästhetische Utopie, sondern als "Wahrheit, die Wirklichkeit werden [musste]" betrachteten.

Eingriff in die Privatsphäre wie die Privatisierung öffentlicher Kompetenzen, also einer wechselseitige Substitution gesellschaftlicher und öffentlicher Gewalt (vgl. ebd., 226), verwischen sich die Grenzen von Öffentlichkeit und Privatheit und so beginnen "die Konturen der bürgerlichen Öffentlichkeit [zu] zerfallen" (ebd., 23).

Das "räsonierende Publikum verliert an Vitalität" (García Leguizamón 2009, 41): Es kam zu einem Wegbrechen bzw. einer Transformation jener Institutionen, die das politische Publikum konsolidierte und zusammenhielt. Dichterzeitschriften und Musenalmanache weichen zunächst kommerziellen literarischen Familienzeitschriften, später programmatischen Literaturzeitschriften, und mit dem Verlust des familiären literarischen Zusammenhangs kommt es zu einem Verschwinden des *Salons*. Übrig blieb letztlich eine "entliterarisierte Pseudoöffentlichkeit" und an die Stelle der bürgerlichen Öffentlichkeit trat *bürgerliche Geselligkeit* (Habermas 1990, 250f.).

4.3 Vom Räsonnement zum Konsum: Die moderne Medienöffentlichkeit

Im Laufe des 19. Jahrhunderts verlor nicht nur die bürgerliche Öffentlichkeit ihre politische Bedeutung, sie galt auch, gemeinsam mit der *öffentlichen Meinung*, als zunehmend negativ konnotiert, da sie als ihres emanzipatorischen Potenzials entledigt angesehen wird (vgl. Hohendahl 2000, 75) und ihren "privaten Charakter einer Sphäre von autonomen Privatleuten" (Hölzing 2012, 45) verloren hatte.

Nachdem die "Diskussion zwischen kopräsenten Individuen in einem gemeinsamen Raum" bereits im 19. Jahrhundert einer massenmedial vermittelten Kommunikation wich, an die Stelle des öffentlichen Diskurses also primär *veröffentlichter* Diskurs trat, nahmen neben der Zeitung im 20. Jahrhundert das Radio und nach dem zweiten Weltkrieg auch das Fernsehen bedeutende Rollen ein. Die elektronischen Medien hätten jedoch nur zu einer Zunahme an *veröffentlichter Meinung* geführt, die sich als öffentliche Meinung inszenierte:

"Jenseits der durch die Medien „veröffentlichten Meinung“ sind zwar weiterhin informell Meinungen im Umlauf, diese schaffen es jedoch nicht, in den Kreislauf der öffentlichen Meinungsbildung integriert zu werden, da sie keinen Zugang zu den kommunikativen Räumen haben, in denen sie Publizität

erreichen, diskutiert und ausgefeilt werden könnten." (García Leguizamón 2009, 41f.)

Der Öffentlichkeitspessimismus, der auch in Habermas' Werk dominiert, zieht sich durch das zwanzigste Jahrhundert hindurch und geht weit über die Frankfurter Schule hinaus; auch in den Staaten diagnostizierten Wissenschaftler und Journalisten in den 1950er-Jahren "das Ende der liberalpolitischen und kulturellen Öffentlichkeit" (Strum 2000, 92). So geht auch Habermas' *Strukturwandel der Öffentlichkeit* über eine Analyse hinaus und schlägt die Brücke zur Gegenwart, in der er das Fehlen einer diskursiven Öffentlichkeit beklagt (ebd., 94). Er attestiert eine "Refeudalisierung" (Habermas 1990, 292) der nunmehrigen *Medienöffentlichkeit*, die den Staatsbürger auch aus Sicht der öffentlichen Gewalt als bloßen Konsument erscheinen lassen (Strum 2000, 95). Aus seinem Urteil über die "Medienmacht" klingt der Pathos der Frankfurter Schule: Nicht nur hätten sie die neue Öffentlichkeit vorstrukturiert, beherrscht und so in eine "vermachtete Arena" transformiert; manipulativ eingesetzt habe sie auch "dem Prinzip der Publizität seine Unschuld [geraubt]" (Habermas 1990, 28). Nach der Ablösung der mittelalterlichen *repräsentativen Öffentlichkeit* durch die *bürgerliche Öffentlichkeit* in der Spätaufklärung weicht also diese wiederum im Laufe des 20. Jahrhunderts der *vermachteten Medienöffentlichkeit*.

Betont werden muss an dieser Stelle, dass Habermas im Vorwort zur Neuauflage von 1990, ein Jahr nach der erstmaligen Veröffentlichung (und breiten Rezeption) der englischen Übersetzung (s. Habermas 1989) - und damit knapp drei Jahrzehnte nach der Erstveröffentlichung - selbst einräumte, dass Revisionen nötig seien: er habe das kritische Potential eines "pluralistischen, nach innen weit differenzierten Massenpublikum[s]" unterschätzt. An seiner Einschätzung hinsichtlich der Machtverhältnisse hält er jedoch fest. (vgl. Habermas 1990, 29f.).

Alexander Zeitelhack verweist auf die Macht, die in der Medienöffentlichkeit den Chefredakteuren zufällt, welche die Leitlinie des Mediums vorgeben und als *Gatekeeper* zwangsläufig Agenda-Setting betreiben (Zeitelhack 2014, 169). In der zunehmend globalisierten Massengesellschaft des 20. Jahrhundert wurde durch die Mengen an zur Verfügung stehenden Informationen aus aller Welt eine kontinuierliche Schwerpunktsetzung erforderlich; diese Schwerpunktsetzung wiederum ging einher mit subjektiven Interpretationen und Gewichtungen. Mit dem

Aufkommen des Radikalen Konstruktivismus²² in den 1980er-Jahren verbreitete sich eine dem Namen gerecht werdende, radikale Auffassung: *Medien konstruieren Wirklichkeit* (vgl. Weber 2002, 11; Burkart 2002, 302ff.).²³

4. 3. 1 Medienöffentlichkeit als "Wirklichkeitskonstruktion"

Mit der zunehmenden Professionalisierung der Sozialwissenschaft und insbesondere mit dem Aufkommen der Kommunikationswissenschaft erfuhren massenmediale Kommunikationsprozesse und damit auch das Phänomen *Öffentlichkeit* im 20. Jahrhundert eine ganz neue Beobachtung und mit neuen Methoden verbundene Erforschung. Zunächst gilt es festzuhalten: "[N]icht Abbildung, sondern Auswahl und Interpretation sind die elementaren Kennzeichen jedweder medialen Berichterstattung" (Burkart 2002, 275). Diese Einschätzung mutet zunächst banal an: Es wird schließlich niemand erwarten, dass Medien über jedes Ereignis, geschweige denn jegliches Geschehen informieren. Wenngleich Motive der Mediennutzung stark variieren, darf davon ausgegangen werden, dass eine Auseinandersetzung mit allgemeiner Berichterstattung, vulgo den "News" oder "Neuigkeiten", mit einem grundsätzlichen Interesse seitens des Rezipienten am Weltgeschehen - oder zumindest an nationalen bzw. regionalen Ereignissen - einhergeht.

Doch schon bei der "Definition eines diskreten Realitätsausschnitts als 'Ereignis'" agiert der Kommunikator als Konstrukteur, dessen Leistung über ein bloßes Selektieren hinausgeht (vgl. Schulz 1976, 8). Dass schon dieser Selektionsprozess von "subjektiven Entscheidungen und Einstellungen" des *wire editor* - der damals aus den (durch den Fernschreiber) eingehenden Agenturmeldungen auswählte - geprägt war, wurde in den 1950er-Jahren in der journalistischen *Gatekeeper-Forschung* erkannt (vgl. Burkart 2002, 276). Ein weiterer wesentlicher Schritt in der Erforschung der Struktur massenmedialer Kommunikation bestand in der Integration dieses Ansatzes in ein umfassendes Modell, welches auf

²² Der Radikale Konstruktivismus ist eine philosophische Strömung, die die Möglichkeit objektiver Erkenntnis der Welt negiert und Realität als subjektive Wahrnehmungskonstruktion des Gehirns versteht. (vgl. von Glasersfeld 1997). Zentrale Positionen des Radikalen Konstruktivismus wurden zum grundlegenden Paradigma verschiedener Denkmodelle und Ansätze unterschiedlichster Disziplinen, etwa in der Psychotherapie (*Systemische Familientherapie*) oder in der Pädagogik (*systemische Didaktik*).

²³ Die Position des *ontologischen Konstruktivismus* (vgl. Weber 2002, 12) soll an dieser Stelle nicht diskutiert werden; relevant ist die Frage, wie sich die sog. *Medienwirklichkeit* von der sozusagen aus erster Hand erlebten Realität unterscheidet.

die Institution fokussierte. (vgl. ebd., 277; 494ff.) Ein weiterer Ansatz ist die *Nachrichtenwert-Theorie* der 1960er- und 1970er-Jahre, die von impliziten Kriterien, den *Nachrichtenfaktoren*, ausgingen und anhand dieser Annahme einen "systematischen Zusammenhang zwischen bestimmten Ereignissen bzw. ihren Merkmalen und ihrem Nachrichtenwert" ausgingen (vgl. ebd., 279).

An dieser Stelle scheint es sinnvoll, sich noch einmal Luhmanns einleitende Worte zu seinem Spätwerk *Die Realität der Massenmedien* vor Augen zu führen, die er am Ende des 20. Jahrhunderts formulierte, als das Internet - als weltweit massenhaft genutztes Medium - noch in den Anfängen steckte: "*Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.*" (Luhmann 1996, 9) Vor diesem Gedanken wird schließlich auch die Rede von der *Medienwirklichkeit* begreiflich: Wenn sich beträchtliche Teile unseres Wissens der Vermittlung durch Massenmedien verdanken, also gewissermaßen Erfahrungen zweiter Hand sind, dann ist es sinnvoll, diesem ständig anwachsenden Konglomerat an Informationen (aus verschiedenen Quellen), dem zumindest größtenteils vertraut wird, mit der Betitelung als eigener Realität oder Wirklichkeit gerecht zu werden.

Damit ist zunächst nicht gemeint, dass Massenmedien grundsätzlich ein falsches Bild der Realität zeichnen, wenngleich Stefan Weber 2002, noch lange vor dem Auftauchen des Kampfbegriffs der *Fake-News*, mit Verweis auf Fälle wie die vom Stern publizierten und später als Fälschungen entlarvten "Hitler-Tagebüchern Tom Kummers fingierte Interviews und Michael Borns gefälschte Dokumentation von einem *Trend* zu mehr Konstruktivismus spricht (vgl. Weber 2002, 14). Vielmehr ist die Rede von der *Medienwirklichkeit* eine Konsequenz der Tatsache, dass diese als (mitunter verzerrte, zwangsläufig konstruierte) Repräsentation eines zunehmend größeren Ausschnitts der tatsächlichen (d.h. der intersubjektiv erfahrbaren) Wirklichkeit fungiert, dass also "das den Massenmedien entnommene Wissen sich wie von selbst zu einem selbst verstärkenden Gefüge zusammenschließt" (Luhmann 1996, 9) - und dabei durch Farbe, Bewegtbild- und Liveaufnahmen zunehmend "lebensechter" wurde; primär aber, weil mit dem Begriff ein Wissen um wesentliche Unterschiede zur Erfahrung *aus erster Hand* zum Ausdruck kommt; zu einem Gutteil unvermeidbare, die in der Natur der Berichterstattung liegen, und etwa, wie weiter oben ausgeführt, der zwangsläufigen Subjektivität von Journalisten bei der

Bestimmung und Interpretation von Ereignissen sowie der Berichterstattung über diese geschieht.

Mit dem Begriff der *Medienwirklichkeit* wurde im konstruktivistischen Diskurs einer gesellschaftsprägenden Tendenz Rechnung getragen, die breit diskutiert wurde (vgl. Bentele 1993; Weber 2002). Mit der Tatsache, dass "in modernen Massendemokratien tagtäglich eine Vielzahl an Informationen bereitgestellt wird, die ein unmittelbares Beobachten der Umwelt ersetzen" (Jäckel 2008, 243), geht auch der Einfluss der Massenmedien auf die *Öffentlichkeit* einher: In der Darstellung Habermas' präsentierte sich diese um 1990 als von den Massenmedien strukturierte und beherrschte *Arena* (vgl. Habermas 1990, 28). Wenngleich Habermas die Bedeutung der Massenmedien hinsichtlich des Öffentlichen nicht verkannte, kann von einer Nähe zu Luhmanns *Theorie der öffentlichen Meinung* keine Rede sein.

4. 3. 2 Öffentlichkeit aus systemtheoretischer Perspektive

Die Öffentlichkeitsmodelle Luhmanns und Habermas' sind nicht zuletzt deshalb schwer zu vergleichen, weil sich ihre Gesellschaftstheorien in der Herangehensweise grundlegend unterscheiden: Luhmanns (1992, 1996) Modell folgt dem Paradigma der Systemtheorie und ist eine deskriptive *Supertheorie*, mit dem Ziel verbunden, die Gesellschaft als Gesamtheit sowie ihre Teilsysteme zu *erklären*; Habermas (1990) dagegen entwirft ein normatives *Idealmodell*, in der die vom rationalen Diskurs geprägte, politische Öffentlichkeit eine *Gegenöffentlichkeit* zu der von den Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit darstellt. Die Auffassungsunterschiede sind so grundlegend, dass Luhmann Habermas absprach, überhaupt eine soziologische Gesellschaftstheorie entworfen zu haben, da diese von einem Ideal und nicht der Realität ausgehe; Habermas wiederum sieht es als Voraussetzung von Wissenschaft, den eigenen normativen Anspruch zu reflektieren und darzulegen (vgl. Horster 1999, 33f.).²⁴ Die Debatte ging als "Habermas-Luhmann-Kontroverse" in die Wissenschaftsgeschichte ein (vgl. Habermas/Luhmann 1990).

Michael Jäckel beschreibt Luhmanns *Theorie der öffentlichen Meinung* als "völlig [andere] Auseinandersetzung mit dem Phänomen 'Öffentlichkeit'", die zunächst von dem - man möchte hinzufügen: von der *Öffentlichkeit* zu einem

²⁴ Dazu stellt Johanna Möller fest: "Es gehört zur Besonderheit des Öffentlichkeitsbegriffs, dass dieser sowohl einen kritischen als auch einen deskriptiven Zugang impliziert" (Möller 2017, 28)

beträchtlichen Teil wahrgenommenen - Output der Massenmedien ausgeht, den Berichten, oder: *Beobachtungen von Beobachtern* (vgl. Luhmann 1992, 77; Jäckel 2008, 243). Dieses Beobachtungsverhältnis von *Systemen* stellt Luhmann nun in verschiedenen Beziehungen fest, etwa Journalist und Politik, Politik und Wirtschaft oder auch, umgekehrt, Wirtschaft und Politik. Dem Diskurs kommt dabei keine entscheidende Rolle zu: sie ist zwar prinzipiell denkbar als jene von Habermas charakterisierte *Letztinstanz* für politische Beschlüsse, doch in Luhmanns Konzeption stellt sie keine solche Instanz dar (vgl. Luhmann 1996, 186ff.).

Wichtig für das Verständnis von Luhmanns Öffentlichkeitsmodell ist auch seine Auffassung der *öffentlichen Meinung* - verstanden als die *tatsächlich* vorherrschenden Meinungen in der Bevölkerung - als latentes Phänomen; Einstellungen und Meinungen seien als Kognitives *grundsätzlich* nicht zugänglich, kurz, es gebe kein Verfahren, mit der "Öffentlichkeit psychisch zu Tage gefördert werden könnte" (Luhmann 1992, 77). Die tatsächliche *öffentliche Meinung* stellt ein fiktives Medium dar, das gleichzeitig konstitutiv für die *öffentliche Kommunikation* ist, die - in Gestalt der Massenmedien - ebendiese öffentliche Meinung formt (vgl. Luhmann 1990, 175f.). Mit anderen Worten: Öffentliche Meinung ist das Medium der (Medien-)Öffentlichkeit.

Der öffentlichen Kommunikation kommt in Luhmanns Modell eine *Orientierungsfunktion* zu (vgl. Jäckel 2008, 247) und wirkt als Spiegel für Politik, die in ihr "die Themen und Meinungen der Gesellschaft beobachten" kann und darauf reagieren muss, während die Gesellschaft "die Politik beobachten und kontrollieren" kann (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990, 12) - ohne dass es dabei jedoch zu einer *Durchdringung* des Spiegels komme. Die Politik, so Luhmann sehen nämlich gerade *nicht*, "was wirkliche Menschen zu einem bestimmten Zeitpunkt wirklich denken" (Luhmann 1997, 26). Die in Massenmedien repräsentierte Öffentlichkeit selbst stellt ein "gesellschaftliches Reflexionsmedium" (Luhmann 1996, 187) dar. Letztlich werde dadurch systemfunktional sichergestellt,

"dass die Menschen nicht aneinander vorbei reden, sondern dass sich ihre Aufmerksamkeit auf gemeinsame Themen konzentriert. [...] Aus systemtheoretischer Perspektive besteht demnach die Hauptfunktion von Öffentlichkeit darin, anschlussfähige Kommunikation zu ermöglichen." (García Leguizamón 2009, 25)

Jäckel spricht angesichts dessen von einer *nüchternen* und *desillusionierenden* Beschreibung von Öffentlichkeit, die keine Ideale kenne (vgl. Jäckel 2008, 247), während Gerhards und Neidhardt eine *Trivialisierung* der Öffentlichkeit orten und feststellen, dass "eine derart reduzierte Öffentlichkeitsvorstellung in der Systemtheorie Luhmanns ganz an den Rand gerät" (Gerhards/Neidhardt 1990, 5).

Festzuhalten bleibt bei aller Kritik - die wiederum ein Indiz der breiten Rezeption ist, die seine *Theorie der öffentlichen Meinung* erfahren hat (vgl. Habermas/Luhmann 1990) - dass Luhmann mit seinem (hier nur rudimentär skizzierten) Öffentlichkeitsmodell eine von normativen Vorstellungen und Wertungen befreite Beschreibung der von den Massenmedien "eroberten" Öffentlichkeit des 20. Jahrhunderts dargelegt hat, anhand dessen sich verdeutlichen lässt, *wie sehr* sich doch das *Digitale Zeitalter*, und damit das nunmehrige, noch junge 21. Jahrhundert, von der Zeit unmittelbar davor unterscheidet - und noch in absehbarer Zukunft unterscheiden könnte.

5 Digitalisierung und (Öffentlichkeits-)Wandel

Von einem *Medienwandel* zu reden hat, zumindest auf den ersten Blick, mehr noch als Habermas' postulierter Strukturwandel der Öffentlichkeit, etwas Missverständliches. Immerhin lässt sich Medienwandel nicht als singuläres oder auch gelegentliches, zumindest jedenfalls einigermaßen klar zeitlich einzuordnendes Ereignis fassen, sondern gestaltet sich vielmehr als kontinuierlicher Prozess, der - je nachdem, ob man von einem engeren oder weiteren Medienbegriff ausgeht - die gesamte Mediengeschichte umspannt. Insbesondere seit dem Eintritt ins Industrielle Zeitalter scheint eine klare Unterscheidung von Phasen des Wandels und Phasen der Kontinuität weder möglich noch sinnvoll. Von Telegrafie und Telefonie über Fotografie und Film bis hin zu Hörfunk und Fernsehen hat eine Vielzahl an Medien die Gesellschaft und ihr Kommunikations- und Konsumverhalten wesentlich geprägt und jeweils verändert.

Von der engen Verwobenheit der Geschichte der Kommunikation mit jener der Medien lässt sich wiederum auf einen engen Zusammenhang zwischen *Öffentlichkeits-* und *Medienwandel* schließen. Ersterer präsentiert sich, wie weiter oben mit Habermas gezeigt, als struktureller Wandel; für letzteren gibt es keine allgemeingültige Definition, obwohl der Begriff selbst "in den letzten Jahren eines der bestimmenden Schlagwörter im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Fachdiskurs geworden [ist]" (Kinnebrock/Schwarzenegger/Birkner 2005, 12). Weil "Medienwandel und der Wandel von Kultur und Gesellschaft [...] als unauflösbar miteinander verbunden begriffen" (ebd.) werden, sprechen Kinnebrock, Schwarzenegger und Birkner vom *Totalphänomen Wandel*, angesichts dessen es der Kommunikationswissenschaft schwerfalle, den Begriff *Medienwandel* "begrifflich konzise" zu fassen (vgl. ebd. 12f.). Die AutorInnen sprechen jedenfalls zwei unterschiedliche Dimensionen an: Die eine betreffe den "Wandel von Medien(-technologien, -institutionen, -produktionen, -inhalten, -formaten, -publika)", die andere den "Wandel durch Medien (in Gesellschaft, Kultur, Politik, Alltag und Lebenswelt)" (ebd, 14).

Die Klärung, ob mit dem Begriff *Medienwandel* nur erstere Dimension gemeint ist, ob Medienwandel also gewissermaßen einen Wandel der "Medienwelt" bezeichnet, oder ob auch die zweite Dimension dazuzuzählen ist, zum *Medienwandel* also auch veränderte Nutzungsgewohnheiten und der spezifische

Einfluss in andere gesellschaftliche Bereiche zu zählen sind, kann an dieser Stelle ausbleiben; gleichwohl soll darauf hingewiesen werden, dass eine Betrachtung, die den letztlich sämtliche gesellschaftliche Bereiche erfassenden Wandel *durch* Medien mit in die Definition einschließt, seine saubere Abgrenzung von Begriffen wie etwa *Öffentlichkeits-* oder *Kulturwandel* verunmöglicht und in letzter Instanz nur wieder genau dazu führt, dass man sich vor einem facettenreichen *Totalphänomen* wiederfindet, deren Bearbeitung schwierig wird.

Dieses Definitionsproblem kann und soll zwar im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht gelöst werden; sich die grundsätzliche Problematik vor Augen zu führen, geht allerdings mit einem Erkenntnisgewinn einher: Erstens ist sie ein Hinweis darauf, was für eine große Bedeutung und Dynamik den digitalen Medien²⁵ im alle gesellschaftlichen Bereiche übergreifenden Wandel, und damit auch im hier im Vordergrund stehenden *Öffentlichkeitswandel*, zukommen muss; zweitens unterstreicht sie, dass die diversen Wandelphänomene nur als interdependente Erscheinungen erfasst werden können und dementsprechend von wechselseitigen Ein- und Auswirkungen ausgegangen werden muss; und drittens entlastet sie den Forscher zu einem gewissen Grad von der Bürde der Disziplintreue. Schließlich bleibt festzuhalten, dass die "lange[n] Jahre einer beispiellosen Lähmung der politischen Öffentlichkeit" (Assheuer 2016), als die Habermas die ersten anderthalb Jahrzehnte des neuen Jahrtausends bezeichnete, nicht als Folge der Digitalisierung des Alltags missverstanden werden dürfen.

5. 1 Anwendungen der Gegenwartsgesellschaft

Für die Gegenwart attestiert Robert Pfaller den westlichen Gesellschaften einen von Selbstentmündigung und Verbotskultur geprägten, voranschreitenden Kulturwandel, der sich in seiner spezifischen Art seit den 1990er-Jahren bemerkbar mache (vgl. Pfaller 2012, 15). Er ortet eine sich mit unhinterfragter Selbstverständlichkeit vollziehende *Verabsolutierung* von "Prinzipien wie Gesundheit, Sicherheit, Nachhaltigkeit und - vor allem - Kosteneffizienz". Das Charakteristikum unserer *neoliberalen Gesellschaft* sei es, dass wir uns nun nicht mehr "fragen, wofür wir

²⁵ "Auffällig ist, dass der Begriff 'Medienwandel' häufig primär auf 'neue Medien', 'neue Technologien' und 'Medieninnovationen' bezogen wird." (ebd., 13)

leben, [sondern] nur noch, wie wir möglichst lange leben beziehungsweise überleben können" (ebd., 18).

Die Ursache sieht er in einer unheilvollen *Allianz* "aggressiver Aneignungsversuche durch exklusive Minderheiten" und der Komplizenschaft der *Beraubten*, das heißt der Bürger, die "ihre Beraubung nicht als solche, sondern vielmehr als ihre Befreiung wahrnehmen" (ebd., 29). Eine detaillierte Erörterung von Pfallers psychoanalytischem Erklärungsmodell muss und kann an dieser Stelle ausbleiben, nicht ignoriert werden darf aber jener Aspekt der *negativen Hegemonie*, welche charakteristisch für die neoliberale Ökonomie sei und die *gesellschaftliche Affektorganisation* auf perfide Art und Weise präge: "Es ist den Profiteuren der aktuellen Umverteilungen gelungen, die allgemeinen Interessen der Gesellschaft als bloße Partikularinteressen der herrschenden Klassen darzustellen" (ebd., 32).

Pfaller, der einen "gesellschaftliche[n] Aufruf zum individuellen Narzissmus" ortet, der auch befolgt wird, und mit dem sich ihm zufolge große Teile der Gegenwartsgesellschaft bereitwillig *identifizieren*, spricht von der zeitgemäßen *Verlierermentalität*, den Willen zum *Beuteverzicht* und der *Freude am Scheitern* als den verhängnisvollen Blüten dieser gegenwärtigen, *postmodernen Romantik* (vgl. ebd., 79ff.). Er knüpft damit an Richard Sennet an, der den *Narzissmus* der Gegenwartskultur als Erster erkannt habe (vgl. Pfaller 2012, 82).

In seiner 1974 erschienenen Schrift *The Fall of Public Man* hatte Sennett (2008) einen Öffentlichkeitswandel attestiert, der sich in tiefgreifenden Veränderungen des gesellschaftlichen Lebens zeige, die bis in das Liebesleben des Einzelnen hineinreichen. Sennett sah in der "Welt von heute" Parallelen zu jener Zeit, als das Augusteische Zeitalter zu Ende ging, als die Römer begannen, "ihr öffentliches Leben als lästige Pflicht und Formalität zu behandeln", in der die einst feierlich zelebrierten gesellschaftlichen Riten und Aufeinandertreffen mit ihren Mitmenschen außerhalb des Familienkreises zur "Verpflichtung [wurde], der der Römer mit zunehmender Passivität oblag" (ebd., 21). Diese Öffentlichkeitsmüdigkeit brachte auch das Verhältnis von Privatleben und öffentlichem Leben durcheinander: Ursprünglich waren die Römer bestrebt, "im Privaten und gegen die Öffentlichkeit ein anderes Prinzip zu errichten, das auf der religiösen Transzendierung der Welt fußte", in der die "orientalischen Götter [in der Vorstellung des auf seine Privatsphäre bedachten Römers] von der Welt der Öffentlichkeit getrennt" waren (ebd., 22ff). Wie schon Hannah Arendt (s. Kapitel 5. 2.2) sah Sennett darin den Aufstieg des

Christentums begründet: "[A]m Ende bleibt das Christentum nicht länger ein insgeheim praktiziertes spirituelles Engagement, es trat vor die Welt und wurde selbst zu einem neuen Prinzip öffentlicher Ordnung" (ebd. 22).

Die *Verwirrung* des öffentlichen und des *intimen* Leben, von der Sennett spricht, und die schon Habermas für den Niedergang der bürgerlichen Gesellschaft (mit-)verantwortlich gemacht hatte, führte gemäß Sennett zum kollektiven Narzissmus:

"In der modernen Gesellschaft nimmt das Problem der Öffentlichkeit eine doppelte Gestalt an. Verhaltensweisen und Fragestellungen, die unpersönlich sind, erwecken keine große Leidenschaft; sie erwecken erst dann Leidenschaft, wenn die Menschen fälschlich mit ihnen umgehen, als handele es sich um etwas Persönliches." (ebd., 27)

Das Zusammensein mit Familie und Freunden und die Selbstbezogenheit sind nicht wie in der Antike dazu gedacht, ein Prinzip der "religiösen Transzendierung der Welt" zu errichten, sondern es ist allein Selbstzweck: "Wir suchen in der Privatsphäre nicht nach einem anderen Prinzip, sondern nach einem Spiegelbild, nach dem, was an unserer Psyche, an unseren Gefühlen authentisch ist." (ebd., 22) Das ist verheerend: "Je mehr die Psyche privatisiert, d. h. ins Private gedrängt wird, desto weniger wird sie stimuliert, und desto schwieriger ist es für uns, zu fühlen oder Gefühle auszudrücken" (ebd., 23).

Die Selbstvertiefung oder *Selbstversunkenheit*, die mit der Abkehr vom öffentlichen Leben einhergeht, ist ein Teufelskreis, den Sennett als "*intime* Sichtweise der Gesellschaft" (ebd., 24) beschreibt. Was so sehr nach Fortschritt und Verbrüderung klingt, ist alles andere als das: Da wir diese Intimität, diese zwischenmenschlichen Bedürfnisse "in all unseren Erfahrungsbereichen (...) erwarten, und weil ein großer Teil des gesellschaftlichen Lebens, der sehr wohl von Bedeutung ist, diese psychologischen Gratifikationen nicht zu bieten vermag" (ebd. 24f.), entwerten wir das öffentliche Leben, von dem wir uns enttäuscht fühlen. Grund ist die *Entgrenzung* unserer Welt der intimen Empfindungen, deren *Begrenzung* eigentlich die *Öffentlichkeit* darstellen sollte.

Das Hervorstechende an Sennetts Zeitdiagnose war und ist, dass sie - in dieser Hinsicht erinnernd an Nietzsches *Geburt der Tragödie aus dem Geiste der*

Musik - dort einen Rückschritt ausmacht, wo gemeinhin ein großer emanzipatorischer Fortschritt verortet wird. Dass Menschen öffentliche Angelegenheiten "auf der Basis von Gefühlsregungen betreiben" und die westliche Gesellschaft "das gesamte Leben der Gesellschaft am Maßstab persönlichen Empfindens" gemessen haben will, könnte man leicht - da gesellschaftlich anerkannt und geteilt - für eine bejahenswerte, humanistische Einstellung halten, die, ganz postmodern, die Entfaltung des Individuums in den Mittelpunkt rückt. Das dramatische an dieser Verkenntung ist nun, dass durch das Verwechseln der Aufgaben des öffentlichen Lebens mit dem privaten dabei still und unbemerkt die öffentliche Dimension geopfert wird. Treffend spricht Sennett im Bezug auf diese Einstellung zum Leben, in der sich Menschen "wie nie zuvor (...) mit ihrer individuellen Lebensgeschichte und ihren besonderen Emotionen" befassen, von einer Falle, die überall hin führte, nur nicht in die Freiheit, die wir uns dadurch erhofften (vgl. ebd., 24).

Sennett ortete Kennzeichen des Öffentlichkeitswandels in moderner Architektur in den amerikanischen und westeuropäischen Großstädten (vgl. ebd., 44ff.), er sieht die Auswirkungen in der Auslebung der Erotik, die sich zu einer Sexualität, eines Seins statt eines *Tuns*, verflacht (vgl. ebd., 27ff.), in der Wahrnehmung und Interpretation des menschlichen Körpers (vgl. ebd., 128ff., 287ff.) und in vielen anderen Facetten unseres täglichen Lebens. Er verurteilt den *Lokalismus*, der sich seit dem 19. Jahrhundert ausgebreitet hätte und zu einem "Glaubensgrundsatz" geworden wäre (ebd., 589) und stellt fest, der Narzissmus sei "die protestantische Ethik von heute" (ebd., 577).

Pfaller greift nun insbesondere Sennetts Unterscheidung von *public man* und *private person* auf, die ihre Entsprechung im "mit den Fragen der Gesellschaft als ganzen beschäftigten '*citoyen*' der *französischen Revolution*" und dem "nur seinen ökonomischen Privatinteressen folgenden '*bourgeois*'" (Pfaller 2012, 24) haben.

Wie Sennett sieht auch Pfaller die Dimensionen des Öffentlichkeitswandels in allen Facetten des gesellschaftlichen wie des privaten Lebens, er fokussiert aber vor allem die politische, etwa die Verwandlung der Universitäten Europas in repressive Obermittelschulen", Warnungen und drastische Darstellungen auf Zigarettenpackungen, entwürdigende Sicherheitskontrollen auf Flughäfen und die Verteufelung von Genuss (ebd., 38ff.). Durch *General Agreements in Trades and Services* (GATTS) werden "sogar Ressourcen wie Trinkwasser oder traditionelle

Heilmethoden plötzlich privaten Verwertungsinteressen unterworfen und dadurch künstlich verknapp" (ebd., 42). Gleichzeitig wird ein neues Menschenbild entworfen, das einzig auf einer großen Investitions- und beruflichen Verausgabungsbereitschaft zu basieren scheint: Einst einfache Vergnügungen wie Hobbys aus dem Sport- und Freizeitbereich werden kommerzialisiert und mit dem "Imperativ durchgehender Fitness" (ebd.) zur sozial auferlegten Pflicht. Freilich erwähnt Pfaller auch die "Bologna-Reform", die das für die neoliberale Politik typische Merkmal in sich trage, die Ökonomisierung "von Anfang an im Namen angeblicher Schwacher durchgeführt [worden zu sein]", im Namen jener *bildungsfernen Schichten*, die "angeblich von so viel Freiheit an der Universität überfordert wären und denen man darum zu ihrem eigenen Besten alles vorenthalten muss, was den Aufenthalt an einer Universität lohnend - und das dort erworbene Wissen gesellschaftlich nützlich - macht" (ebd. 38).

Die Liste von Pfallers Beispielen ließe sich ohne Weiteres mit Erfahrungen aus dem Leben Einzelner ausbauen: Der Lebensverlauf wird so *gestaltet*, dass er einen tadellosen Lebenslauf für den beruflichen Werdegang ergibt; das in aller Munde befindliche *Fatshaming* kulminiert in der Forderung nach höheren Krankenkassenbeiträgen für übergewichtige Menschen; Frauen mit Kinderwunsch werden bei Bewerbungen benachteiligt. Gerade am Beispiel der Forderung nach individuellen Krankenkassenbeiträgen lässt sich die von Pfaller postulierte gesellschaftszerstörende Wirkung, welche die Identifikation mit neoliberalem Denken und der Ökonomisierung des Lebens des Einzelnen mit sich bringt, argumentieren; dem Imperativ folgend, dass ein langes Leben einem schönen Leben vorzuziehen ist.

Der Eindruck von einer Mitschuld, die schon bei Sennett durchklingt, der die Nachkriegsgenerationen in die Pflicht nimmt, die im Zuge der sexuellen Befreiung über das Ziel hinausgeschossen hätten und in emanzipatorischer Absicht gleich die öffentliche Sphäre leichtfertig mitgeopfert hätten, wird auch von Pfaller explizit hervorgehoben; er spricht von unserer Mitverantwortlichkeit an den vorherrschenden Bedingungen und der Selbstverklärung, die uns die neuen gesellschaftlichen Zwänge nicht als solche erkennen lassen: "Wir halten uns für Genussmenschen, rufen aber doch auffällig schnell nach Verbot und Polizei, wenn irgendetwas gegen den Strich unseres deutlich biederer werdenden Empfindens geht." (ebd., 9f.)

Bemerkenswert scheint, dass Sennett und Pfaller bei aller Übereinstimmung und dem roten Faden, der sich durch ihre Arbeiten ziehen lässt - man könnte von einer evolutionären Logik im Kapitalismus sprechen, der bei mangelnder Regulierung praktisch zwangsläufig Richtung Ökonomisierung sämtlicher Lebensbereiche tendiert - beinahe völlig auf ein Machtinstrument zu vergessen scheinen, dass stark genug wäre, die öffentliche Sphäre *im Sinne der Öffentlichkeit* mitzuformen: die Medien. Ehe wir uns aber der Rolle zuwenden, die (insbesondere die neuen, digitalen) Medien in diesem Öffentlichkeits- bzw. Kulturwandel²⁶ spielen und spielen könnten, muss noch näher auf die gegenwärtigen politischen Umstände eingegangen werden, deren Kritik bei Pfaller weitgehend auf polemische Bemerkungen und Seitenhiebe zu neoliberaler Ökonomik und postmodernem Idealismus (vgl., ebd. 29ff.) beschränkt bleibt²⁷.

5.2 Die (post-)moderne Krise und der Übergang ins Digitale Zeitalter

Der Terminus *Postmoderne* ist umstritten: Sonja Yeh spricht von einer "allseits verwendeten und inflationär gebrauchten Floskel [...], deren semantischer Gehalt in höchstem Maße uneindeutig ist" (Yeh 2013, 58). Bis heute sei unklar, ob mit ihm "eine Zeitabschnitt, eine intellektuelle Strömung, eine Geisteshaltung, eine Ideologie oder der gegenwärtige Zeitgeist gemeint" (ebd., 59) sei. Der semantische Gehalt des Begriffs, der "als Slogan griffig, als inhaltliches Konzept jedoch schwammig" sei, insgesamt "umstritten und klärungsbedürftig" (ebd., 61), was ihm eine "affektive Ablehnung" (Reese-Schäfer 1995, 44) eingebracht habe.

Die Schwammigkeit, die mit dem Begriff verbunden ist, hängt mit einer Schwammigkeit aus, die er selbst ausdrückt. Die Rede von der Postmoderne als Epoche drückt zuvörderst eine Abkehr der Moderne und ihrer Ideale aus, nach Lyotard das *Ende der großen Erzählungen* ("grand récits") (vgl. Lyotard 1984, 49ff.), welche die aufklärerische Moderne charakterisieren; Yeh spricht von der

²⁶ Letztlich handelt es sich um beides, doch während Sennetts Zeitdiagnose, an Arendt und Habermas anknüpfend, die *öffentliche Sphäre* ins Zentrum rückt, fokussiert Pfaller zumindest begrifflich auf die *Kultur*.

²⁷ So heißt es etwa in einer Rezension zur jüngsten Publikation Pfallers: "Volkswirtschaftler mögen sich hier mit Grausen abwenden, aber als Philosoph kann man Pfaller seine empirisch unterkomplexe Attacke auf den Kapitalismus durchgehen lassen." (Wagner 2017)

"neuzeitlichen Rationalität" und einem von dem *Programm der Aufklärung* und der Idee des vernunftgetragenen Fortschritts geprägten "Projekt"-Modus der Moderne, der als großes, bejahtes Narrativ die gesamte Neuzeit begleitet. Wesentliches Kennzeichen der *großen Erzählung* ist ihre Zielgerichtetheit und ein in die Zukunft gelagertes Versprechen von "Freiheit, Emanzipation oder Reichtum" (vgl. Yeh 2013, 65f.). Entsprechend stellen die Aufklärung und die mit ihr verbundenen Ideale von Vernunft und Freiheit die Ideologie der Moderne und die Französische Revolution die Geburtsstunde der Moderne dar.

Die Befürworter und Vertreter der Postmoderne eint die Überzeugung, dass das Projekt der Moderne gescheitert ist und sie ihre Versprechen nicht einlösen konnte. Ihre Kritik wendet sich damit genauso gegen die hegelsche Idee des teleologischen Geschichtsverlaufs wie die Idee der Naturbeherrschung und ist getragen von der Ansicht, dass "[g]erade der Gestus des Festhaltens am europäischen Modernisierungsprozess [...] sein Scheitern hervorgebracht [hat]" (ebd., 68). Die Postmoderne nun aber nicht eine Kritik der Werte der Moderne dar, sondern "weist auf einen neuen Blickwinkel hin" und stellt "eine Revision überkommener Denkmuster" dar. Das ist das Paradox des postmodernen Denkens: Der Bruch mit dem *Projekt der Moderne* soll seine andersgeartete Fortführung bedeuten (vgl. ebd., 69f.).

Ein bedeutender Gegner der Postmoderne findet sich in Jürgen Habermas, der den Projektcharakter der Moderne bejaht, aber dieses als *unvollendet* und nicht als *gescheitert* ansieht (Habermas 1994, 177). Yeh spricht diesbezüglich von einem "normativen Modernekonzept", demgegenüber sich die Postmoderne als modernefeindlich und konservativ ausnehmend interpretiert wird (Yeh 2013, 66).²⁸

Max Heine begreift die Postmoderne als Antwort auf die totalitären Systeme und die Katastrophen der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, auf die "Schrecken der Moderne", die sie zur Idee *radikaler Pluralität* und dem Verwerfen sämtlicher Absolutheiten geführt habe. In ihrer Verneinung von Wahrheit und Vernunft sei sie allerdings kraft- und mutlos: Die "Beliebigkeit der Postmoderne" wisse etwa keine Antwort auf die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts - exemplarisch nennt er den 11. September, den Afghanistan- und Irakkrieg, die Weltwirtschaftskrise und die

²⁸ Thomas Biebricher verweist auf die Rede von der *Foucault-Habermas-Debatte*. Eine solche Debatte habe es zwar nicht gegeben, sei wohl aber unter ihren Stellvertretern bzw. Schülern ausgefochten worden - mit dem Ereignis der Bekräftigung der "völlige[n] Unvereinbarkeit beider Ansätze" (Biebricher 2005, 15).

Arabische Revolution - und befinde sich in einem "ethischen Dilemma". Folglich ruft er den Tod der Postmoderne aus und entwirft die Idee einer von den Postulaten der "Ernsthaftigkeit der Erinnerung, Moral, Solidarität und Aufbruch" gezeichneten Epoche, die sich von der Postmoderne abhebt und auf diese folgt (vgl. Heine 2013).

Die Debatte um Ende und Zukunft der Moderne bzw. des modernen Projekts, die, wie Ulrich Beck (1997) - der auch den alternativen Begriff der *Zweiten Moderne* vorschlug - wesentlich mit der *Globalisierung* und den mit ihr verbundenen problematischen Auswirkungen und Nebeneffekten zusammenhing, wurde insbesondere in den 1980er- und 1990er-Jahren intensiv geführt. Das Ende des Kalten Krieges führte nicht zu einem "Ende der Geschichte", wie Francis Fukuyama (1992) prognostiziert hatte; die Globalisierung ist gemäß Beck gleichzeitig eine *Politisierung*, die den global agierenden Unternehmen nicht wie bisher allein das Feld der Wirtschaft überlasse, sondern die Gestaltung der Gesellschaft insgesamt (vgl. Beck 1997, 14). Man könnte auch sagen: Die Globalisierung geht einher mit einer *Ökonomisierung*, also einer Ausbreitung der Prinzipien des Marktes auf andere gesellschaftliche Bereiche. Später sah Beck auch die Wirtschaftskrise und die sozialen Konflikte als Folge des "weiterhin in einer tiefen Legitimationskrise" steckenden Kapitalismus (vgl. Faigle/Schlieben 2009).

Angesichts des fortdauernden Diskurses um die bis dato unerfüllten und in Zweifel geratenen Ideale und Ziele der Moderne wie auch aus den neuen politischen Problemen, Konflikten und Herausforderungen des 21. Jahrhunderts - von den regelmäßigen Terroranschlägen über die Weltwirtschaftskrise bis hin zum Widererstarken des Nationalismus, um nur einige zu nennen - scheint selbst eine vorläufige Charakterisierung der aktuellen Zeit, wie immer man sie nun nennen möchte, nicht ganz einfach. Gleichzeitig stellen der erwähnte Übergang vom Industrie- ins Digital- oder Informationszeitalter (vgl. Steinbach 2004) und die Digitalisierung des Alltags erhebliche und klare Zäsuren dar, die sämtliche Bereiche unseres Lebens erfassen.

Jener Übergang stellt einen längeren Prozess dar, der von Manuel Castells (2001) Ende der 1990er-Jahre umfassend beschrieben wurde. Seinen Ausgang in den 1970er-Jahre nehmend, ist er untrennbar verbunden mit dem Prozess der Globalisierung und vollzieht sich in Folge der durch die Computertechnologie und genauer die elektronische Datenverarbeitung ermöglichte Speicherung und

Vermittlung von *Informationen*, die zu einer anhaltenden Revolution des Kommunikationssystems und einer Abnahme der volkswirtschaftlichen Relevanz der Industrie führen. Castells Begriff des *Information Age* wurde nicht zuletzt von Neil Postman kritisiert, der dessen Beginn mit der Druckerpresse verbindet (vgl. Postman 1992); so unbestritten wie die Globalisierung ist dagegen die Tatsache eines grundsätzlichen Transformationsphänomens, das mit der gesellschaftlichen wie ökonomischen Bedeutung von Information einhergeht.

Die schon in Kapitel 2.1 angesprochene *Digitalisierung des Alltags* ist nun nicht als ein von diesem anhaltenden Prozess getrenntes Phänomen zu betrachten, darf aber auch nicht als bloße Facette untergehen. Sie stellt das wesentliche Kennzeichen des aktuellen gesellschaftlichen Wandels dar, der unseren privaten wie beruflichen Alltag in den kaum zwanzig Jahren, die man ihn bezeugen kann, schon wesentlich verändert hat - und noch weiterhin verändern wird²⁹. Ein bedeutendes Beispiel ist das *Handy*, das noch 1995 erst weltweit von 0,6% genutzt wurde (vgl. Krockner 2015) und heute ein integraler Bestandteil nicht nur der westlichen Lebenswelt ist. Seine Durchsetzung hat nicht nur das Telefonieren mobilisiert - und damit Telefonzellen an den Rande der Obsoleszenz geführt -, sondern war auch die Voraussetzung für das *Work-Life-Blending*, die zeitgemäße und vielbeklagte Fluidität von Arbeit und Freizeit.

Computermedien, um einen Oberbegriff zu gebrauchen, haben nicht allein die Kommunikationsgewohnheiten der Gesellschaft wesentlich geprägt; im Hinblick auf den hier thematisierten Öffentlichkeitswandel und im Rahmen der vorliegenden Arbeit sind sie aber von primärem Interesse, denn: Öffentlichkeit konstituiert sich über Kommunikation.

5.3 Die Pluralisierung der Kommunikationssphären und das Gespenst der Fragmentierung

In Kapitel 2.2 wurden Schwierigkeiten in der Anwendung der Öffentlichkeitsmodelle Habermas' und Luhmanns beschrieben. Habermas selbst ist nicht blind für die

²⁹ An dieser Stelle sei der Begriff *Internet der Dinge* erwähnt, dessen Verwendung bis ins Jahr 1999 zurückreicht (vgl. Ashton 2009), und der für die Implementation von Informations- und Kommunikationstechnik in Gebrauchsgegenstände (etwa Haushaltsgeräte oder Autos) steht. Ziel ist im Allgemeinen die Erleichterung der Alltagsbewältigung durch z.B. die automatisierte Abwicklung von Abläufen, aber auch z.B. das Verhindern von Unfällen oder die automatische Kontrolle von lebenserhaltenden Körperfunktionen.

veränderten Bedingungen der digitalen Gesellschaft und sprach 2006 von "einer ungeahnten Ausweitung der Medienöffentlichkeit und zu einer beispiellosen Verdichtung der Kommunikationsnetze" (Habermas 2006, 4), die Öffentlichkeit sei *inklusive* und der Austausch *intensiver* geworden. Wenngleich das Internet die *Kommunikationszusammenhänge* erweitert habe, hätte sie diese auch zugleich *fragmentiert* und zu "einer Entformalisierung der Öffentlichkeit und [...] einer Entdifferenzierung entsprechender Rollen" (ebd.) geführt. Er macht kein Hehl daraus, dass er angesichts der um die Bedeutung des *Intellektuellen* fürchtet, der "auf eine resonanzfähige, wache und informierte Öffentlichkeit angewiesen" (ebd., 3) sei. Die Beiträge der Intellektuellen würden im dezentrierten digitalen Diskurs untergehen und Habermas fragt sorgenvoll:

"[V]ollzieht sich in unserer Mediengesellschaft erneut ein Strukturwandel der Öffentlichkeit, der der klassischen Gestalt des Intellektuellen schlecht bekommt?" (ebd., 4)

Habermas aufgrund seiner Skepsis einseitigen Fortschrittspessimismus zu unterstellen, wäre allerdings verkehrt. Immerhin spricht er dem Internet neben seiner Inklusions- und Verdichtungsleistung auch zu, zum *Zuwachs von Egalitarismus* beigetragen zu haben und subversiv gegen *autoritäre Öffentlichkeitsregime* zu fungieren (vgl. ebd.). Einige Jahre später bezeichnete Habermas "die Einführung der digitalen Kommunikation - nach den Erfindungen der Schrift und des Buchdrucks - als die dritte große Medienrevolution" (Schwering 2014). Er erkannte an, dass eine *Aktivierung* stattgefunden habe: "[A]us Lesern werden Autoren" (ebd.).

Der wichtigste Kritikpunkt, der sich durch Habermas' Stellungnahmen zur digitalisierten Kommunikation zieht, ist jener der Fragmentierung. Das Internet, das Habermas primär als dezentrales Netzwerk versteht, charakterisiert er über seine Unübersichtlichkeit. Er begreift die digitalen Sphären als Kommunikationsgemeinschaften, die "im Meer der digitalen Geräusche weit verstreute Archipele [bilden]". Habermas vermisst die Kraft einer Öffentlichkeit, die eine Fokussierung auf das Relevante gewährleistet und eine "kenntnisreiche Kommentierung von einschlägigen Themen, Beiträgen und Informationen", also jene Leistungen, die der Journalismus bewerkstelligt (vgl. ebd.).

Es ist leicht ersichtlich, dass Habermas in den digitalen Kommunikationssphären vor allem jene (vermeintlichen oder tatsächlichen) Vorzüge vermisst, die charakteristisch für *Massenmedien* sind. 1996 hatte Habermas seine Vorstellung von europäischer Öffentlichkeit dargelegt; Voraussetzung sei demnach, dass "dieselben Themen zur selben Zeit für ein großes, anonym bleibendes Publikum dieselbe Relevanz gewinnen", mit dem Effekt, die europäischen Bürger "über große Distanzen hinweg zu spontanen Beiträgen [zu] simulieren" (Habermas 1996, 184). Entscheidend ist bei Habermas demnach nicht eine einheitliche oder kompatible kulturelle Identität, sondern eine einheitliche *öffentliche Sphäre*. Miriam Freudenberg spricht Habermas' Ansatz zu, sich den unrealistischen Ideen eines "supranationalen, homogenen Kommunikationsraum[s]" zu widersetzen und auf die "europabezogene Berichterstattung nationaler Medien" fokussieren (vgl. Freudenberg 2013, 84ff.). Genau diese Themenzentrierung sieht Habermas nun in den kommunikativen Sphären des Internets in Gefahr. Seine weiter oben angesprochene These, wonach das Internet zu einer Fragmentierung der Öffentlichkeit geführt habe, wird indes etwa von Hahn, Hohlfeld und Knieper als unumstrittene Tatsache bezeichnet. Während man von der digitalen Gesellschaft im Singular spreche, sei zunehmend im Plural von den digitalen *Öffentlichkeiten* die Rede. (vgl. Hahn/Hohlfeld/Knieper 2015, 11)

Dazu ist zunächst festzustellen, dass *Öffentlichkeit* im Singular vornehmlich als theoretisches Konstrukt zu begreifen ist und sich in modernen Gesellschaften "vor allem in den Medien materialisiert [...] bzw. durch diese hergestellt wird" (Hickethier 2010, 203f.). Schon für prädigitale Gesellschaften ist die Vorstellung einer einheitlichen Öffentlichkeit - auf nationaler Ebene, wohlgemerkt - somit eher als anzustrebendes Ideal zu verstehen denn als Realität. Dabei scheint allerdings nicht einmal wirklich klar, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssten, damit dieses Ideal als erreicht gelten würde. Wenn Habermas das Fehlen einer bürgerlichen Öffentlichkeit bzw. einer vergleichbaren, zeitgemäßen Form davon attestiert, stellt sich die Frage, wie sie heute beschaffen sein müsste, um nicht zwangsläufig fragmentiert zu sein. Anders gefragt: Wie ist eine einigermaßen kohärente Öffentlichkeit in modernen Massengesellschaften überhaupt anders denkbar als in Form einer massenmedial organisierten *Medienöffentlichkeit*, in der wiederum - man denke an Habermas' Begriff der "vermachtete[n] Arena" (Habermas 1990, 28) - bürgerliche Partizipation schon strukturell erschwert ist? Eine solche Form von

Öffentlichkeit gewährleistet vielleicht eine Themenzentrierung - um den Preis, sich dann Bezeichnungen wie "Systempresse" oder gar Vorwürfe der "Gleichschaltung" (vg. Geroldinger 2017) gefallen zu lassen - und schafft es im Idealfall damit, breite Diskussionen zu relevanten politischen Fragen in Gang zu setzen. Man könnte entsprechend schon von einer einheitlich *informierten* Öffentlichkeit sprechen. Gleichzeitig ist unklar, ob und wie der dadurch ausgelöste oder "angeheizte" gesellschaftliche Diskurs wiederum Einzug in die Massenmedien finden soll, und problematisch, welche - in autoritär regierten Staaten korrumpierbare³⁰ - Macht Massenmedien zukommt (vgl. Habermas 1990, 27ff.).

Es ist kein Zufall, dass die Zeichen der von Habermas' idealisierten diskursiven Öffentlichkeit im Singular - die bürgerliche Öffentlichkeit des 19. Jahrhunderts - mit der Konsolidierung der Massenpresse auf Abstieg und Niedergang standen. Er selbst schrieb: "Öffentlichkeit verlor mit ihrer kommunalen Basis ihren Ort" (Habermas 1990, 303). Mit der Loslösung der bürgerlichen Gesellschaft von ihren Räumen des Diskurses - den Salons, Cafés, Lesezirkeln etc. - ging auch jene Sphäre verloren, in der sich Diskurs entfalten konnte. Einerseits dadurch, und andererseits verbunden mit dem Aufstieg der Massenpresse und ihrer Kommerzialisierung, kam es auch zu einem Funktionswandel der *Publizität*:

"Einst mußte Publizität gegen die Arkanpolitik der Monarchen durchgesetzt werden [...]. Heute wird Publizität umgekehrt mit Hilfe einer Arkanpolitik der Interessenten durchgesetzt [...]." (ebd., 299f.)

Ob man Habermas in diesem Punkt zustimmen möchte oder nicht: Unstrittig sein dürfte, dass die Institution Medien nicht mehr vorrangig eine diskursive Öffentlichkeit konsolidiert, sondern in erster Linie *sich selbst* als Medienöffentlichkeit institutionalisiert und reproduziert; die Medienöffentlichkeit hat die diskursive Öffentlichkeit abgelöst, übrig geblieben ist eine mehr oder weniger *informierte* Öffentlichkeit, deren mutmaßlicher Diskurs kein Sprachrohr und keine Abbildung findet und finden kann. Vor dem Hintergrund der heutigen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und medienweltlichen Verhältnissen scheinen die Bedingungen für

³⁰ Jüngstes Beispiel ist etwa der Erwerb der Zeitung *Hürriyet* und des Nachrichtensenders *CNN Türk* durch die türkische *Demirören Holding*, die dem türkischen Präsidenten Erdogan nahestehen; bereits 2011 hatte die Gruppe die Zeitung *Milliyet* und *Vatan* gekauft - "Beide Blätter fahren seither einen Pro-Erdogan-Kurs" (derStandard.at 2018a).

eine von Medien - die ihrerseits idealistischen Prinzipien verhaftet sein, sich ökonomischen Zwängen entziehen und ihr primäres Ziel in der Konsolidierung einer diskursiven öffentlichen Sphäre haben müssten - konstituierte Öffentlichkeit nicht besser. Die Forderung nach einer *kritischen Publizität* (ebd., 343) erweist sich als unrealistisch und naiv.

Darüber hinaus kommt im rechtspopulistischen Schlagwort der letzten Jahre, der *Lügenpresse*, die Legitimationskrise der Zeitung, und im Grunde aller Massenmediengattungen, zum Ausdruck. Zwar schließen aktuelle Befunde einer Langzeitstudie einer Mainzer Forschungsgruppe auf ein wieder steigendes Medienvertrauen - im Gegensatz zum Vorjahr waren 2017 nur mehr 13 statt 19 Prozent der Befragten der Meinung, die Bevölkerung werde "von den Medien systematisch belogen" - doch beläuft sich die Zahl derer, die der Aussage teils oder ganz zustimmen, wonach die Bevölkerung von Medien und Politik ("Hand in Hand") manipuliert werde, auf immer noch beträchtliche 48 Prozent (vgl. Schemer et al. 2018). Freilich gilt nach wie vor, dass es die Massenmedien - in analoger oder digitaler Form - sind, welchen die Rolle der Initiierung der zentralen öffentlichen Diskurse obliegt (vgl. Münch 1991, 13).

Letztlich stellt sich die Frage, ob die Rede von der Fragmentierung der Öffentlichkeit durch das Internet nicht eigentlich irreführend ist, da die Kommunikationssphären des Internets bildhaft als Inseln der Kommunikation - Habermas sprach von *Archipelen* (Schwering 2014) - begriffen werden könnten, *die vorher nicht existierten*. Im Internet bildeten und bilden sich auf unterschiedlichen Kommunikationsplattformen - wie den Social-Media-Plattformen Facebook, Twitter, aber auch in klassischen Foren, Leserforen u.a. - Sphären des Diskurses von unterschiedlicher Beständigkeit: Die digitale Kommunikation ist naturgemäß fragmentarisch.

Wenngleich dies nun plausibel mit den Eigenschaften und der Struktur des Mediums - dem Internet - argumentiert werden könnte, darf nicht verabsäumt werden, die Frage zu stellen, wie dieser Diskurs *davor* ausgesehen haben soll. Es wurde gesagt, dass die *Medienöffentlichkeit* mit ihrer Themensetzung und Themenzentrierung zu einem Eindruck einer einheitlichen Öffentlichkeit beiträgt, die im Großen und Ganzen mit denselben Themen befasst ist. Gleichzeitig ist, Luhmann folgend, festzuhalten, dass Massenmedien in der Medienöffentlichkeit als "Repräsentation der Öffentlichkeit" (Luhmann 1996, 188) fungieren. In der

Medienöffentlichkeit kommt der *Publizität* jene Bedeutung zu, die in Habermas' Idealmodell dem *Diskurs* zukommt.

Das bedeutet nun nicht, dass in einer von Medienöffentlichkeit charakterisierten Gesellschaft kein genuin öffentlicher - im Sinne von: allgemeiner - Diskurs stattfinden könnte. Doch so wie Luhmann von der öffentlichen Meinung als *latentem Phänomen* (vgl. Luhmann 1992, 77) spricht, bleibt auch der gesellschaftliche Diskurs prinzipiell weitgehend *unbemerkt*, da er sich auf keiner großen Bühne versammelt - oder auf einer großen Bühne, etwa dem Titelblatt, repräsentiert wird -, sondern ebenso vereinzelt wie im Internet auf unterschiedlichsten Kleinstbühnen wie dem sprichwörtlichen Stammtisch, dem Wohnzimmer, dem Klassenzimmer etc. zuträgt. Eine Repräsentation dieser zahllosen Diskurse - und auch nur jener, die prinzipiell öffentlich (zugänglich) zu nennen wären - ist in einer Massengesellschaft nicht einmal vorstellbar.

Nun ist es eine banale Erkenntnis, dass Öffentlichkeit in einer modernen Gesellschaft mit einer großen Zahl an Bürgern zwangsläufig repräsentativer³¹ Gestalt sein muss. Dennoch muss darauf verwiesen werden, um die Leistung und Bedeutung des Internets verständlich zu machen: Was für eine Fragmentierung der Öffentlichkeit gehalten wird, entpuppt sich als das *Entstehen* von *fragmentierter Öffentlichkeit*. Der im Internet stattfindende, öffentlich einsehbare und je nach Plattform häufig auch die Möglichkeit der Teilhabe bietende *politische* Diskurs ist - ungeachtet seiner variierenden Qualität - ein Novum. Inwiefern sich grundsätzlich politischer Diskurs ins Internet verlagert hat, oder ob es zu einer Zunahme gekommen ist, bedarf an dieser Stelle keiner Klärung; in jedem Fall aber ist virtueller Diskurs *sichtbarer* als analoger. Letzterer war im prädigitalen Zeitalter zwangsläufig auf eine massenmediale Wiedergabe oder anderweitige Repräsentation angewiesen; ersterer ist allein durch seine Materialisierung im Internet dokumentiert.

Inwieweit er damit auch *öffentlichkeitswirksam* wird, ist eine andere Frage. Doch die interaktive Struktur des Internets bzw. Diskurs ermöglichender Portale und Plattformen verleihen dem (digital agierenden) Bürger einen Raum, wo er sich artikulieren kann. Diese Räume sind die kommunikativen Sphären des Internets, deren es eine unüberschaubare Vielzahl gibt, und die zumindest theoretisch an die analogen Räume vergangener diskursiver Öffentlichkeiten anknüpfen könnten. In jedem Fall scheint es schwierig, zeitgenössische analoge Entsprechungen zu den

³¹ Dies ist nicht zu verwechseln mit Habermas' Begriff der *repräsentativen Öffentlichkeit* im Sinne des mittelalterlichen Typus (vgl. Habermas 1990, 17).

kommunikativen Sphären des Internets zu finden; Ist es vielleicht kein Zufall, dass etwa das Online-Forum seinen Namen einer Institution der Antike verdankt?

Der Eindruck der *Fragmentiertheit* erklärt sich wohl durch die strukturelle Dezentralität des Internet und die Größe der "digitalen Gesellschaft", die ihrer Natur gemäß keine nationalstaatlichen, sondern allenfalls sprachliche Barrieren kennt (was nicht heißt, dass sich Diskurse zwangsläufig internationalisieren). Ein anschauliches Beispiel der schon in Kapitel 2.2.2 angesprochenen *fear of fragmentation* lieferte die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel 2010 in einem Interview:

"Heute wird es durch die Vielzahl der Informationskanäle, und besonders durch das Internet, immer schwieriger, ein Gesamtmeinungsbild zu erkennen. [...] Durch diesen sehr großen technischen Wandel ist es schwerer geworden, alle Menschen, alle Generationen zu erreichen, denn diese nutzen die einzelnen Medien mittlerweile sehr unterschiedlich. Es gibt nicht mehr nur eine Öffentlichkeit, sondern viele Öffentlichkeiten, die ganz verschieden angesprochen werden müssen. Viele junge Menschen informieren sich ausschließlich über das Internet, und das oft sehr punktuell. Sie erreicht man über Zeitungen oder auch die klassischen Nachrichtensendungen in ARD und ZDF immer weniger." (Riekkel 2010)

Das Fragmentierungsphänomen, das Merkel aus ihrer der Öffentlichkeit *entgegengesetzten* Perspektive anspricht, verdient Beachtung. Merkel ist insofern rechtzugeben, als es durch die Pluralisierung und Ausdifferenzierung der Informationskanäle schwieriger geworden ist, zur Öffentlichkeit im Sinne der *Allgemeinheit*, dem Gesamt der Bürger, durchzudringen. Ihre Beobachtung passt zu jener Habermas', nach der in der von ihm *traditionell* genannten, singulären Öffentlichkeit "innerhalb politischer Gemeinschaften die Aufmerksamkeit eines anonymen und zerstreuten Publikums für ausgewählte Mitteilungen [gebündelt wird], sodass sich die Bürger zur gleichen Zeit mit denselben kritisch gefilterten Themen und Beiträgen befassen können" (Habermas 2006, 4).

Der Fehlschluss, dem sowohl Merkel als auch Habermas unterliegen, ist es, von der Diversität der Informationskanäle auf eine Diversität der Themen zu schließen. Eine schon in Kapitel 5.1. erwähnte Studie stellte eine hohe Ähnlichkeit zwischen den relevanten Themen auf Twitter und der Berichterstattung der

klassischen Massenmedien fest (vgl. Conway/Kenski/Wang 2015, 363ff.); indes stellten Neuman, Guggenheim, Jang und Bae (2014) fest, dass es eine enge, wechselseitige Beziehung zwischen klassischen Medien und Internetmedien gibt. Überdies scheint Merkel zu entgehen, dass der Großteil der meistgenutzten Nachrichtenportale Deutschlands Online-Pendants zu bestehenden Zeitungs- bzw. Rundfunkangeboten darstellt (vgl. statista 2018a) und sie als solche im Wesentlichen dieselben Themen präsentieren.

Die *Themenzentrierung* stellt für Habermas auch den Schlüssel zu einer länderübergreifenden, europäischen Öffentlichkeit dar (vgl. Habermas 1996, 184)³². Dazu bzw. zum Thema *transnationaler Öffentlichkeit* ist innerhalb der letzten fünfzehn Jahren zunehmend empirisch geforscht worden; zum Gutteil zur *Europäisierung nationaler Medienarenen*, "also [zum] Vorkommen europäischer Themen in den nationalen Medien" (Freudenberger 2013, 85f.). Eine frühe Gegenüberstellung der ersten Studien von Neidhardt (2006) stellte eine deutliche Zunahme zwischen 1996 und 2006 fest, wenngleich die Ergebnisse aufgrund unterschiedlicher Maßstäbe variierten (vgl. ebd., 49). Nun fällt der Untersuchungszeitraum zwar in die Frühzeit des Digitalen Zeitalters, doch ist angesichts des Eindrucks, dass die heimische Medienberichterstattung in den letzten Jahren von internationalen Themen wie Flüchtlingskrise, Brexit und Terrorbedrohung beherrscht wurde, davon zeugen auch die jüngsten Eurobarometer-Studien, die von einer hohen Verbundenheit und Zustimmung mit der EU zeugen (vgl. Eurobarometer 2017). Gerade die Krisen scheinen "zu [einem] neuen Wir-Gefühl in Europa" zu führen (vgl. Steiner-Gashi 2017).

Vor diesem Hintergrund scheint die Angst vor einer vom Internet ausgelösten Fragmentierung der Öffentlichkeit unangebracht. Ob aufgrund der nach wie vor den klassischen Massenmedien obliegenden Thematisierungsmacht (vgl. Neuman/Guggenheim/Jang/Bae 2014) oder einer parallelen Themenkonvergenz im Internet: Die Vielfalt an Informationskanälen mag zugenommen haben, doch scheint dies nicht auf Kosten der Zentrierung und Konvergenz der Themen gegangen zu

³² Wobei sich hier sogleich die Frage stellt: "Ist [europäische Öffentlichkeit] jedesmal dann existent, wenn ein Thema zur gleichen Zeit unter ähnlichen Gesichtspunkten in mehreren oder allen Mitgliedsländern diskutiert wurde?" (Freudenberger 2013, 89) Die zahlreichen Konzepte europäischer bzw. transnationaler Öffentlichkeit variieren stark in ihrem Verständnis von Öffentlichkeit und jedes einzelne wirft Fragen zu seiner Realisierbarkeit auf (vgl. ebd., 82ff.).

sein³³. Noch nicht angesprochen ist dagegen die Themen*vermittlung*, und damit die noch zu erörternden vermeintliche oder tatsächliche Problematik der *Filterblasen* und *Fake-News*. Geht eine Fragmentierung womöglich nicht von einer mangelnden Themenzentrierung, sondern von einer variierenden Vermittlung und/oder Darstellung des Weltgeschehens aus?

5. 4 Filterblasen und Personalisierung. Digitaler Konstruktivismus?

Der Begriff der *Filterblase* ist die Übersetzung einer Wortschöpfung des Internetaktivisten Eli Pariser, der das ihr zugrundeliegende Phänomen in seinem gleichnamigen, vielbeachteten Buch ("The Filter Bubble") 2011 beschrieb. Mit dem kritischen Begriff wollte er ein Bewusstsein dafür schaffen, welche Konsequenz es habe, wenn die Suchergebnisse, Meldungen etc., die man als Internet-User vorfindet, durch die bisherige, eigene spezifische Internetnutzung beeinflusst sind: Man finde sich in einer Blase wieder, in der unerwünschte bzw. für unerwünscht gehaltene Inhalte nicht vorkommen (vgl. Pariser 2012).

Das Auftauchen des Phänomens datiert Pariser auf Dezember 2009, als Google die *Personalisierte Suche* einführte und somit das "Standard-Google" abschaffte (vgl. ebd., 10). Bis dahin hatte der sogenannte *PageRank*-Algorithmus darüber entschieden, in welcher Reihe sich *den Usern* die den Suchbegriffen entsprechenden Ergebnisse präsentierten: Abhängig u.a. von der Anzahl der Verlinkungen des jeweiligen Ergebnisses wurden die Suchergebnisse den Usern in derselben Reihenfolge präsentiert. Seit der Umstellung "bekommt man die Ergebnisse, die der Google-Algorithmus als die besten für uns persönlich vorschlägt - und jemand anders sieht womöglich etwas vollkommen anderes" (ebd.)

Der Algorithmus, der seither laufend verfeinert wird, richtet sich nach einer Menge an Daten, die der User über verschiedene Wege über sich preisgibt: seine Sucheingaben, den Ort des Logins, die GoogleAds, die er anklickt, jene, die er ignoriert etc. Dadurch entsteht ein persönliches Benutzerprofil, das die Weiten des Internets für den Benutzer automatisch und ohne dessen Einwilligung eingrenzt und

³³ Auch im Falle eines künftigen Zeitungssterbens und dem Ende der klassischen Massenmedien durch digitale Medienkonvergenz lässt sich mit Bolz argumentieren, dass dies keinesfalls mit einem Ende aufmerksamkeitstarker - dann eben *digitaler* - Massenmedien einhergehen würde (vgl. Görlach 2010); realistischerweise wäre von einer fortgesetzten Pluralisierung der Informationskanäle bei unveränderter Themenkonvergenz auszugehen

ihm so genau das präsentiert wird, was ihn - gemäß algorithmischer Vorhersage - am wahrscheinlichsten interessieren würde. Das führt dazu, dass "[e]in Umweltaktivist und ein leitender Mitarbeiter einer Ölfirma [...] unterschiedliche Ergebnisse zu ihrer Suche nach 'Beweis für den Klimawandel' bekommen [könnten]" (ebd. 11).

Diese *Personifizierung* geht über die Nutzung der Suchmaschine hinaus. Mit sogenannten *tracking tools* können Unternehmen wie private Webseitenbetreiber Daten zur Nutzung ihrer Inhalte ermitteln. Dazu zählen etwa die Quelle der Verlinkung, also von wo aus die User auf die Seite stoßen, welche Unterseiten der Website wie lang konsumiert werde und aus welchen Ländern aus die Seiten konsumiert werden. Derartige Messungen und ihre Analyse kommen im (Online-)Marketing, in der Marktforschung oder in der Erfolgsmessung zum Einsatz und fungieren als Grundlage für die Optimierung von Websites(vgl. Vollmert/Lück 2017, 31ff.). Mit *Google Analytics* steht das meistgenutzte dieser Tools im Besitz des Google-Konzerns; dieses ist zwar kostenlos, doch die Analyse-Daten werden auch auf den Servern des Unternehmens gespeichert - und tragen so zum anonymisierten, aber spezifischen Userprofil bei. In Anbetracht anderer populärer und viel genutzter Dienste wie *AdSense*, *AdWords* und *Maps* und insbesondere der Tatsache, dass Google auf dem Smartphone-Sektor mit *Android* stark vertreten ist - im Dezember 2017 lag der Marktanteil in Deutschland bei fast 75% (vgl. statista 2018b) - scheint der Verdacht eines regelrechten *Analyse-Netzwerks*, dem nur schwer zu entgehen ist, nicht unbegründet. Die Initiative *AlgorithmWatch*, die sich mit der gesellschaftlichen Relevanz algorithmischer Entscheidungsfindungsprozesse auseinandersetzt, kam allerdings bei Studien zur deutschen Bundestagswahl 2017 zur Erkenntnis, dass die vermutete Personalisierung bei der Recherche via Google - etwa zu Personen und Parteien - "geringer als gedacht" ausfalle und vor allem regionaler Natur sei (vgl. Krafft/Gamer/Laessing/Zweig 2017, 1). Die Autoren kommen zu dem Schluss,

"dass der Suchmaschinenmarkt für die Meinungsbildung den kleinsten Teil ausmacht. Auch wenn Eli Pariser vor ein paar Jahren am Beispiel der Suchmaschinen zeigte, was Personalisierung ausmachen kann, gibt es heutzutage deutlich mehr Anzeichen dafür, dass die wirkliche Filterblasenbildung auf sozialen Medien besteht" (ebd., 11)

Die Autoren räumen allerdings ein, dass es schwieriger sei, zu quantifizierbaren Aussagen über soziale Medien wie Facebook oder Twitter zu gelangen, da eine Introspektion der Algorithmen ohne Kenntnis der (unzugänglichen) Algorithmencodes hier - im Gegensatz zu Google - keine Kontrolle ob etwaiger "Inhomogenitäten in der Informationsverteilung" erlaube (vgl. ebd.). Schon Pariser hatte seine Kritik nicht auf Google beschränkt und ob seiner Beobachtung, dass seine konservativen Facebook-Kontakte zunehmend von seinem Facebook-Feed verschwanden, auf eine Blasenbildung auf Social-Media-Plattformen geschlossen (vgl. Pariser 2012, 13). Letztlich zeichnet Pariser ein Bild von einer digitalen Welt, die als anfänglich anonymes Medium nunmehr von Internetgiganten wie Google, Facebook, Apple und Microsoft³⁴ geprägt werde und "sich fundamental zu verändern" beginne. Am deutlichsten fällt die Personalisierung, wie sich leicht selbst empirisch feststellen lässt, bei Werbeeinschaltungen:

"Geben Sie ein Kochrezept von ABC News weiter, und Sie werden von Werbung für Teflonpfannen gejagt. Öffnen Sie - auch nur einen Augenblick - eine Seite, auf der Hinweise gelistet sind, dass Ihre Partnerin sie betrügt, und Sie werden von Werbung für Vaterschaftstests verfolgt." (ebd. 14)

Eine Forschergruppe des Hamburger Hans-Bredow-Instituts verweist auf die Gefährdung der Integrationsfunktion der Medien durch die über Algorithmen gesteuerte, automatische Organisation von *Streams*, *Feeds* und *Trefferlisten*. Sie unterscheiden sich wesentlich von der *Ausgabe* der Tageszeitung oder der Radio- oder Fernseh*sendung*. Die Forschergruppe spricht neben der intendierten oder zumindest gewollten auch von unbemerkter bis ungewollter *Personalisierung*, die über "Empfehlungs- und Filtermechanismen" funktioniere, verweist aber darauf, dass die empirische Belegung der *Filterblase* nicht eindeutig geklärt sei (vgl. Hasebrink et al. 2017, 160). Es bestehe durchaus die Gefahr, dass "personalisierte Informationsnutzung [...] dysfunktional für die Herstellung von Öffentlichkeit sein [könnte]" (ebd. 205).

³⁴ Die Zukunft vom noch eigenständigen Twitter ist noch ungeklärt. Ende 2016 gab es im Zuge stagnierender Userzahlen Gerüchte um eine Übernahme durch Google, Microsoft und Disney, aber auch eine Bewegung, die mit dem Slogan *Free Twitter from Wall Street* werbend für eine genossenschaftliche Übernahme eintrat (vgl. Krause 2016).

Wichtig und originell scheint an dieser Stelle allerdings der Hinweis, dass die Gefahr der Blasenbildung kein den Algorithmen inhärentes Problem sei, sondern dass diese genauso gut in Form von *Diversitätsalgorithmen* programmiert sein könnten und damit dem Phänomen der einseitigen oder tendenziösen Information sogar entgegenwirken könnte. In jedem Fall bestünde ob der ausbleibenden Bestätigung keine akute Gefahr vor Filterblasen (vgl. ebd., 205f.).

Angesichts der im Internet aufgrund von auf Algorithmen basierenden Filterungs- und Selektionsmechanismen "gewandelten Medien- und Kommunikationsverhältnisse" thematisiert die Forschergruppe auch den Verlust des "journalistischen Gatekeeper-Monopols", welches mit einer veränderten Journalismus-Publikum-Beziehung einhergehe, bei dem *Dialog* und *Partizipation*, aber auch *Konflikt*, *Kooperation* und *Konkurrenz* eine Rolle spielen (vgl. ebd., 202f.).

2010 stellte Arne Klemper fest, dass die Aufgabe des Filterns nun nicht mehr den Akteuren der massenmedialen Verbreitungskanäle obliege, sondern plötzlich beim Rezipienten angesiedelt sei (Klemper 2010, 42). Heute stellt sich die Frage: Obliegt die Aufgabe des Filterns wirklich noch dem Rezipienten?

Simon Hartz und Hakan Tanriverdi sehen das Problem der Filterblase auf Seiten des unmündigen Rezipienten, der in der analogen Welt genauso vorkomme wie in der digitalen. Die Schuld sei nicht primär bei Algorithmen zu sehen, und selbst Pariser habe vor einer Überbewertung des Einflusses sozialer Netzwerke gewarnt. Laut aktuellen Zahlen werden Nachrichten im klassischen Fernsehen noch immer von fast drei Vierteln aller Deutschen geschaut, während nur ein Drittel soziale Netzwerke für Information nutzt. (vgl. Hartz/Tanriverdi 2017) Indes belegt eine Studie des *National Bureau of Economic Research*, dass es zwischen 1996 und 2012 bei den Über-75-Jährigen zu einer deutlich stärkeren politischen Polarisierung gekommen sei als bei den 18- bis 39-Jährigen: "We find that the growth in polarization in recent years is largest for the demographic groups least likely to use the internet and social media" (Boxell/Gentzkow/Shapiro 2017, 1). Die Gefahr einer Öffentlichkeitsspaltung oder gar eines gesellschaftszersetzenden digitalen Konstruktivismus durch personalisierte Nachrichten- und Beitrags-Feeds, Suchmaschinenergebnisse u.ä. scheint angesichts der bisherigen Befunde also nicht gegeben.

5. 5 Medienskepsis und Postfaktizismus im Digitalen Zeitalter

Nachdem "Fake News" medienwirksam zum *Anglizismus des Jahres 2016* gewählt wurde (vgl. Anglizismus des Jahres 2017), blieb ihm im darauffolgenden Jahr die Ernennung zum *Unwort des Jahres 2017* zugunsten der "alternativen Fakten" verwehrt (vgl. Unwort des Jahres 2018). Die Gesellschaft für deutsche Sprache kürte "postfaktisch" zum *Wort des Jahres 2016* und tat es so den *Oxford Dictionaries* gleich, die dessen englisches Pendant "post-truth" zuvor zum *Word of the year 2016* erklärten (vgl. Oxford Dictionaries 2016).

Dass sämtliche der genannten, eng in Verbindung stehenden Begriffe im selben Jahr aufkamen bzw. eine Renaissance erlebten, kann wohl - wie es auch die Jurys getan haben - mit zwei wesentlichen politischen Überraschungen und der diesbezüglichen Berichterstattung in Verbindung gebracht werden: Im Juni wurde bei einem Referendum des Vereinigten Königreichs der Austritt aus der Europäischen Union besiegelt, im November wurde Donald Trump zum Präsidenten der Vereinigten Staaten gewählt. Wie die *Oxford Dictionaries* dokumentierten, kam es rund um diese beiden Ereignisse zu einem Anstieg im Gebrauch und der Recherche des Begriffs *post-truth* (vgl. ebd.). Paradox anmutender Weise ist einerseits eine breite Skepsis und ein großes Misstrauen gegenüber etablierten Medien festzustellen, während andererseits beklagt wird, dass postfaktische Politik, die widerlegbare Unwahrheiten propagiert, reüssiert. Die Gründe dafür dürften einerseits in einem Autoritätsverlust der journalistischen Kommunikatoren infolge der Entgrenzung und Verwischung der Kommunikator- und Rezipientenrolle, dem "Leitmotiv zur Charakterisierung der Transformation der gesellschaftlichen Kommunikationsverhältnisse" (Hasebrink et al. 2017, 202) liegen; andererseits, wie Daniela Pscheida meint, würden "durch die Digitalisierung immer mehr Leute an der Wissensproduktion beteiligt [sein] und damit immer mehr Sichtweisen hinzukommen, die ausgehandelt werden müssen" (Wieselberg 2011).

5. 5. 1 Das Phänomen Fake-News

Der inzwischen in den Duden aufgenommene Begriff *Fake-News* wird von diesem mit der - keine Manipulation implizierenden - "Falschmeldung" übersetzt, doch in der Mehrzahl spezifischer als "in den Medien und im Internet, besonders in den Social

Media, in manipulativer Absicht verbreitete Falschmeldungen" (Duden 2018f) definiert.

Der Hinweis auf die kontextuelle Bindung an das Internet und insbesondere soziale Netzwerke erscheint wichtig, immerhin wird damit ein Unterschied zum ebenfalls in Hochjunktur befindlichen Begriff der *Lügenpresse* deutlich, der seinerseits zum Unwort des Jahres 2014 gewählt wurde (vgl. Unwort des Jahres 2015) und sich mittlerweile ebenfalls im Duden wiederfindet. Schon seit dem 19. Jahrhundert gebräuchlich, klingt auch in ihm der Vorwurf der Manipulation an, ohne dabei einen digitalen Kontext zu implizieren (vgl. Duden 2018g). Rolf von Raden spricht im Zusammenhang mit dem Begriff, der vorwiegend im rechtspopulistischen bis rechtsextremen Lager verwendet werde, von einem massenwirksamen "verschwörungstheoretischen Konzept", der einer rechten Mobilisierung - wie im Falle der *Pegida* - diene (von Raden 2016, 162ff.) Im Gegensatz dazu ist der Terminus *Fake-News* nicht nur ein politischer Kampfbegriff, sondern auch ein umkämpfter Begriff. Der Radiojournalist Marco Bertolaso, der für Deutschlandfunk einen siebenteiligen Beitrag gestaltete, führt die inflationäre Verwendung des Begriffes auf den häufigen Gebrauch durch Donald Trump - sowohl im Wahlkampf als auch im Amt - zurück, der ihn damit popularisiert habe (vgl. Bertolaso 2017, Teil 1). Gemäß dem lateinischen Sprichwort *semper aliquid haeret* ("Es bleibt immer etwas hängen") und durch die Schöpfung des Konstrukts *fake news media* sei es ihm gelungen, kritische Medien unter Generalverdacht zu stellen und sie in Verruf zu bringen - und damit, nachdem zuerst ihm selbst der Vorwurf der Verbreitung von Fake-News gemacht worden war, eine effektive Umkehrung zu bewirken, ohne Vorwürfe rational entkräften zu müssen (vgl. ebd., Teil 2).

Nicht nur der ablenkende Vorwurf der Fake-News hat sich als effektives Propagandamittel entpuppt, sondern auch die gezielte Verbreitung tatsächlich vorsätzlich manipulierter Falschmeldungen. Ende April 2017 hatte Facebooks Sicherheitsteam ein Whitepaper veröffentlicht, in dem erstmals von "Versuche[n], die öffentliche Debatte zu manipulieren und Nutzer zu täuschen" (Mündges 2017) berichtet wurde (vgl. Weedon/Nuland/Stamos 2017). Vom Begriff *Fake-News* selbst wird in dem Dokument Abstand genommen, die Rede ist stattdessen von umfassenden *information operations*, definiert als "[a]ctions taken by governments or organized non-state actors to distort domestic or foreign political sentiment, most frequently to achieve a strategic and/or geopolitical outcome" (ebd., 5).

Ein Eckpfeiler dieser "gezielten Desinformationskampagnen" (Mündges 2017) seien *false news*, definiert als

"[n]ews articles that purport to be factual, but which contain intentional misstatements of fact with the intention to arouse passions, attract viewership, or deceive." (Weedon/Nuland/Stamos 2017, 5)

Das Phänomen wird in dem Whitepaper als *gesellschaftliches Problem* beschrieben, welches "old and new media", aber vordergründig "online news stories" betreffe (vgl. ebd.). Wichtig scheint der Hinweis auf die Verbreitung - etwa durch Liken und Teilen via Fake-Accounts -, die den gefälschten Nachrichten erst ihre Wirkung verleiht: "On its own, false news exists in a vacuum. With deliberately coordinated amplification through social networks, however, it can transform into information operations." (ebd.)

Mündges spricht von einem wesentlichen Wandel in "Facebooks Haltung zur eigenen Verantwortung für den öffentlichen Diskurs". In der digitalen Öffentlichkeit nehme Facebook - wie auch Google - "eine Schlüsselrolle ein, die eine Rechenschaft mit sich bringt" (Mündges 2017). Damit an Habermas' Warnung vor den "unredigierten Beiträgen" des Internets und dem Vorzug traditioneller Öffentlichkeiten, in denen "sich die Bürger zur gleichen Zeit mit denselben kritisch gefilterten Themen und Beiträgen befassen [konnten]" (Habermas 2006, 4) erinnernd, fordert er "eine neue Form von intermediary accountability" (Mündges 2017). Das setzt voraus, dass die Online-*Intermediären*³⁵ anerkennen, dass die in den Massenmedien von Journalisten eingenommene Gatekeepingfunktion nun - in Form von Algorithmen - zwangsläufig auf sie zurückfällt.

5. 5. 2 Das digitale Gatekeeping- und Multiplikatoren-Problem

Auch Hasenbrink et al. sehen die Skepsis gegenüber medial vermittelten Inhalten, oder spezifischer: Realitätsbeschreibungen, im Zusammenhang mit dem Ende des konkurrenzlos journalistisch kontrollierten Gatekeeping:

³⁵ Als *Intermediäre* bezeichnet werden Social-Media- und Netzwerk-Plattformen wie Facebook, aber auch LinkedIn oder XING, deren Gatekeeping-Funktion durch Algorithmen gesteuert wird. Mit der Bezeichnung wird die "vermittelnde und strukturierende Rolle" hervorgehoben (vgl. Hasebrink et al. 2017, 81).

"Wir verfügen in der gewandelten Medioumgebung über sehr viel mehr Wirklichkeitsbeschreibungen als noch im Zeitalter der Massenmedien - hieraus scheint sich auch eine gewisse Erschütterung von Realitätsgewissheiten zu ergeben; das Aufkommen von Begriffen wie „post-truth“ oder „post-faktisch“ kann hierfür als ein Indikator gelten." (Hasebrink et al. 2017, 203)

Wer täglich dieselben Medien konsumiert, kann von einer gewissen Kontinuität in der Berichterstattung ausgehen; unabhängig von der Blattlinie oder der politischen Agenda werden die Beiträge von professionellen Journalisten verfasst und redigiert, was noch keinen Rückschluss auf die Qualität und den Wahrheitsgehalt des Inhalt zulässt, aber eine medienintern kohärente, zumindest größtenteils widerspruchsfreie *Wirklichkeitsbeschreibung* nahelegt.

Im Internet "droht" nun nicht nur die Konfrontation mit einem breiten Spektrum an Meinungen, sondern auch, was man *Auffassungspluralismus* nennen könnte. Aller Personalisierung zum Trotz: Der Zugang zu differierenden *Wirklichkeitsbeschreibungen* ist im Internet durch die größere Nähe zu und die größere Menge an Medien verschiedenster politischer Ausrichtungen leichter. Wo viele Wirklichkeitsauffassungen zur Verfügung stehen, können auch unangenehme Wahrheiten und damit auch *kognitive Dissonanzen* (vgl. Festinger 2012) leichter vermieden werden³⁶. Die in großer Mehrheit (noch?) kostenlos zugänglichen Online-Medien sind *öffentliche* Güter; angesichts der unüberschaubaren Vielzahl an ihnen, ist es im Zweifelsfall schwieriger, ein unbekanntes Medium ob seiner Vertrauenswürdigkeit zu beurteilen.³⁷ Damit ist auch das im vorangegangenen Kapitel besprochene Problem Facebooks mit *false news* und *information operations* angesprochen. Habermas warnte schon Jahre bevor *Social Media* zu einem bedeutsamen Massenphänomen wurde:

³⁶ "Je mehr Information, desto größer die Unsicherheit und desto größer auch die Versuchung, eine eigene Meinung zu behaupten, sich mit ihr zu identifizieren und es dabei zu belassen" (Luhmann 1996, 126). Was Luhmann schon vor dem Internet festhielt, gilt heute umso mehr.

³⁷ Felix Stalder meint dazu, dass Nutzer angesichts der digital geprägten "dynamischen Welt der Unübersichtlichkeit" von einem radikalen Pragmatismus geleitet seien: "Ein angemessenes Urteil, ob die gelieferten Informationen die Welt richtig oder falsch interpretieren, können sie sich ohnehin nicht bilden." (Stalder 2016, 202)

"Der begrüßenswerte Zuwachs an Egalitarismus, den uns das Internet beschert, wird mit der Dezentrierung der Zugänge zu unredigierten Beiträgen bezahlt." (Habermas 2006, 4)

In sozialen Netzwerken fungieren überdies nicht allein Journalisten als Multiplikatoren von Nachrichten, sondern grundsätzlich *alle* Accounts - in einem von der Zahl ihrer Abonnenten, Follower bzw. Freunde (und den auf der Plattform vorherrschenden Algorithmen) abhängendem Maß.

Kritsanarat Khunkam erwähnt die umfassende Berichterstattung über eine Frau, die behauptete, sich eine dritte Brust anoperiert zu haben. Wie sich herausstellte, wurde später eine Drei-Brust-Prothese in ihrem Kofferraum entdeckt; die vermeintliche dritte Brust entpuppte sich als (geglückter) PR-Gag. Bis zur Aufdeckung war die Nachricht bereits über 200.000 Mal geteilt worden; die Aufklärung dagegen war freilich weniger Likes und Teilungen wert. Khunkams polemischer Schluss: "Die Wahrheit ist eben doch nicht so interessant wie alle behaupten" (Khunkham 2014).

Natürlich ist die Verbreitung von Falschmeldungen, wie die schon im vorangegangenen Kapitel angeführte Weisheit *semper aliquid haeret* angesichts ihrer lateinischen Herkunft nahelegt, kein neues oder internetspezifisches Problem. Neu ist allerdings, dass User in sozialen Medien ihr Interesse und ihre Mitteilungswilligkeit in Bezug auf Nachrichtenmeldungen via *Liken* und *Sharen* bzw. *Taggen* kundtun; die Anzahl der Kommentare lässt darüber hinaus Rückschlüsse auf das Interesse am themenspezifischen Diskurs zu. Dadurch lässt sich wiederum einfach und unmittelbar evaluieren, wie (letztlich: *ökonomisch*) wertvoll eine Meldung für das Publikationsmedium ist. An die Stelle von Nachrichtenwerten oder journalistischem "Gespür" droht so als alleiniges Kriterium die Gunst des Publikums zu treten. Im Gegensatz zu journalistischen Gatekeepern müssen bei der Allgemeinheit der User andere Motive vorausgesetzt werden: Was sie teilen und wen sie markieren, richtet sich nicht danach, was ein breites Publikum interessieren könnte oder sollte, sondern was sie ihren Freunden zeigen möchten - und das kann durchaus eine unseriöse Meldung sein, deren Wahrheitsgehalt nicht einmal von (primärem) Interesse ist.

Die Gunst des Publikums als Ersatz für (implizite oder explizite) Nachrichtenfaktoren ist insofern gefährlich, als dieser Mechanismus sehr wohl zu

einer - andersgearteten - Filterblasen-Bildung führen kann; was das Publikum nicht sehen *möchte*, das bekommt es dann auch nicht mehr zu sehen. Aber nicht (oder nicht nur), weil es von dubiosen Facebook-Algorithmen gefiltert wird, sondern weil das entsprechende Medium aus ökonomischen Gründen darauf verzichtet, sozusagen massenunwirksame Beiträge zu produzieren. Die Gefahr der Filterblase ginge demnach vor allem von einseitigen Medien aus, die nur noch schreiben, was das Publikum lesen möchte - und ständig dazulernen, weil sie durch Likes, Shares u.ä. echte Kennzahlen haben, an denen sie ihre Berichterstattung orientieren können.

Diese Gefahr ist eine Konsequenz jener allgemeinen Entwicklung, die Hasebrink et al. im Auge haben, wenn sie von der Entgrenzung zwischen Journalismus und Publikum schreiben. (Hasebrink et al. 2017, 202f.) Wo die Rolle des Gatekeeping im Internet zunehmend den Intermediären zufällt und die Funktion des Multiplikators eine zweiseitige Demokratisierung erlebt, fällt das Fehlen professioneller journalistischer Intervention besonders auf.

Zumindest scheint ein Bewusstsein dafür vorzuherrschen - und auch zu wachsen -, dass Medienangeboten im Internet nicht blind zu vertrauen ist. Während etwa das öffentlich-rechtliche Fernsehen in der Mainzer Langzeitstudie ein stabil hohes Vertrauen genießt - die Prozentzahl jener, die es als *sehr/eher vertrauenswürdig* einschätzen, ist zwischen 2016 und 2017 sogar von 69 auf 72 Prozent gestiegen - und Tageszeitungen (die gesondert von den wesentlich schlechter abschneidenden Boulevardzeitungen abgefragt wurden) stabile 65 Prozent vorweisen können, ist die Skepsis bezüglich des Internets so hoch wie noch nie: Nur noch jeder Zehnte stufte es 2017 als *sehr/eher vertrauenswürdig* ein, was einen bemerkenswerten Rückgang von 24 auf 10 Prozent binnen eines Jahres darstellt. Das Internet ist damit hinter das Privatfernsehen zurückgefallen, das an Vertrauen gewonnen hat. Für *überhaupt/eher nicht vertrauenswürdig* halten das Internet indes 15 Prozent (plus 4); eine Mehrheit von 56 Prozent (plus 4) tendiert zu *teils teils*. (vgl. Schemer et al. 2018).

Je nach Lesart lässt sich der starke Vertrauensabfall unterschiedlich deuten. Pessimistisch betrachtet könnte man das Internet als ungeeignetes Medium nicht nur zur Informationsbeschaffung, sondern auch zum gesellschaftlichen Diskurs deuten: Das Vertrauen in Nachrichten auf Weblogs und Foren sowie Sozialen Netzwerken liegt bei besonders niedrigen 4 bzw. 2 Prozent (vgl. ebd.). Stellt sich nicht

zwangsläufig die Frage, ob bei Skepsis vielleicht von einem strukturell bedingten Misstrauen auszugehen ist?

Mit Verweis auf die (wachsende) Dominanz der Mehrheit, die das Internet - weder per se vertrauenswürdig noch vertrauensunwürdig nennen möchte, ließe sich dagegen auch auf verringerte Naivität und zunehmende Differenzierungsfähigkeit schließen. Ist - auch angesichts der von Facebook offengelegten Probleme mit Fake-Accounts und *information operations* - generelles Vertrauen gegenüber Inhalten des Internets nicht gerade ein Hindernis dafür, dass sich dort eine ernstzunehmende diskursive Öffentlichkeit entfalten kann?

Es scheint jedenfalls zu kurz zu greifen, von den sich zweifellos stark unterscheidenden Vertrauenswerten auf ein Legitimationsproblem von Internetmedien per se zu schließen; wer etwa der *Süddeutschen Zeitung* in gedruckter Form sein Vertrauen schenkt, wird keinen Anlass sehen, deren Online-Pendant - das sich inhaltlich überdies zum Teil mit der Druckausgabe deckt - skeptischer zu begegnen. Im Gegenteil scheint das Internet für die hoch angesehen (vgl. Schemer et al. 2018), aber üblicherweise in der Leserzahl hinter den Boulevardzeitungen zurückbleibenden Qualitätszeitungen eine gute Möglichkeit, ein größeres Publikum zu erreichen. Während etwa die gedruckte Ausgabe der *Kronen Zeitung* mit 29,2 Prozent Reichweite der *Standard*, der auf 6,5 Prozent kommt, deutlich übertrifft (2018b), zeigen die Zahlen zur Online-Reichweite aus dem 3. Quartal 2017 ein ganz anderes Bild: Dort übertrifft wiederum die Online-Ausgabe des *Standards* mit 35,4 Prozent jene der *Kronen Zeitung* (35,4 Prozent). Auch der Facebook-Auftritt des *Standards* hat mit knapp 304.000 Abonnenten gegenüber jenem der *Kronen Zeitung* (rund 297.000.)³⁸ die Nase vorn.³⁹

Diese Erhebung zeigt nicht nur, dass das Internet von Qualitätsmedien dazu genutzt werden kann - und bereits erfolgreich dazu genutzt wird -, mit seinen Inhalten einen größeren Teil der Öffentlichkeit zu erreichen; es zeigt außerdem, dass der User immer noch der Souverän über seinen eigenen Medienkonsum ist: Ein Facebook-Auftritt abonniert sich nicht von selbst. Darüber hinaus gilt es zu bedenken, dass Beiträge von Online-Medien zu den zentralen

³⁸ Stand: April 2018.

³⁹ Das mag zu einem Teil darauf zurückzuführen sein, dass der *Standard* 1995 als erste deutschsprachige Tageszeitung den Schritt ins Internet wagte (vgl. Pumberger 2015) und sich dadurch einen bis heute nachwirkenden Vorteil verschaffte; doch auch die zweitgrößte Qualitätszeitung des Landes, die *Presse*, kommt im Internet auf 22,2% und übertrifft damit den Online-Auftritt der deutlich reichweitenstärkeren *Heute Zeitung* (19%).

Anschlussmöglichkeiten des öffentlichen digitalen Diskurses zählen. Diskurs entsteht immer dann, wenn ein Beitrag publiziert und geteilt wird - im Leserforum der Nachrichtenseite selbst, in den Kommentaren auf Facebook oder (in geringerem Maße) auf Twitter: Hier kommt es zu einem kommunikativen Austausch. Die von Habermas vor über einem Jahrzehnt postulierte "beispiellose Verdichtung der Kommunikationsnetze" (Habermas 2006, 4) hat sich durch soziale Netzwerke noch einmal dramatisch verstärkt. Binnen zehn Jahren hat etwa Facebook, das 2008 rund 100 Millionen User vorweisen konnte, kontinuierlich zugelegt und aller Prognosen zum Trotz heute 2,13 Milliarden monatlich aktive User vorzuweisen; eine numerischen Nutzerrückgang gab es seither in keinem einzigen Quartal (vgl. statista 2017c), dabei hatte noch 2014 eine Studie der Princeton University prophezeit, das Facebook bis 2017 80 Prozent seiner User verlieren würde (vgl. Cannarella/Spechler 2014).

Dass die weiterhin zunehmende digitale Kommunikation - (teil-)öffentlich via (Leser-)Foren und Social Media, aber auch privat via Instant Messenger wie *WhatsApp* oder *Telegram* - keine Fragmentierung der Öffentlichkeit, sondern vielmehr ein Entstehen fragmentarischer (diskursiver) Öffentlichkeiten bedeutet, wurde in Kapitel 5. 3 postuliert. Der Schlüssel zur Frage, was die digitalen Kommunikationssphären zu leisten imstande sind und welche Funktion sie einnehmen bzw. einnehmen könnten, liegt nun darin, nicht danach zu fragen, was *die Öffentlichkeit* leisten kann, sondern das Augenmerk auf die Organisation innerhalb dieser zu legen - in Form so genannter *Teilöffentlichkeiten*.

5. 6 Teilöffentlichkeiten und die Funktion der Öffentlichkeit

Hepp et al. definieren *Öffentlichkeiten* im Sinne einer "allgemeinste[n] deskriptive[n] Bestimmung" als "Räume verdichteter politischer Kommunikation, die sich über solche Verdichtungsprozesse sozialräumlich voneinander unterscheiden lassen" (Hepp et al. 2012, 22); eine derartige Begriffsbestimmung trägt dem Charakter der digitalen Kommunikationssphären Rechnung und "[kommt] der netzwerkanalytischen Definition von Clustern sehr nahe" (Maireder/Schlögl 2015, 235). Wenngleich die Definition von Hepp et al. Kommunikationsräume als "Netzwerke unterschiedlicher Arenen und Teilöffentlichkeiten" (Hepp et. al 2012, 22) erfasst, geht es den AutorInnen um ein transnationales Öffentlichkeitsmodell und europäische

Diskurskulturen (ebd. 21), während Maireder und Schlögl die Definition auf *Accountnetzwerke* auf Social-Media-Plattformen wie Twitter anwenden, die sie als *Teilöffentlichkeiten* begreifen (Maireder/Schlögl 2015, 234).

Die Abkehr von der Auffassung der *öffentlichen Sphäre* im Singular zugunsten pluraler und dynamischer Kommunikationssphären ist grundsätzlich zu begrüßen; schon Hölscher sprach hinsichtlich der Zugänglichkeit von Öffentlichkeit von einem prinzipiellen Widerspruch: Auf der einen Seite sei sie "ihrem Wesen nach unbegrenzt (...). Andererseits ist die Öffentlichkeit einer Handlung, eines Ereignisses usw., d.h. die Zahl derer, die daran teilhaben, faktisch immer begrenzt" (Hölscher 1979, 136). Wo mit Öffentlichkeit tatsächlich eine Gesamtheit gemeint ist, fällt der Personenkreis mit jenem der *Allgemeinheit* zusammen. Aus begrifflicher Perspektive haftet dieser nicht jenes *involvierende, partizipative* Element an, das bei dem vielschichtigen, politisierten Begriff der *Öffentlichkeit* mitschwingt. Als "Allgemeinheit" ist die Öffentlichkeit nicht mehr als eine *passive* Gesamtheit; sie ist *gemeint, angesprochen* und *betroffen*. Karl Neufischer differenzierte zwischen *Öffentlichkeit* und *Allgemeinheit*, indem er letztere mit der (von ersterer unterschiedenen) *breiten Öffentlichkeit* gleichsetzte - wenngleich sich kaum definieren lasse, wo diese beginne (vgl. Neufischer 1969, 79 zit. n. Herrmann 1975, 44). Liegt vielleicht gerade in der Fragmentiertheit des öffentlichen Diskurses eine Chance dafür, dass er Wirkung entfaltet?

Der Begriff der Teilöffentlichkeiten ist kein Kind des digitalen Zeitalters: In den 1980er-Jahren entwickelte James E. Grunig (2005, 778ff.) die *Situational Theory of publics*, nach welcher sich eine *aktive* Teilöffentlichkeit als Gruppe begreifen lässt, die sich a) mit demselben oder einem ähnlichen Problem konfrontiert sieht; b) dieses Problem auch (als Problem) erkennt und c) sich organisiert, um mit dem Problem umzugehen. Auf eine *latente* Teilöffentlichkeit trifft nur a) zu, auf eine *bewusste a) und b)*. Einen fünften Typ stellen *aktivistische Teilöffentlichkeiten* dar, die "eine besonders einflussreiche Rolle bei der Aktivierung der bewußten und der aktiven Teilöffentlichkeiten [spielen]" (Bentele 1995, 21).

Bentele sieht die aktivistischen Teilöffentlichkeiten als einen gesondert zu betrachtenden Typ, der besonders seit den 1980er-Jahren zunehmend in Form eines "neuartigen Organisationstyp[s]" in Erscheinung getreten sei, "dessen primäres Ziel [es] ist, Medienöffentlichkeit und damit bestimmte [...] herzustellen und damit weitere Teilöffentlichkeiten zu erreichen und vor allem zu mobilisieren" (ebd.).

Wenngleich *Teilöffentlichkeiten* als ursprünglich primär "PR-theoretischer Begriff betrachtet werden [muss]" (ebd., 20), erscheint sowohl seine Anwendung auf das digitale Zeitalter als auch ein Rückgriff auf die Konzeptualisierung Grunigs vielversprechend. Maireder und Schlögl bezeichnen Öffentlichkeit als "Kommunikationssphären, in denen Ko-Orientierungsprozesse der Gesellschaft zu Problemen allgemeinen (politischen) Interesses ablaufen" (Maireder/Schlögl 2015, 231). Die Rede von der Öffentlichkeit im Singular bei gleichzeitig impliziter Annahme unverbundener Öffentlichkeitsfragmente bzw. *Sphären* indiziert ein neuartiges Öffentlichkeitsverständnis, das der Realität der digital geprägten, modernen Massengesellschaften schlichtweg besser beschreibt als Habermas' Idealmodell, der "die bürgerliche Öffentlichkeit [...] im Kaffeehaus versammelt vor sich [sitzen sieht]" (Schlögl 2013, 193).

Durch die Hervorhebung des strukturellen Aspekts der Definition von Maireder und Schlögl, also der Koexistenz einer Vielzahl kommunikativer Sphären, darf der diskurs-spezifische Aspekt nicht übersehen werden: *Öffentlichkeit* im engeren Sinn definiert sich nicht allein über die Institutionalisierung von Konversation, sondern über dessen gesellschaftlichen bzw. gesellschafts*politischen* Bezug; Das führt zum funktionalen Aspekt der Öffentlichkeit und der Frage, welche Wirkung von Öffentlichkeit überhaupt ausgehen soll.

Wie Johanna Möller, an Bernhard Peters anknüpfend, feststellt, besteht das Dilemma der Öffentlichkeit darin, "bürgerliche Partizipation mit der Notwendigkeit kollektiv verbindlicher Entscheidungen - im Sinne des Gemeinwohls - zu vereinbaren" (Möller 2017, 29; vgl. Peters 2004 55ff.). Dabei herrscht keineswegs Einigkeit darüber, wie mit diesem Dilemma umzugehen ist, oder anders gesagt: wie idealerweise "das für alle gleichermaßen gute kollektive Ergebnis" (ebd.) zu erreichen wäre. Der Journalist Walter Lippmann (1993) vertrat schon in den 1920er-Jahren die Ansicht, dass es sich bei einer deliberativen Auffassung von Demokratie, wie sie später etwa von Habermas vertreten wurde, um eine unrealistische Idealisierung handle, und die so genannte Öffentlichkeit als *phantom public* einen Mythos darstelle. Die einzige Funktion, die der Öffentlichkeit letztlich zukomme, sei jene der Kontrolle im Falle undemokratischer Willkürherrschaft; in jedem Fall aber gilt: "Public opinion is not a rational force [...]" (Lippmann 1993, 69).

Lippmanns Elitarismus stellt eine pessimistische und radikale Position dar, doch ist sie eine fruchtbare, nüchterne Gegenposition zu allzu idealistischen

Öffentlichkeitsvorstellungen. So erklärt etwa Neidhardt die klassische Forderung nach Transparenz in Bezug auf transnationale Öffentlichkeiten als weder umsetzbar noch erstrebenswert (Neidhardt 2006, 51). Eine Position zwischen Lippmann und Habermas nahm Ralf Dahrendorf (1969) ein. Vorstellungen direkter Demokratie in Deutschland betrachtete er allein schon aufgrund von Bestimmungen im Grundgesetz als unrealistisch und naiv, gleichzeitig stelle das Publikum "die letzte Quelle aller politischen Entscheidungen" dar. Er entwarf ein Modell *aktiver* und *passiver* Öffentlichkeit, die dynamische Sphären innerhalb der Gesellschaft darstellen; politische Initiative gehe von der ersteren aus, die aber immer als schmal gedacht werden müsse - die Vorstellung ihrer Grenzenlosigkeit, also eine totale, aktive Öffentlichkeit, nennt er einen "fundamentaldemokratischen Irrtum" (Dahrendorf 1969, 11).

Die Verknüpfung von Ansätzen aus Dahrendorfs Modell aktiver und passiver Öffentlichkeit und Grunigs situativer Theorie der Öffentlichkeiten mit Mairaders und Schlögs Einordnung der Öffentlichkeit als plurale Kommunikationssphären scheint geeignet, um einerseits das Wesen der Öffentlichkeit im Digitalen Zeitalter angemessen zu beschreiben und andererseits aufzuzeigen, wie sie tatsächlich zu politischer Wirksamkeit gelangen kann. Habermas' Feststellung, dass das Internet zu einer Verdichtung der Kommunikation(-snetze) geführt hat, lässt immerhin noch die bedeutende Frage offen, unter welchen Bedingungen sich Möglichkeiten der politischen Einflussnahme ergeben könnten.

6 Chancen und Herausforderungen der Medienöffentlichkeit 2.0.

An Lippmann, Dahrendorf und Neidhardt anschließend, gilt es, sich von der Vorstellung direkter Demokratie und völliger politischer Transparenz aus einer Vielzahl an Gründen zu verabschieden. Eine Partizipation der Öffentlichkeit, die als kohärentes Gesamt aufgefasst wird, ist politisch nur im Rahmen von Wahlen und Volksabstimmungen denkbar, wo sie allerdings auch nicht *den* Wählerwillen ausdrückt, wie es nach Wahlen oft heißt; genauso irreführend ist die Rede davon, dass *der* Wähler entschieden, eine Regierung abgewählt oder seine Unzufriedenheit zum Ausdruck gebracht habe; dies hat (in einer Demokratie) vielmehr jeder Bürger - ungeachtet von Beeinflussungen bis hin zu Manipulation jeder Art, die hier nicht angezweifelt werden - für sich, allein in der Wahlkabine, getan. Formulierungen, in denen der Bevölkerung, der Wählerschaft oder einer anderen großen gesellschaftlichen Gruppe ein Wille angedichtet sind, sind unrichtige Vereinfachungen, die den Umstand verdecken, dass es so etwas wie eine öffentliche Meinung oder gar einen Volkswillen nicht gibt.

Nicht nur die Heterogenität der Meinungen und Ansichten jener der zur Öffentlichkeit gerechneten Menschen lässt Zweifel an ihrer Handlungsfähigkeit aufkommen. Auch die banale Tatsache, dass der Wille und die Bereitschaft zur diskursiven oder tätigen Partizipation von Thema zu Thema variieren, lässt eine *totale Aktiviertheit* (vgl. Dahrendorf 1969, 5) gleichermaßen unrealistisch wie widersinnig erscheinen.⁴⁰

Gerade vor diesem Hintergrund könnte sich die Fragmentiertheit der Öffentlichkeit als Voraussetzung für ihre Wirkungsfähigkeit erweisen. Hierbei ist zunächst daran zu erinnern, dass in Kapitel 5.3 eine vom Internet ausgelöste Fragmentierung bestritten wurde. Wenn, wie bei Habermas, die Einheitlichkeit der Öffentlichkeit an eine vorherrschende Themenzentrierung geknüpft wird, sodass "dieselben Themen zur selben Zeit für ein großes, anonym bleibendes Publikum dieselbe Relevanz gewinnen" (vgl. Habermas 1996, 184), so kann, wie gezeigt

⁴⁰ Darüber hinaus sei, wie schon Lippmann betonte, die öffentliche Meinung in der Mehrheit der Fälle schlichtweg ungeeignet, über Sachverhalte zu entscheiden, da es ihr an Expertise mangle: "Public reason [...] does not investigate [...]" (Lippmann 1993, 69). So kritisierte etwa Gundula Walterskirchen die jeweils einseitige Ablehnung bzw. Befürwortung des CETA-Abkommens, die nicht von Sachkenntnis geprägt sei (vgl. Walterskirchen 2016).

wurde, dem Internet keine das Gegenteil - also eine Fragmentierung - bewirkende Wirkung nachgesagt werden, weil die Themenzentrierung durch das Internet nicht gefährdet wird.

Meint die Rede von der Fragmentierung wiederum eine Fragmentierung des *Diskurses*, so liegt ein Irrtum vor, der sich aus dem Eindruck der einigermaßen kohärenten Medienöffentlichkeit des 20. Jahrhunderts ergibt. Für sie gilt in der Tat die Themenzentrierung als entscheidendes Kriterium - denn: "Das Medium ist die öffentliche Meinung selbst" (Luhmann 1990, 171).

Die Öffentlichkeit des Digitalen Zeitalters zeichnet sich nun dadurch aus, dass öffentlicher Diskurs nicht deckungsgleich mit dem *massenmedialen* Diskurs ist, sondern über diesen hinausgeht. Das soll nicht heißen, dass im 20. Jahrhundert kein öffentlicher Diskurs abseits der Massenmedien stattgefunden hat. Allerdings konnte er nur als öffentlicher Diskurs wahrgenommen werden, wenn er auch *medial* - und das hieß: *massenmedial* - abgebildet wurde; da wiederum der Öffentlichkeit selbst kein anderes Sprachrohr als jenes der Massenmedien - über das sie nicht verfügten - zukam, waren ihre Meinungen und Ansichten stets ein *latentes Phänomen* (vgl. Luhmann 1992, 77).

Wendet man Luhmanns Aussage auf das Internet an, kann sie nicht nur Gültigkeit für das Digitale Zeitalter beanspruchen; es offenbart sich überdies, wie eng Medien- und Öffentlichkeitswandel zusammenhängen, und wie sehr am Begriff der *Medienöffentlichkeit* festzuhalten ist: *Das Internet ist die öffentliche Meinung selbst*. Im Internet verschränken sich der massenmediale Diskurs und der gesellschaftliche, und es kommt zu einer Wechselwirkung, die in dieser Form und Dynamik etwas gänzlich Neues ist: Medienberichterstattung führt zu einer Reaktion - etwa einem "Shitstorm" - und die Reaktion führt wiederum zu Medienberichterstattung über jene Reaktion, was neuerliche Reaktionen auslöst⁴¹. Auch die Kommunikationsstruktur von Massenmedien ist von einem Wandel betroffen, der sich darin äußert, dass die diskursive Öffentlichkeit im massenmedialen Diskurs tatsächlich abgebildet wird. Die Luhmannsche Auffassung der Medien als undurchsichtiger Spiegel zwischen Öffentlichkeit und Politiker verliert im Digitalen Zeitalter ihre Gültigkeit.

⁴¹ Auch das umgekehrte Szenario, bei dem Massenmedien digitalen Diskurs aufgreifen, und dieser damit einem breiteren Publikum zuteil wird, ist Gang und Gäbe; so titelte die Presse erst kürzlich: "#retouchierenwiekurz wird zum Twitter-Trend" (DiePresse.com 2018).

Es ist damit nach wie vor vom Ende der von den Massenmedien vermacheten *Öffentlichkeitsarena* zu reden, aber nicht vom Ende der Medienöffentlichkeit an sich, sondern von ihrer Weiterentwicklung: einer *Medienöffentlichkeit 2.0*. Was ist damit gemeint?

Das Schlagwort *Web 2.0* steht für einen Strukturwandel des Internets, mit dem gemäß Duden "durch die Mitwirkung der Benutzer(innen) geprägte Internetangebote" (Duden 2018h) bezeichnet werden.⁴² Der Wandel vom Internet der Anfangstage - "fundamentally a publishing medium for hypertext documents, which over time, included multi-media objects" (Kambil 2008, 56) - zu einem Internet des *user-generated content*, der sozialen Medien und des öffentlichen Diskurses, ist eine außergewöhnliche Veränderung, die mit dem Wandel der Medienöffentlichkeit eng zusammenhängt.

Wenngleich die Evolution des Internets zum *Social Web* als entscheidender Schritt gesehen werden kann, ist Felix Stalder zufolge

"[Digitalität] mithin nicht auf digitale Medien begrenzt, sondern taucht als relationales Muster überall auf [...]. Auch [in kritischen Medienkulturen] wird die Unterscheidung zwischen "neuen" und "alten" Medien und der ganze mit ihr verbundene ideologische Ballast, etwa dass das Neue die Zukunft und das Alte die Vergangenheit repräsentiert, abgelehnt." (Stalder 2017, 18f.)

Die Prägung von Kultur und Gesellschaft durch Digitalität - Stalder spricht von einer *Kultur der Digitalität* - stehe jedoch erst am Anfang; langfristige Entwicklungen "nehmen erst jetzt konkrete Form an, nachdem sich digitale Infrastrukturen und die durch sie in den Mainstream gebrachten Praktiken im Alltag breitgemacht haben" (ebd., 20). Interessant scheint Stalders These, die neuen Technologien hätten "auf bereits laufende gesellschaftliche Transformationsprozesse" getroffen und sich erst entwickeln können, "nachdem eine Vorstellung formuliert worden war, was mit ihnen möglich sein sollte. Verbreiten konnten sie sich nur dort, wo Bedarf für sie schon vorhanden war" (ebd., 21f.) Das lässt an Howard Rheingold denken, der 1993 eine von Habermas inspirierte Zukunft der *Virtual Community* entworfen hatte (vgl.

⁴² Zwar war schon bald von Web 3.0, 4.0 und 5.0 die Rede, und wurden damit immer weitere evolutionäre Schritte des Internets bezeichnet, doch etablierte sich lediglich die Rede vom *Web 2.0*. Wenngleich der Begriff inzwischen veraltet ist und heute mehr von *Social Media* und *Social Web* die Rede ist, steht er für einen Wandel des Internets (durch technischen Fortschritt) und dem userseitigen Umgang mit ihm: "In Web 2.0, the Internet became a collaborative platform [...]" (Kambil 2008, 56).

Rheingold 1993). Schlögl sieht darin eine "romantische Utopie eines frühen Netz-Enthusiasmus" (Schlögl 2013, 201), teilt aber auch nicht Habermas' Internetpessimismus von der Zersplitterung des Publikums in "durch Spezialinteressen [zusammengehaltene] Zufallsgruppen" (Habermas 2008, 161).

Ein zentrales Problem, das Schlögl anspricht, ist das der Zugangsbeschränkungen des Internets, der *digital gaps*, die schon Manuel Castells identifiziert hatte (vgl. Castells 2008, 261ff.). Im Rahmen seiner Twitterstudie zu einer 2012 in Rio de Janeiro abgehaltenen Konferenz der Vereinten Nationen über nachhaltige Entwicklung, nennt Schlögl den *global divide* als größtes Problem, "also die Frage, aus welchen Weltregionen Menschen am Diskurs teilnehmen (können)" (Schlögl 2013, 197). Die geringe Diskursbeteiligung von unter 2% aller User aus Afrika sei insofern besonders problematisch, als die (global relevante) Konferenz "besonders für afrikanische Länder schwerwiegende Konsequenzen haben [könnte]" (ebd.). Die Idee der digitalen *Weltöffentlichkeit* bleibt - auch mit Blick auf Länder wie die Türkei, China oder Russland, wo keine für uns so selbstverständliche Presse- und Meinungsfreiheit herrscht - vorerst nur eine ferne Utopie.

Die facettenreiche digitale Kluft ist nur eines von mehreren Problemen, die im Rahmen der vorliegenden Arbeit ausgeklammert wurden. Ein anderes davon ist der Datenschutz, der angesichts des im März 2018 publik gewordenen Datenskandals um Facebook und Cambridge Analytica neuerlich in den Fokus geraten ist (vgl. Töniges 2018). Dabei hatte Facebook erst im Februar ein Patent auf eine *Eye-Tracking*-Software angemeldet, die in naher Zukunft eine neue Dimension der Überwachung und Analyse bedeuten könnte, etwa wenn "[z]um Beispiel [...] ein Benutzer zwar länger auf den Eingabeknopf blickt, ihn am Ende aber doch nicht drückt." (Möchel 2018). Tim Berners-Lee bezeichnete die digitalen Überwachungspraktiken neben der Verbreitung von Fake-News und der politischen Manipulation als das zentrale Problem des Internets.

Trotz der Probleme, die das Internet und seine Benutzung mit sich gebracht haben und vielleicht noch bringen werden - und für die Lösungen gefunden werden müssen -, ergibt sich der Eindruck, dass durch den Eintritt in das digitale Zeitalter ein Strukturwandel der Öffentlichkeit in Gang gesetzt wurde, der mit neuen Einflussmöglichkeiten der Bevölkerung einhergeht. Am deutlichsten wird dieses Potenzial am Beispiel der *Shitstorms*.

Als Musterbeispiel gilt ein Fall aus dem Jahr 2010, als *Greenpeace* mit einem Video auf die Verwendung von Palmöl in *Nestlé*-Produkten und damit verbundene ökologische Problematiken aufmerksam machte. Zwar konnte *Greenpeace* - nach Bentele eine *aktivistische Teilöffentlichkeit* (vgl. Bentele 1995, 21) - mit diesem Video, in dem ein Mann anstelle in einen *Kit-Kat*-Schokoriegel in den Finger eines Orang-Utan beißt, und nicht bemerkt, dass aus diesem Blut spritzt, bereits Aufmerksamkeit generieren;

"[d]essen virale [...] Verbreitung im Internet fand jedoch erst statt, nachdem Nestlé von Youtube verlangt hatte, das Video vom Netz zu nehmen, und nachdem kritische Kommentare auf der Fan-Seite von Kit-Kat gelöscht und wenig überzeugende Pressecommuniqués publiziert worden waren." (Baches 2017)

Dies hatte letztlich den Effekt, dass *Nestlé* zusagte, bis 2015 Palmöl nur mehr aus nachhaltigen Quellen zu beziehen (vgl. ebd.)⁴³. In diesem Fall ging der Impetus von einer Organisation, nämlich *Greenpeace*, aus, doch Voraussetzung für das Einlenken *Nestlé*s war das Aktivwerden der digitalen Öffentlichkeit - oder anders gesagt: einem Teil der digitalen Gesellschaft, der zu einer situativen, *aktiven Teilöffentlichkeit* wurde.

Das Beispiel des Shitstorms um *Nestlé* führt zu einer Erkenntnis und einer Frage. Die Erkenntnis besteht darin, dass es nicht der Mobilisierung großer Teile oder gar der Mehrheit der Öffentlichkeit bedarf, um eine Wirkung zu entfalten; es reicht, wenn es sich um eine Masse oder Gruppierung - die Organisiertheit hängt von dem jeweiligen Anliegen ab - von *empfindlicher* Größe handelt, die etwa als Käufer- bzw. Wählergruppe zu verloren gehen droht und vielleicht sogar, sei es durch Mundpropaganda oder kontinuierliche Berichterstattung, einen Imagewandel in weiterer Folge provozieren könnte.

Könnten aber, in Anlehnung an Robert Pfallers Zeitdiagnose, Shitstorms ernüchtert als gegenwartstypisches Symptom einer sich über seine Empörungskultur definierenden Verbotsgesellschaft interpretiert werden (vgl. Kapitel 5.1)? Nicht zwangsläufig, denn: Die Funktion der Öffentlichkeit besteht vordergründig in der

⁴³ Später korrigierte das Unternehmen seine Ziele auf 2020 (vgl. Ayoub 2017).

Kritik der bestehenden Verhältnisse⁴⁴; das sieht auch Pfaller so, dessen Gesellschaftskritik sich nicht gegen Empörung an sich richtet, sondern dagegen, *wogegen* sich Empörung heute richtet. Auf der einen Seite steht die Kritik an Nestlé, die nicht nur den Konzern zu einer ökologischen Umstellung bewogen, sondern auch das ökologische Bewusstsein in der Gesellschaft gefördert hat; auf der anderen der Vorwurf des Rassismus gegenüber H&M (vgl. Ayoub 2018), deren Werbefauxpas als mutwillige Diskriminierung ausgelegt wurde.

Dass *reziproke Kommunikationskanäle* eine Voraussetzung für eine intakte Demokratie darstellen, ist ein Gedanke, den schon Berthold Brecht in den 1930er-Jahren mit seiner Forderung nach Kommunikations- anstelle von Distributionskanälen aufgriff (vgl. Schlögl, 2013 191). Schlögl sieht diese im Digitalen Zeitalter eingelöst:

"Dass diese Forderung im Netz und insbesondere in den Sozialen Medien nun seine Umsetzung gefunden hat, ist vielleicht der zentralste Grund dafür, dass viele BeobachterInnen im Internet einen potentiellen Aktionsraum einer neuen Öffentlichkeit sehen" (ebd.)

In der Medienöffentlichkeit 2.0 erhält die Allgemeinheit neue - virtuelle - Räumlichkeiten, kann sich dadurch überhaupt erst als *diskursive* Öffentlichkeit etablieren, erlangt Souveränität und somit auch das *Potenzial*, etwas zu bewegen - in Form von situativen, aktiven Teilöffentlichkeiten, die gegen einen Missstand oder für eine Agenda *lobbyieren*. Wie Neuberger und Wendelin betonen, führt das Internet nicht zwangsläufig zu mehr Demokratie: "Eine erste Voraussetzung dafür ist die Bereitschaft der Bürgerinnen und Bürger, sich an öffentlichen Diskussionen zu beteiligen" (Neuberger/Wendelin 2012, 1)

Dass das Interesse an politischen Angelegenheiten durchaus gegeben ist, zeigt sich an der zeittypischen Mobilisierungsfähigkeit von Populisten wie Donald Trump, Nigel Farage oder Beppe Grillo; dazu stellte eine ZDF-Studie fest, dass das politische Interesse so hoch ist, wie es zuletzt vor 20 Jahren war (vgl. ZDF.de 2017) - also unmittelbar vor dem Anbruch des Digitalen Zeitalters und dem Siegeszug des

⁴⁴ Wie das Beispiel von Conchita Wursts Song-Contest-Sieg 2014 zeigt, kann auch *Affirmation* - im Sinne einer Solidaritätsbekundung oder Anerkennung - eine wirksame Funktion von Öffentlichkeit darstellen (vgl. Stalder 2016, 7ff.). Der dafür gelegentlich kursierende Begriff *flower rain* hat sich aber, wie sich via Hashtagsuche bei Twitter feststellen lässt, nicht durchgesetzt.

Internets. Es bleibt zu hoffen, dass sich das politische Interesse auch in einer höheren Bereitschaft zur tiefergehenden Auseinandersetzung mit Inhalten niederschlägt; man würde sich vielleicht noch wundern, was dann alles möglich wäre.

Quellenverzeichnis

Accenture (2008): Mobile Web Watch 2008. Das Web setzt zum Sprung auf das Handy an. *Link:* http://informationszentrum-mobilfunk.de/sites/default/files/download/Studien/MobileWebWatch_2008.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Anders, Günther (1956): Die Antiquiertheit des Menschen. Erster Band: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München: Beck.

Anglizismus des Jahres 2016 (2017): Anglizismus des Jahres 2016. *Link:* <http://www.anglizismusdesjahres.de/anglizismen-des-jahres/adj-2016/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

ARD.de (2017): Studie ergibt: Fernsehen bleibt das wichtigste Medium für tagesaktuelle Informationen. (ARD.de, 05.04.2017) *Link:* http://www.ard.de/home/die-ard/presse-kontakt/pressearchiv/Fernsehen_wichtigstes_Medium_fuer_aktuelle_Informationen/3980196/index.html [Abrufdatum]

Arendt, Hannah (1960): Der Raum des Öffentlichen und der Bereich des Privaten. *In:* Dünne, Jörg/Günzel, Stephan (Hg.) (2006): Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt/Main: Suhrkamp. 420-433.

Arendt, Hannah (2002): Vita activa oder Vom tätigen Leben. München u.a.: Piper. [1958].

Arendt, Hannah (2007): Was ist Politik? Fragmente aus dem Nachlaß. München: Piper. [1993].

Arndt, Johannes (2013): Herrschaftskontrolle durch Öffentlichkeit. Die publizistische Darstellung politischer Konflikte im Heiligen Römischen Reich 1648-1750. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Ashton, Kevin (2009): That "Internet of Things" Thing. (RFID Journal, 22.06.2009). *Link:* <http://www.rfidjournal.com/articles/view?4986> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Assheuer, Thomas (2016): Die Spieler treten ab. Interview mit Jürgen Habermas. (Zeit Online, 09.06.2016). *Link:* <http://www.zeit.de/2016/29/eu-krise-brexit-juergen-habermas-kerneuropa-kritik> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Assmann, Jan (2006): Thomas Mann und Ägypten. Mythos und Monotheismus in den Josephsromanen. München: Beck

Ayoub, Nadja (2017): Palmöl: Nestlé und Mars brechen ihre Versprechen. (utopia.de 03.11.2017) *Link:* <https://utopia.de/palmoel-nestle-mars-und-hershey-brechen-ihre-versprechen-68656/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Ayoub, Nadja (2018): H&M löst mit rassistischer Werbung Twitter-Shitstorm aus. (utopia.de, 09.01.2018) <https://utopia.de/hm-shitstorm-twitter-rassistische-werbung-75194/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Baches, Zoé (2016): Gut ist, wenn das Unternehmen falsch reagiert. (NZZ Online, 07.07.2016) *Link:* <https://www.nzz.ch/wirtschaft/shitstorms-gut-ist-wenn-das-unternehmen-falsch-reagiert-id.104332> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Bähr, Julia (2015): Wer stellt die Mehrheit? Meinungsforschung im Netz (FAZ, 09.07.2015) *Link:* <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/meinungsbildung-im-internet-und-in-sozialen-netzwerken-13692445.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Beck, Ulrich (1997): Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus - Antworten auf Globalisierung. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Bensch, Danielle (2011): 2002 begann das Digitalzeitalter. (Welt.de, 11. 02. 2011) *Link:* https://www.welt.de/print/die_welt/wissen/article12506319/2002-begann-das-Digitalzeitalter.html [Abrufdatum: 20.04.2018]

Bentele, Günter (1993): Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit? Einige Anmerkungen zum Konstruktivismus und Realismus in der Kommunikationswissenschaft. *In:* Bentele, Günter/Rühl, Manfred (Hg.) (1993): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. München: UVK. 151-171.

Bentele, Günter (1995): Was ist eigentlich PR? Eine Positionsbestimmung und einige Thesen. *In:* Widerspruch, Nr. 28, 1995. 11-26. *Link:* <https://widerspruch.com/artikel/28-01.pdf> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Berners-Lee, Tim (2017): Tim Berners Lee: I invented the web. Here are three things we need to change to save it. (The Guardian, 12.03.2017) *Link:* <https://www.theguardian.com/technology/2017/mar/11/tim-berners-lee-web-inventor-save-internet> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Biebricher, Thomas (2005): Selbstkritik der Moderne. Foucault und Habermas im Vergleich. Frankfurt/Main: Campus.

Bohn, Jörg (2005): Fernsehspiele. *In:* Trödler 03/2005, 04/2005. *Link:* <http://www.wirtschaftswundermuseum.de/fernsehen-50er-jahre.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Böning, Holger/Blome, Astrid (Hg.)(2008): Presse und Geschichte. Leistungen und Perspektiven der historischen Presseforschung. Bremen: edition lumière.

Boxell, Levi/Gentzkow, Matthew/Shapiro, Jesse M. (2017): Is the internet causing political polarization? Evidence from demographics. *Link:* <https://www.brown.edu/Research/Shapiro/pdfs/age-polars.pdf>

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien: Böhlau.

Busse, Caspar (2017): Ein bisschen fett, ein bisschen arm. (Süddeutsche Zeitung, 15.11.2017), *Link*: <http://www.sueddeutsche.de/medien/fernsehen-ein-bisschen-fett-ein-bisschen-arm-1.3750962> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Cannarella, John/Spechler, Joshua A. (2014): Epidemiological modeling of online social network dynamics. Department of Mechanical and Aerospace Engineering, Princeton University, Princeton, New Jersey. *Link*: <https://arxiv.org/pdf/1401.4208v1.pdf> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Castells, Manuel (2008): Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Castells, Manuel (2017): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter. Wirtschaft - Gesellschaft - Kultur. Bd. 1. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer. [2004, eng. Original: 1996]

Conway, Bethany A./Kenski, Kate/Wang, Di (2015): The Rise of Twitter in the Political Campaign. Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential Primary. *In: Journal of Computer-Mediated Communication*. 20/4 (Juli 2015). 363-380. *Link*: <https://academic.oup.com/jcmc/article/20/4/363/4067549> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Degenhart, Christoph (2012): Klausurenkurs im Staatsrecht II. Mit Bezügen zum Europarecht. Ein Fall- und Repetitionsbuch für Examenskandidaten. Heidelberg: C.F. Müller

Deisenberg, Anna Maria (1986): Die Schweigespirale. Die Rezeption des Modells im In- und Ausland. München: Minerva Publikation.

dict.cc (2018): Englisch-Deutsches Wörterbuch. Öffentlichkeit. *Link*: <https://www.dict.cc/deutsch-englisch/Öffentlichkeit.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Dittmar, Jakob F. (2009): Grundlagen der Medienwissenschaft. Zweite erweiterte Auflage. Berlin: Universitätsverlag der TU Berlin

Bertolaso, Marco (2017): Über Fake News. Ein Gespenst geht um, nicht nur in Europa. (Erster von sieben Teilen.) (DLF24, 01.03.2017) *Link*: http://www.deutschlandfunk.de/ueber-fake-news-erster-teil-ein-gespenst-geht-um-nicht-nur.2852.de.html?dram:article_id=380132 [Abrufdatum: 20.04.2018]

Dörfler, Edith/Pensold, Wolfgang (1998): Ein Fenster zum Westen. Zur Implementierung des Fernsehens in Österreich. *In: medien&zeit*. 13. Jg., 3/1998. 4-29.

Duden (2018a): Öffentlichkeit, die. *Link*: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Oeffentlichkeit> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Duden (2018b): öffentlich. *Link*: <https://www.duden.de/rechtschreibung/oeffentlich> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Duden (2018c): Publikum, das. *Link:*

<https://www.duden.de/rechtschreibung/Publikum> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Duden (2018d): Demokratie, die. *Link:*

<https://www.duden.de/rechtschreibung/Demokratie> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Duden (2018e): privat. *Link:* <https://www.duden.de/rechtschreibung/privat>

[Abrufdatum: 20.04.2018]

Duden (2018f): Fake News, Fake-News, Fakenews, die. *Link:*

https://www.duden.de/rechtschreibung/Fake_News [Abrufdatum: 20.04.2018]

Duden (2018g): Lügenpresse, die. *Link:*

<https://www.duden.de/rechtschreibung/Luegenpresse> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Duden (2018h): Web 2.0, das. *Link:* https://www.duden.de/rechtschreibung/Web_2_0

[Abrufdatum: 20.04.2018]

Dürnberger, Martin (2017): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Über

Materialermüdungen im Inneren der Aufklärung. (Feinschwarz, 21. April 2017) *Link:*

<http://www.feinschwarz.net/strukturwandel-der-oeffentlichkeit-ueber-materialermuedungen-im-inneren-der-aufklaerung/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

DWDS (2018): Idiot, der. *Link:* <https://www.dwds.de/wb/Idiot> [Abrufdatum:

20.04.2018]

Eisenstecken, Eva (2016): Vom Kaffeehaus in den digitalen Raum. Zur Entstehung transnationaler (Gegen)öffentlichkeiten im Internet. Magisterarbeit, Universität Wien. (Nicht öffentlich zugänglich)

DasErste.de (2018): Was ist eigentlich Teletwitter? *Link:*

<http://www.daserste.de/specials/service/teletwitter-102.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Eurobarometer (2017): Meinungsumfragen des Europäischen Parlaments. *Link:*

<http://www.europarl.europa.eu/austria/de/service/eurobarometer.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Faigle, Philip/Schlieben, Michael (2009): "Die Spaltung wird sich verschärfen".

Interview mit Ulrich Beck. (Zeit Online, 29.12.2009). *Link:*

<http://www.zeit.de/wirtschaft/2009-12/interview-ulrich-beck-krise-ausblick/komplettansicht> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Faulstich, Werner (2002): Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme, Methoden, Domänen. München: Fink.

FAZ.net (2001): WWW noch kein Massenmedium. (FAZ.net, 02.03.2001) *Link:*

<http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/internet-www-noch-kein-massenmedium-11269099.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Festinger, Leon (2012): Theorie der Kognitiven Dissonanz. Bern: Huber Verlag. [1978]

Fischer, Ludwig (2000): Wirkliche Öffentlichkeiten? Reflexionen mit Rücksicht auf Pierre Bourdieus Kultursoziologie. *In: Faulstich, Werner/Hickethier, Knut (Hg.) (2000): Öffentlichkeit im Wandel. Neue Beiträge zur Begriffsklärung. Bardowick: Wissenschaftler-Verlag. 63-74.*

Fowler, Geoffrey A./Worthen, Ben (2009): The Internet Industry Is on a Cloud - Whatever That May Mean (The Wall Street Journal, 26.03.2009) *Link:* <https://www.wsj.com/articles/SB123802623665542725> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Fukuyama, Francis (1989): The end of history? *In: The National Interest. Summer 1989. Link:* <http://www.wesjones.com/eoh.htm> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Fukuyama, Francis (1992). The End of History and The Last Man. London: Penguin.

Fraunschiel, Gerd (2009): Wie öffentlich ist der öffentliche Raum? Gesellschaftskritik im 20. Jahrhundert bei Hannah Arendt und Michel Foucault. Diplomarbeit, Universität Wien. Fakultät für Philosophie und Bildungswissenschaft. *Link:* http://othes.univie.ac.at/6745/1/2009-09-24_9726087.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Freudenberger, Miriam (2013): Bürgerdialoge in der Europäischen Union - der Weg in eine europäische Öffentlichkeit? Eine Untersuchung am Beispiel der Europäischen Bürgerkonferenzen 2009. Berlin u.a.: Lit Verlag

García Leguizamón, Fernando Mauricio (2009): Vom klassischen zum virtuellen öffentlichen Raum: Das Konzept der Öffentlichkeit und ihr Wandel im Zeitalter des Internet. Dissertation. Berlin: Freie Universität Berlin.

Geiger, R. Stuart (2009): Does Habermas Understand the Internet? The Algorithmic Construction of the Blog/Public Sphere. *In: Gnovis. A Journal of Communication, Culture, and Technology, 10(1), 1-29, 2009. Link:* https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2734947 [Abrufdatum: 20.04.2018]

Geiss, Peter (2000): Auf dem Weg zur liberalen Demokratie? Frankreich zwischen autoritärer Monarchie und parlamentarischem System 1815-1830. *In: kommunikation. no. 9, Winter 2000/2001. Link:* <https://parapluie.de/archiv/kommunikation/restauration/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Gerhards, Jürgen (1997): Diskursive und liberale Öffentlichkeit. *In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (KZfSS), 49. Jg., 1/1997. 1-34.*

Gerhards, Jürgen (1998): Öffentlichkeit. *In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 268-274.*

Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Berlin: WZB.

Gerhardt, Volker (2012): Öffentlichkeit. Die politische Form des Bewusstseins. München: C.H. Beck.

Geroldinger, Norbert (2017): Medien: Proteste gegen Merkel werden systematisch kleingeredet. (Wochenblick, 23.09.2017). *Link*: <https://www.wochenblick.at/medien-proteste-gegen-merkel-werden-systematisch-kleingeredet/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

von Glasersfeld, Ernst (1997): Radikaler Konstruktivismus. Ideen, Ergebnisse, Probleme. 9. Auflage. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Godulla, Alexander (2017): Öffentliche Kommunikation im Digitalen Zeitalter. Grundlagen und Perspektiven einer integrativen Modellbildung. Wiesbaden: Springer.

Göldi, Andeas (2009): Medienwandel: Das Medium ist auch die kommerzielle Botschaft. (netzwertig, 30.07.2009) *Link*: <https://www.foerderland.de/digitale-wirtschaft/netzwertig/news/artikel/medienwandel-das-medium-ist-auch-die-kommerzielle-botschaft/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Goldmann, Lisa (2016): Ist das Fernsehen tot? Wie schlimm es wirklich ums TV steht - und was die Sender unternehmen, um junge Zuseher zu halten. *In*: Zeit Campus, Nr. 2/2016. *Link*: <http://www.zeit.de/campus/2016/02/tv-internet-fernsehen-streaming-zuschauer> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Görlach, Alexander (2010): "Das Internet ist kein Massenmedium" Interview mit Norbert Bolz (The European, 03.05.2010). *Link*: <http://www.theeuropean.de/norbert-bolz/2993-interaktivitaet-im-web> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Göttlich, Udo (2002): Massenmedium. *In*: Schanze, Helmut (Hg.) (2002): Metzler Lexikon. Medientheorie Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar: J.B. Metzler, Stuttgart/Weimar 2002, S. 193–194.

Gourd, Andrea (2002): Öffentlichkeit und digitales Fernsehen. Wiesbaden: Springer.

Greffrath, Mathias (1988): Das Öffentlichkeitsloch. *In*: Die Zeit, 12/1998. 57-58. *Link*: <http://www.zeit.de/1988/12/das-oeffentlichkeitsloch/komplettansicht> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Grunig, James E. (2005) *In*: Heath, Robert L. (Hg.) (2005): Encyclopaedia of Public Relations. Vol. 2. Thousand Oaks u.a.: Sage Publications. 778-780. *Link*: https://www.researchgate.net/profile/James_Grunig/publication/288869371_Situational_theory_of_publics/links/56a7edbb08ae997e22bc287c/Situational-theory-of-publics.pdf?origin=publication_detail [Abrufdatum: 20.04.2018]

Habermas, Jürgen (1989): The Structural Transformation of the Public sphere. An inquiry into a category of bourgeois society. (Übersetzung von Thomas Burger und Frederick Lawrence). Cambridge: Polity Press. [dt. Original: 1962]

Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuauflage. Frankfurt/Main: Suhrkamp. [1962]

Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1994): Die Moderne - ein unvollendetes Projekt. *In*: Welsch, Wolfgang (Hg.) (1994): Wege aus der Moderne. Schlüsseltexte der Postmoderne-Diskussion. Berlin: 177-192

Habermas, Jürgen (1996): Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (2006): Ein avantgardistischer Spürsinn für Relevanzen. Was den Intellektuellen auszeichnet. Dankesrede bei der Entgegennahme des Bruno-Kreisky-Preises. (9. März 2006 in Wien) *Link*: http://www.renner-institut.at/fileadmin/user_upload/downloads/kreisky_preis/habermas2006-03-09.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Habermas, Jürgen (2008): Ach, Europa. Kleine Politische Schriften XI. Suhrkamp

Habermas, Jürgen/Luhmann, Niklas (1990): Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Theorie-Diskussion. Frankfurt: Suhrkamp. [1971]

Hahn, Oliver/Hohlfeld, Ralf/Knieper, Thomas (2015): Einführung: Digitale Öffentlichkeit - Digitale Öffentlichkeiten. *In*: Hahn, Oliver/Hohlfeld, Ralf/Knieper, Thomas (2015): Digitale Öffentlichkeit(en). Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 42. Konstanz/München: UVK. 11-18.

Hasebrink, Uwe et al. (2017): Zur Entwicklung der Medien in Deutschland zwischen 2013 und 2016. Wissenschaftliches Gutachten zum Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung. (Medienbericht, Februar 2017. Hans-Bredow-Institut, Hamburg). *Link*: https://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/BKM/2017/2017-06-27-medienbericht.pdf?__blob=publicationFile&v=1 [Abrufdatum: 20.04.2018]

Heine, Max (2013): Die Postmoderne ist tot. (le Bohémien, 25. 02. 2013) *Link*: <https://le-bohemien.net/2013/02/25/die-postmoderne-ist-tot/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Hepp, Andreas et al. (2012): Ein Beschreibungs- und Erklärungsansatz: Transnationale Öffentlichkeit und politische Diskurskulturen in Europa. *In*: Hepp, Andreas et al. (Hg.) (2012): Politische Diskurskulturen in Europa. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 21-47.

Herrmann, Günter (1975): Fernsehen und Hörfunk in der Verfassung der Bundesrepublik Deutschland. Tübingen: J. C. B. Mohr.

Hickethier, Knut (2010): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart: J. B. Metzler.

Hilbert, Martin/López, Priscilla (2011): The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information. *In: Science*, 332(6025), 60–65. *Link:* <http://martinhilbert.net/WorldInfoCapacity.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Hohendahl, Peter Uwe (Hg.) (2000): Öffentlichkeit. Geschichte eines kritischen Begriffs. Stuttgart/Weimar: J. B. Metzler.

Hölzing, Philipp (2012): Öffentlichkeit und Privatheit. Rekonstruktion einer Unterscheidung am Beispiel der Theorie von Jürgen Habermas. *In: Diskurs*. 8. Jg., 1/2012. 34-64. *Link:* <http://www.diskurs-zeitschrift.de/wp-content/uploads/2012/08/hoelzing.pdf> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Hölscher, Lucian (1978): Öffentlichkeit. *In: Brunner, Otto/Conze, Werner/Koselleck, Reinhart (Hg.) (1978): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland. Band 4, Mi - Pre. Stuttgart: Klett-Cotta. 413-467.*

Hölscher, Lucian (1979): Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit. Stuttgart: Klett-Cotta.

Horster, Detlef (1999): Jürgen Habermas zur Einführung. Hamburg: Junius.

Hurtz, Simon/Tanriverdi, Hakan (2017): Filterblase? Selbst schuld! (Süddeutsche Zeitung, 02.05.2017). *Link:* <http://www.sueddeutsche.de/digital/facebook-filterblase-selbst-schuld-1.3479639> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Käfer, Patricia (2010): "Das iPad ist ein unhandliches Trumm". Interview mit Stephan Ruß-Mohl. (DiePresse.com, 11.03.2010) *Link:* https://diepresse.com/home/kultur/medien/545733/RussMohl_Das-iPad-ist-ein-unhandliches-Trumm [Abrufdatum: 20.04.2018]

Kambil, Ajit (2008): What is your Web 5.0 strategy? *In: Journal of Business Strategy*, Vol. 29, Issue 6. 56-58.

Keraj, Visar (2011): Das politische System in der Schweiz. (Vimentis, 10.12.2011) *Link:* <https://www.vimentis.ch/d/publikation/231/Das+politisches+System+der+Schweiz.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Kinnebrock, Susanne/Schwarzenegger, Christian/Birkner, Thomas (Hg.) (2015): Theorien des Medienwandels – Konturen eines emergierenden Forschungsfeldes? *In: Kinnebrock, Susanne/Schwarzenegger, Christian/Birkner, Thomas (2015): Theorien des Medienwandels. Köln: Herbert von Halem. 11-18.*

Khunkham, Kritsanarat (2014): Warum die Wahrheit im Netz niemanden interessiert. (Welt, 20.10.2014). *Link:* <https://www.welt.de/debatte/kolumnen/der-onliner/article133473274/Warum-die-Wahrheit-im-Netz-niemanden-interessiert.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Kleine Zeitung (2017): 43 Prozent der Österreicher wünschen sich "starken Mann" an der Spitze des Staates. (20.04.2017) Link: http://www.kleinezeitung.at/politik/innenpolitik/5204065/Demokratie-verliert-an-Zustimmung_43-Prozent-der-Oesterreicher [Abrufdatum: 20.04.2018]

Kleinstauber, Hans J. (2016): Öffentlichkeit. (11. 5. 2016) Link: <http://journalistikon.de/oeffentlichkeit/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Klempert, Arne (2010). Wie das Internet die Massenmedien verändert. *In: Die Politische Meinung*. Ausgabe 484, März 2010. Link: http://www.kas.de/wf/doc/kas_18921-544-1-30.pdf?101007134711 [Abrufdatum 20.04.2018]

Knöpfli, Markus (2017): Radio - nach Internet (subjektiv) wichtigstes Medium der Schweizer. Publicom-Studie. (Horizont, 22.08.2017)

Kojima, Tomoko (2015): Die Öffentlichkeiten der Erziehung. Eine historisch vergleichende Untersuchung. Wiesbaden: Springer.

Krafft, Tobias D/Gamer, Michael/Laessing, Marcel/Zweig, Katharina A. (2017): Filterblase geplatzt? Kaum Raum für Personalisierung bei Google-Suchen zur Bundestagswahl 2017. 1. Zwischenbericht Datenspende. (AlgorithmWatch 08.09.2017). Link: https://algorithmwatch.org/wp-content/uploads/2017/09/1_Zwischenbericht__final.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Krause, Sophie (2016): Wer kauft Twitter? Zukunft des Nachrichtendienstes. (Tagesspiegel, 14.11.2016). Link: <https://www.tagesspiegel.de/medien/zukunft-des-kurznachrichtendienstes-wer-kauft-twitter/14841610.html> (Abrufdatum: 20.04.2018)

Krocker, Michael (2015): Verbreitung nach 20 Jahren: Internet 39 Prozent, Mobilfunk 73 Prozent der Weltbevölkerung (Wirtschaftswoche-Blog, 11.06.2015). Link: <http://blog.wiwo.de/look-at-it/2015/06/11/verbreitung-nach-20-jahren-internet-39-prozent-mobilfunk-73-prozent-der-weltbevölkerung/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Jackson, Jasper (2017): Eli Pariser: activist whose filter bubble warnings presaged Trump and Brexit. Interview. (The Guardian, 08.01.2017) Link: <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/08/eli-pariser-activist-whose-filter-bubble-warnings-presaged-trump-and-brexite> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Jäckel, Michael (1999): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Springer.

Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 4. überarb. und erw. Auflage. Wiesbaden: Springer.

Jacobsen, Nils (2017): Warren Buffett sagt großes Zeitungssterben voraus: „Nur die New York Times und das Wall Street Journal überleben“ (1.3.2017) Link: <http://meedia.de/2017/03/01/warren-buffett-sagt-grosses-zeitungssterben-voraus-nur-die-new-york-times-und-das-wall-street-journal-ueberleben/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Lahusen, Benjamin (2011): Alles Recht geht vom Volksgeist aus (Zeit Online, 20.10.2011). *Link*: <http://www.zeit.de/2011/43/Savigny> [Abrufdatum: 20.04.2018]
Landler, Clara/Parycek, Peter/Kettman, Matthias C. (Hg.)(2014): Netropolitik in Österreich. Internet. Macht. Menschenrechte. Münster: Monsenstein und Vannerdat. 189-206.

Laurin, Stefan (2008): Interview mit Niklas Luhmann: "Das Internet ist kein Massenmedium" (01/1997) (4. November 2008) *Link*: <https://www.ruhrbarone.de/niklas-luhmann-„das-internet-ist-kein-massenmedium“/1109> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Lippmann, Walter (1993): Phantom Public. A Sequel to "Public Opinion". Neuauflage. London: New Brunswick. [1925]

Dahrendorf, Ralf (1969): Aktive und passive Öffentlichkeit. *In*: Löffler, Martin (Hg.) (1969): Das Publikum. München: C.H. Beck. 1-12.

Lückerath, Thomas (2008): "Das Fernsehen bleibt noch lange Zeit das Leitmedium". Interview mit Markus Schächter. (DWDL.de, 01.09.2008) *Link*: https://www.dwld.de/interviews/17461/das_fernsehen_bleibt_noch_lange_zeit_das_leitmedium/page_0.html [Abrufdatum: 20.04.2018]

Luhmann, Niklas (1990): Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Luhmann, Niklas (1992): Die Beobachtung der Beobachter im politischen System. Zur Theorie der Öffentlichen Meinung. *In*: Wilke, Jürgen (Hg.) (1992): Öffentliche Meinung. Theorie, Methoden, Befunde. Freiburg/München: Karl Alber.

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2., erweiterte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag. [1995]

Luhmann, Niklas (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. 2 Teilbände. Frankfurt: Suhrkamp.

Lyotard, Jean-François (1984): Randbemerkungen zu den Erzählungen. *In*: Engelmann, Peter (Hg.) (1997): Postmoderne und Dekonstruktion. Texte französischer Philosophen der Gegenwart. Stuttgart: Reclam. 49-53.

Mährlein, Christoph (2000): Volksgeist und Recht. Hegels Philosophie der Einheit und ihre Bedeutung in der Rechtswissenschaft. Würzburg: Königshausen & Neumann, Würzburg.

Maireder, Axel/Schlögl, Stephan (2015): Identifikation, Messung und Interpretation von Twitteröffentlichkeiten am Beispiel der Europawahlen 2014. *In*: Hahn, Oliver/Hohlfeld, Ralf/Knieper, Thomas (2015): Digitale Öffentlichkeit(en). Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 42. Konstanz/München: UVK. 231-248.

Maisel, Richard (1973): The Decline of Mass Media. *In*: POQ Vol. 37/1973. 159-170.

Maletzke, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.

Marschall, Stefan (2002): "Forum der Nation?" Die Volksvertretung, die Medien und die Publizität parlamentarischer Arenen. *In*: Schatz, Heribert/Rössler, Patrick/Nieland, Jörg-Uwe (2002): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien? 147-162.

McCombs, Maxwell (2004): Setting the agenda. The mass media and public opinion. Cambridge: Polity Press.

McLuhan, Marshall (1995): Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters. Bonn/Paris: Addison-Wesley [1962, dt. 1968]

Mey, Stephan (2017): Studie: Österreicher nutzen Medien 2017 über 13 Stunden täglich. (Horizont, 28.08.2017) Link: <http://www.horizont.at/home/news/detail/studie-oesterreicher-nutzen-medien-2017-ueber-13-stunden-taeglich.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Meyer-Lucht, Robin (2008): "Habermas, die Medien, das Internet" (Perlentaucher, 04.06.2008) Link: <https://www.perlentaucher.de/virtualienmarkt/habermas-die-medien-das-internet.html>

Möchel, Erich (2018): Facebook meldet neues Patent auf "Augen-Tracking" an. (fm4.orf.at, 08.04.2018). Link: <http://fm4.orf.at/stories/2905565/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Möller, Johanna (2017): Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure. Gestaltungspotenziale in der deutsch-polnischen politischen Kommunikation. Wiesbaden: Springer.

Montenbruck, Axel (2010): Zivilisation. Eine Rechtsanthropologie. Staat und Mensch, Gewalt und Recht, Kultur und Natur. 2., ergänzte Auflage. Berlin: Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin. Link: http://edocs.fu-berlin.de/docs/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDOCSS_derivate_000000001228/Zivilisation_2__Aufl__ORIGINAL_21_9.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Müller, Gerhard (1998): Heinrich Luden als Parlamentarier. *In*: Schriften zur Geschichte des Parlamentarismus in Thüringen. Bd. 10. Weimar: Wartburg-Verlag.

Müller, Kai (2001): Neil Postman: Glotzen, klotzen, kotzen. (Tagesspiegel, 07.03.2001) Link: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/neil-postman-glotzen-klotzen-kotzen/209066.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Müller, Sabine (2011): Oikos, Prestige und wirtschaftliche Handlungsräume von Argeadinnen und hellenistischen Königinnen. *In*: Fries, Jana E., Rambuscheck, Ulrike (Hg.)(2011): Von wirtschaftlicher Macht und militärischer Stärke. Beiträge zur archäologischen Geschlechterforschung. Münster: Waxmann Verlag, 2011

Münch, Richard (1991): Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Mündges, Stephan (2017): Desinformation auf Facebook. (European Journalism Observatory, 28.04.2017). *Link:* <https://de.ejo-online.eu/digitales/desinformation-auf-facebook> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Neidhardt, Friedhelm (2006): Europäische Öffentlichkeit als Prozess. Anmerkungen zum Forschungsstand *In:* Langenbucher, Wolfgang/Latzer, Michael (Hg.) (2006): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Neuberger, Christoph/Wendelin, Markus (2012): Protest 2.0. Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0. *In:* Humboldt, Heft 57. Juni 2012. 1.

Neufischer, Karl (1969): Grundlagen, Begriffe und Rechtsfragen des Drahtfunks und des Drahtfernsehens. *In:* UFITA - Archiv für Medienrecht und Medienwissenschaft, Band 54/1969.

Neuman, W. Russell/Guggenheim, Lauren/Jang, S. Mo./Bae, Soo Young (2014). The dynamics of public attention. Agenda setting theory meets big data. *In:* Journal of Communication, 64/2 (April 2014). 193-214. *Link:* <https://academic.oup.com/joc/article/64/2/193/4086099> [Abrufdatum: 20.04.2018]

News.de (2009): Internet und World Wide Web. Der Unterschied. (News.de, 29.10.2009) *Link:* <http://www.news.de/medien/855030425/internet-und-world-wide-web-der-unterschied/1/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Noelle-Neumann, Elisabeth (1982): Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut. Frankfurt/Main u.a.: Ullstein. [1980].

Noelle-Neumann, Elisabeth (1998): Öffentliche Meinung. *In:* Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. 81-93.

Oxford Dictionaries (2017): Word of the year 2016 is... *Link:* <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Pariser, Eli (2012): Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden. München: Carl Hanser. [2011].

Peter, Bernhard (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. *In:* Peters, Bernhard (2007): Der Sinn von Öffentlichkeit. Mit einem Vorwort von Jürgen Habermas. Herausgegeben von Hartmut Weßler. Frankfurt/Main: Suhrkamp. 55-102.

Pfaller, Robert (2008): Das schmutzige Heilige und die reine Vernunft. Symptome der Gegenwartskultur. Frankfurt: Fischer Taschenbuch.

Pfaller, Robert (2012): Wofür es sich zu leben lohnt. Elemente materialistischer Philosophie. Frankfurt: Fischer Taschenbuch.

PONS (2017): Deutsch-Latein-Wörterbuch: "dispergere". *Link:* <https://de.pons.com/übersetzung/latein-deutsch/dispergere> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Postman, Neil (1992): Wir informieren uns zu Tode. *In*: Die Zeit Nr. 41/1992, 2.10.1992.

DiePresse.com (2018): #retouchierenwiekurz wird zum Twitter-Trend. (17.04.2018). *Link*: <https://diepresse.com/home/techscience/5407122/retouchierenwiekurz-wird-zum-TwitterTrend> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Pumberger, Sebastian (2015): "Willkommen beim Standard im Internet!": derStandard.at ist 20. (derStandard.at, 02.02.2015) *Link*: <https://derstandard.at/2000010934854/Willkommen-beim-Standard-im-Internet-derStandardat-ist-20> [Abrufdatum: 20.04.2018]

von Raden, Rolf (2016): Pegida-Feindbild "Lügenpresse". Über ein massenwirksames verschwörungstheoretisches Konzept. *In*: Helmut Kellershohn, Wolfgang Kastrup (Hg.) (2016): Kulturkampf von rechts. AfD, Pegida und die Neue Rechte. Edition DISS, Band 38. Münster: Unrast. 162-179.

Rathkolb, Oliver (2012): Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2010. Überarbeitete Neuauflage. Wien: Haymon.

Reese-Schäfer, Walter (1995): Lyotard zur Einführung. Hamburg: Junius.

Reißig, Rolf (2009): Gesellschafts-Transformation im 21. Jahrhundert. Ein neues Konzept sozialen Wandels. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
Rheingold, Howard (1993): The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier. New York: Basic Books

Rheingold, Howard (2007): Habermas blows off question about the Internet an the Public Sphere (SmartMobs, 5.11.2007). *Link*: <http://www.smartmobs.com/2007/11/05/habermas-blows-off-question-about-the-internet-and-the-public-sphere/#comments> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Riekell, Patricia (2010): Merkel: "Zeit zum Nachdenken finden" (BUNTE, 22.07.2010). *Link*: <https://www.bundeskanzlerin.de/ContentArchiv/DE/Archiv17/Artikel/2010/07/2010-07-22-interview-bunte.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Rifkin, Jeremy (2011): Die dritte industrielle Revolution. Die Zukunft der Wirtschaft nach dem Atomzeitalter. Frankfurt/Main: Campus.

Roloff, Eckart (2010): Göttliche Geistesblitze. Pfarrer und Priester als Erfinder und Entdecker. Weinheim: Verlag Wiley-VCH.

Rötzer, Florian (1998): USA: Das Internet ist endgültig zum Massenmedium geworden (Heise online, 27.08.1998) *Link*: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/USA-Das-Internet-ist-endgueltig-zum-Massenmedium-geworden-14155.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Russo, Manfred (2011): Die Kultur des öffentlichen Raumes. Öffentlicher Raum als Ort virtueller Emanzipation. *In*: Frey, Oliver/Koch, Florian (u.a.) (Hg.) (2011):

Positionen zur Urbanistik, Tl. 1, Stadtkultur und neue Methoden der Stadtforschung. Wien: Lit Verlag. 105-124. *Link:*
http://info.tuwien.ac.at/urbanistik/files/Website%20Downloads/Publikationen/Russo_Kultur%20oeffentlicher%20Raum.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Sandbothe, Mike (1998): Das Internet als Massenmedium. Neue Anforderungen an Medienethik und Medienkompetenz. (Sandbothe.net, 08.12.1998) *Link:*
<http://www.sandbothe.net/42.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Saxer, Ulrich (1975): Das Buch in der Medienkonkurrenz. *In:* Göpfert Herbert G. et al. (Hg). 206-235. Lesen und Leben. Eine Publikation des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels in Frankfurt am Main zum 150. Jahrestag der Gründung des Börsenvereins der Deutsche Buchhändler am 30. April 1825 in Leipzig. Frankfurt/Main: Büchhandler-Vereinigung.

Saxer, Ulrich (1998): Mediengesellschaft: Verständnisse und Mißverständnisse. *In:* Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schäfers Bernhard (2003): Öffentlichkeit. *In:* Schäfers, Bernhard (Hg.)(2003): Grundbegriffe der Soziologie. Opladen: Leske + Budrich.

Schütz, Alfred (1993): Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie. 6. Auflage. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Schiewe, Jürgen (2004): Öffentlichkeit. Entstehung und Wandel in Deutschland. Paderborn: Schöningh

Schemer, Christian et al. (2018): Medienvertrauen in Deutschland 2017. Erste Befunde der Langzeitstudie. (Institut für Publizistik, JGU Mainz, 15.02.2018).
http://www.uni-mainz.de/presse/aktuell/Dateien/02_publizistik_medienvertrauen__2017_grafiken.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Schlögl, Stephan (2013): Weltöffentlichkeit. Ein Fallbeispiel zu Rio+20 auf Twitter. *In:* Landler, Clara/Parycek, Peter/Kettemann, Matthias C. (2013): Netzpolitik in Österreich. Internet. Macht. Menschenrechte. Abschlussbericht 2013. Krems: Edition Donau-Universität Krems. 189-206.

Schmidt, Jan-Hinrik et al. (2017): Zur Relevanz von Online-Intermediären für die Meinungsbildung. (März 2017). Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut. *Link:*
<https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/default/cms/media/67256764e92e34539343a8c77a0215bd96b35823.pdf> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg/München: Karl Alber.

Schweiger, Wolfgang (2002). Crossmedia zwischen Fernsehen und Web. Versuch einer theoretischen Fundierung des Crossmedia-Konzepts. *In:* Theunert, Helga &

Wagner, Ulrike (Hg.): Medienkonvergenz: Angebot und Nutzung: eine Fachdiskussion. München: Reinhard Fischer. 123-135.

Schwering, Markus (2014): Interview mit Jürgen Habermas: Die Lesarten von Demokratie. (Berliner Zeitung, 16.06.2014). *Link:* <https://www.berliner-zeitung.de/kultur/interview-mit-juergen-habermas-die-lesarten-von-demokratie-1159050> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Sennett, Richard (2008): Verfall des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. 2. Auflage. Berlin: Berlin Verlag. [1974]

Spiegel Online (2007): Als der Flimmerkasten nach Deutschland kam. Kalenderblatt: 25.12.1952 (25.12.2007) *Link:* <http://www.spiegel.de/einestages/kalenderblatt-25-12-1952-a-946451.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Stalder, Felix (2016): Kultur der Digitalität. Berlin: Suhrkamp.

derStandard.at (2007): Die Fernseh Zukunft liegt in der Wiederholung. (07.11.2007) *Link:* <https://derstandard.at/3050445/Die-Fernseh-zukunft-liegt-in-der-Wiederholung> [Abrufdatum: 20.04.2018]

derStandard.at (2015): Haus der Geschichte: Hitzige Debatte im Weltmuseum. (23.06. 2015) *Link:* <http://derstandard.at/2000017899375/Haus-der-Geschichte-Hitzige-Debatte-im-Weltmuseum> [Abrufdatum: 20.04.2018]

derStandard.at (2018a): Pro-Erdogan-Gruppe soll "Hürriyet" und CNN Türk kaufen. (21.03.2018). *Link:* <https://derstandard.at/2000076570278/Pro-Erdogan-Gruppe-soll-Huerriyet-und-CNN-Tuerk-kaufen> [Abrufdatum: 20.04.2018]

derStandard.at (2018b): Media-Analyse: DER STANDARD mit höchster Reichweite seit Gründung - derstandard.at/2000077308613/Media-Analyse-DER-STANDARD-mit-hoechster-Reichweite-seit-Gruendung *Link:* <https://derstandard.at/2000077308613/Media-Analyse-DER-STANDARD-mit-hoechster-Reichweite-seit-Gruendung> [Abrufdatum: 20.04.2018]

derStandard.at (2018c): derStandard.at steigert Reichweite auf 35,4 Prozent. (18.01.2018) *Link:* <https://derstandard.at/2000072470555/derStandardat-steigert-Reichweite-auf-35-4-Prozent> [Abrufdatum: 20.04.2018]

statista (2016): Nutzungsdauer des Internets in Österreich nach verwendetem Endgerät in 2014 bis 2016 (in Minuten pro Tag). *Link:* <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/436464/umfrage/dauer-der-taeglichen-internetnutzung-in-oesterreich-nach-verwendetem-endgeraet/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

statista (2017a): Durchschnittliche tägliche Fernsehdauer in Deutschland in den Jahren 1997 bis 2017 (in Minuten) *Link:* <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/118/umfrage/fernsehkonsumentwicklung-der-sehdauer-seit-1997/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

statista (2017b): Number of Netflix streaming subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 4th quarter 2017 (in millions). *Link:*

<https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

statista (2017c): Anzahl der monatlich aktiven Facebook Nutzer weltweit vom 3. Quartal 2008 bis zum 4. Quartal 2017 (in Millionen). *Link:*

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37545/umfrage/anzahl-der-aktiven-nutzer-von-facebook/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

statista (2018a): IVW: Anzahl der Visits (Online + Mobile + CTV) der Nachrichtenportale in Deutschland im Februar 2018 (in Millionen). *Link:*

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/154154/umfrage/anzahl-der-visits-von-nachrichtenportalen/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

statista (2018b): Vergleich der Marktanteile von Android und iOS am Absatz von Smartphones in Deutschland von Januar 2012 bis Dezember 2017. *Link:*

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/256790/umfrage/marktanteile-von-android-und-ios-am-smartphone-absatz-in-deutschland/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Statistik Austria (2016): IKT in Haushalten 2016: Österreich bei Cookies zweigeteilt. (24.10.2016) *Link:* http://www.statistik.at/web_de/presse/110355.html [Abrufdatum: 20.04.2018]

Steinbach, Eckehard (2004): Digitalisierung als Grundlage des Informationszeitalters. München: Technische Universität München. *Link:* http://www.muenchner-wissenschaftstage.de/mwt2004/content/e160/e707/e728/e747/filetitle/Steinbach_ger.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Steiner-Gashi, Ingrid (2017): Krisen führen zu neuem Wir-Gefühl in Europa. (Kurier, 03.08.2017) *Link:* <https://kurier.at/politik/ausland/krisen-fuehren-zu-neuem-wir-gefuehl-in-europa/278.417.021> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Stengel, Oliver/van Looy, Alexander/Wallaschkowski, Stephan (Hg.) (2017): Digitalzeitalter - Digitalgesellschaft. Das Ende des Industriezeitalters und der Beginn einer neuen Epoche. Wiesbaden: Springer.

Strum, Arthur (2000): Öffentlichkeit von der Moderne zur Postmoderne: 1960-1999. *In:* Hohendahl, Peter Uwe (Hg.) (2000): Öffentlichkeit. Geschichte eines kritischen Begriffs. Stuttgart/Weimar: J. B. Metzler. 92-123.

Sunstein, Cass R. (2001): The Daily We. Is the Internet really a blessing for democracy? *In:* Boston Review, Summer 2001. *Link:* <http://bostonreview.net/archives/BR26.3/sunstein.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Thiel, Thomas (2016): Die politische Räson der neuen Medien. (FAZ.net, 05.10.2016) *Link:* <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/internet-und-demokratie-1-die-politische-raeson-der-neuen-medien-14461212.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Töniges, Sven (2018): Facebook-Datenskandal: Was bisher geschah. (Deutsche Welle, 10.04.2018) *Link:* <http://www.dw.com/de/facebook-datenskandal-was-bisher-geschah/a-43322775> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Unwort des Jahres 2014 (2015): Unwort des Jahres 2014. *Link:*
<http://www.unwortdesjahres.net/index.php?id=48> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Unwort des Jahres 2017 (2018): Unwort des Jahres 2017. *Link:*
<http://www.unwortdesjahres.net/index.php?id=51> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Vimentis Lexikon (2017): Lexikon: Globalisierung. *Link:*
<https://www.vimentis.ch/d/lexikon/90/Globalisierung.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Vollmert, Markus/Lück, Heike (2017): Google Analytics. Das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk Computing.

Vowinckel, Anette (2006): Hannah Arendt. Leipzig: Reclam.

VPRT (2018): Mediennutzung 2017. Deutsche verbringen 9 Stunden pro Tag mit audiovisuellen Medien. (VPRT.de, 25.01.2018) *Link:*
<https://www.vprt.de/pressemitteilungen/content/mediennutzung-2017-deutsche-verbringen-9-stunden-pro-tag-audiovisuellen> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Walterskirchen, Gundula (2016): Wer durchschaut Ceta? Wenn Meinung die Sachkenntnis ersetzt. (Die Presse, 24.10. 2016) *Link:*
<https://diepresse.com/home/meinung/quergeschrieben/walterskirchen/5106977/Wer-durchschaut-Ceta-Wenn-Meinung-die-Sachkenntnis-ersetzt> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Wagner, Gerald (2017): Ein Toilettenhäuschen für das dritte Geschlecht? (FAZ, 28.12.2007). *Link:*
<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/rezensionen/sachbuch/robert-pfaller-wettert-gegen-political-correctness-15353521.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Weber, Stefan (2002): Was heißt "Medien konstruieren Wirklichkeit"? Von einem ontologischen zu einem empirischen Verständnis von Konstruktion. *In:* Medien-Impulse. 10. Jg., Heft 40. Juni 2002. 11-16. *Link:*
http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/diverse/40_Weber.pdf [Abrufdatum: 20.04.2018]

Webradiomonitor (2017): Webradiomonitor 2017 von Goldmedia. Online-Audio-Angebote in Deutschland 2017. *Link:* http://webradiomonitor.de/wp-content/uploads/2017/09/S111_SaS_Audio_Audio-kills-the-Videostar-Trends-und-Fakten-zum-MarketingBooster-Online-Audio_FINAL.pdf

Weedon, Jen/Nuland, William/Stamos, Alex (2017): Information Operations and Facebook. (Facebook, 27.04.2017) *Link:*
<https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Wehner, Josef (1997): Interaktive Medien - Ender der Massenkommunikation? *In:* Zeitschrift für Soziologie. Band 26, Heft 2. April 1997. 96-114.

Wehrstedt, Christin (2014): Gesellschaft im Wandel: Internet ist das wichtigste Medium (Telefonica, 25.08.2014) *Link:*

<https://blog.telefonica.de/2014/08/gesellschaft-im-wandel-internet-ist-das-wichtigste-medium/> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Wieselberg, Lukas (2011): Warum der Autor an Autorität verliert. Interview mit Daniela Pscheida. (science.ORF.at, 13.04.2011). *Link:* <http://sciencev2.orf.at/stories/1681288/index.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Wikipedia (2018): Öffentlichkeit. *Link:* <https://de.wikipedia.org/wiki/Öffentlichkeit> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Wilke, Jürgen (1999): Leitmedien und Zielgruppenorgane. In: Wilke, Jürgen (Hg.)(1999): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Köln: Böhlau. 302-329.

Wolan, Michael (2013): Digitale Innovation. Schneller. Wirtschaftlicher. Nachhaltiger. Göttingen: BusinessVillage

Wolf, Armin (2013a): "Journalistische Macht hat nur, wer sie missbraucht." Interview mit Oscar Bronner. (derStandard.at, 18.10.2013) *Link:* <https://derstandard.at/1381368793895/Journalistische-Macht-hat-nur-wer-sie-missbraucht> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Wolf, Armin (2013b): Wozu brauchen wir noch Journalisten? Wien: Picus.

Yeh, Sonja (2013): Anything goes? Postmoderne Medientheorien im Vergleich. Bielefeld: transcript.

Zeitelhack, Alexander (2014): Die Welt steht auf dem Kopf - Wie Social Media das Paradigma von Öffentlichkeit verändert. In: Friedrichsen, Mike/Kohn, Roland A. (Hg.) (2015): Digitale Politikvermittlung. Chancen und Risiken interaktiver Medien. 2., korrigierte Auflage. Wiesbaden: Springer.

Zelfel, Alexandra (2004): Erziehen - die Politik von Frauen. Erziehungsdiskurse im Spiegel von Frauenzeitschriften im ausgehenden 19. Jahrhundert. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt.

ZDF.de (2017): Neue ZDF-Studie zeigt: Politisches Interesse gestiegen. (28.12.2017) *Link:* <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/neue-zdf-studie-zeigt-politisches-interesse-gestiegen-100.html> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Zimmer, Lukas (2016): "Ein "Analprogramm" wie von Schiller." (ORF.at, 07.08.2016) *Link:* <http://orf.at/stories/2352375/2352381> [Abrufdatum: 20.04.2018]

Abstracts

Abstract (deutsch)

Das Internet hat unsere Welt verändert, und damit auch jenes soziale Phänomen, das wir als Öffentlichkeit bezeichnen. Diese Arbeit setzt sich mit der Frage auseinander, wie sich die Öffentlichkeit des Digitalen Zeitalters zur Medienöffentlichkeit des 20. Jahrhunderts verhält. Anhand der Geschichte des Öffentlichkeitsbegriffs und in Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas' Analyse der bürgerlichen Öffentlichkeit wird der strukturelle Wandel der Öffentlichkeit im Laufe der Jahrhunderte bis in die Gegenwart nachgezeichnet und erklärt. Zentrale Fragen dabei sind: Was bedeutet es für unser Verständnis von Öffentlichkeit, wenn sich gesellschaftlicher Diskurs ins Internet verlagert? Und schließlich: Welche Möglichkeiten der politischen Einflussnahme durch die Allgemeinheit ergeben sich in sozialen Medien? Die Untersuchung kommt zu dem Schluss, dass es in der Tat Handlungsspielraum für politische Einflussnahme insbesondere von Teilöffentlichkeiten gibt, dass ihre tatsächliche Verwirklichung aber wesentlich von den Menschen selbst abhängt.

Abstract (englisch)

The internet has changed our world, and by that it has also changed the social phenomenon we refer to as public sphere. This thesis examines the question how the public sphere of the digital age compares to the mass media public of the 20th century. Reflecting on the history of the term "Öffentlichkeit" and a discussion of Jürgen Habermas' analysis of the bourgeois public sphere, the structural transformation of the public sphere to the present day is being traced and explained. Further key questions are: What does it mean for our understanding of the public sphere, when social discourse shifts to the Internet? And, finally: What opportunities for political influence arise for the general public in social media? The thesis suggests conclusively that there is indeed room for political influence on the part of publics, i.e. segments of the public, but that it depends heavily on what the public makes of it.