1. Definition

- verschiedene Formen von Öffentlichkeit: meist als politische Öffentlichkeit, aber auch Wissenschafts-, Kunst-, Stadtteilöffentlichkeit
- Habermas: Öffentlichkeit als Netzwerk zur Kommunikation von Meinungen, die zu öffentlichen Meinungen gefiltert und sythetisiert werden
- Gerhards: (politische) Öffentlichkeit als Summe von verschiedene Kommunikationsforen, die offen zugänglich sind und in denen sich einzelne und kollektive Akteure vor einem Publikum zu politischen Themen äußern
- Legitimität demokratischer Herrschaft ist eng mit den Anforderungen an Öffentlichkeit verknüpft
- Öffentlichkeit in Sozialwissenschaft: normative und empirischer Gebrauch
 - Öffentlichkeit und der Bezug zu politischen Institutionen => normativ: zentrale Forderung der Aufklärung => "Öffentlichkeit" als Grundlage für Meinungs- und Redefreiheit wird so zum Schlüsselbegriff der modernen Staats- und Gesellschaftstheorie
 - Empirisch: Kritik an ungenügender Leistung im Bezug auf Legitimierung der demokratischen Herrschaft (Zustimmungs- und Begründungspflicht)
- Öffentliche Meinung ist das Ergebnis von Öffentlichkeit => unterschiedlich definiert
 - Aggregationsprinzip (Summe von Einzelmeinungen => Umfragen, Wahlen)
 - Majoritätsprinzip (Meinung der Mehrheit)
 - Diskursprinzip (Ergebnis rationaler und kritischer Diskussion)
 - Projektionsprinzip (öffentl. Meinung gibt es eigentlich nicht, sie entsteht erst mit ihrer Messung, ist nur rhetorisches Instrument der pol. Akteure)
- Öffentliche Meinung hat verschiedene Träger (je nach Konzept)
 - Medien
 - politische Eliten
 - Mehrzahl der Bürger

2. Differenzierung von Öffentlichkeit**2.1 Ebenen der Öffentlichkeit**

- Encounter-Ebene
 - spontane Kommunikation auf Straße oder Arbeitsplatz
 - keine Einteilung in Publikums- und Leistungsrolle
 - räumlich, zeitlich und sozial beschränkt
- Ebene der Themen - oder Versammlungsöffentlichkeit
 - Veranstaltungen und Demonstrationen
 - spontan oder organisiert
 - Rollen-Differenzierung in Sprecher, Vermittler und Publikum (Rollen werden nur selten gewechselt)
- Ebene der Medienöffentlichkeit
 - dauerhaft
 - ausgeprägte Rollendifferenzierung
 - Leitmedien geben Themen vor, ermöglichen Anschlusskommunikation

➔ Jede Ebene stellt eine Selektionsstufe für Themen dar, nur ein Bruchteil gelangt in die Medien

2.2 Akteure und Rollen in der Öffentlichkeit

- Akteure können Rolle (Sprecher, Vermittler, z.T. auch Publikum) wechseln, das Publikum nicht, es ist nicht strategisch handlungsfähig
- Rollen der Sprecher (nach Neidhardt)
 - Repräsentanten => Vertreter gesellschaftlicher Organisationen und Gruppierungen
 - Advokaten => treten im Namen von Org. u. Grupp. auf - ohne deren politische Vertretungsmacht
 - Experten => wissenschaftlich-technische Sonderkompetenzen
 - Kommentatoren => Journalisten
- Vermittler / Kommunikateure
 - Journalisten
 - Beobachtung aller Öffentlichkeitsebenen, Hinwendung zu Sprechern, Aufgreifen von Themen, Kommentierung
- Publikum
 - erst durch die Anwesenheit eines Publikums ist Öffentlichkeit überhaupt möglich
 - setzt sich aus Laien zusammen, ist sozial heterogen, schwach organisiert

3. Theorien von Öffentlichkeit**3.1 Funktionen von Öffentlichkeit**

Neidhardt: Öffentlichkeit als Kommunikationssystem in dem Themen und Meinungen gesammelt (Input), verarbeitet (Throughput) und weitergegeben (Output) werden

- Transparentfunktion (offen für alle gesellschaftlichen Gruppen, Themen und Meinungen)
- Validierungsfunktion (diskursiver Umgang mit anderen Meinungen, bei besseren Argumenten der Gegenseite => eigene Meinung ggf. revidieren)
- Orientierungsfunktion (Publikum akzeptiert diskursiv gewonnenen öffentl. Meinungen, nimmt sie als überzeugend wahr)

3.2 Systemtheoretische Spiegelmodelle (Gerhards, Luhmann, Marcinkowski)

- normativ anspruchlos, Öffentlichkeit dient der Selbstbeobachtung / Selbstbeschreibung einer Gesellschaft => wichtig für politische Akteure => müssen wissen, was in der Gesellschaft abgeht, mit was man Wahlen gewinnen kann, was die Gegner sagen
- einzige normative Forderung: Transparenz auf der Inputseite => es müssen alle Gruppen und Meinungen abgebildet werden, Validierung und Orientierung spielen keine Rolle

3.3 Diskursmodelle (Habermas, Neidhardt)

- normativ anspruchsvoll, alle drei Funktionen sind wichtig
 - INPUT: Öffentlichkeit besteht nur, wenn jeder teilnehmen kann => Mitgliedschaftsrechte
 - THROUGHPUT: Validierung ist notwendig, Sprecher müssen ihre Äußerungen begründen, das Publikum muss die Gründe akzeptieren = Verständigung und Einverständnis = kommunikatives Handeln, hohes Rationalitätsniveau

- OUTPUT: enge Bindung des politischen Systems an öffentliche Meinung

3.3 Differenzierungstheoretischer Zugriff

- Transparentfunktion (offen für alle gesellschaftlichen Gruppen, Themen und Meinungen)
- Öffentlichkeit ist ein Produkt der Aggregation von Meinungen von Akteuren verschiedener Teilsystem (Politik, Wirtschaft, Medien) sowie nicht-etablierter (zivilgesellschaftlicher) Akteure
- Öffentlichkeit als Netzwerk von Kommunikationen (Habermas) lässt sich vertikal und funktional gliedern
 - vertikal: Kommunikationsebenen (siehe 2.1) + unterschiedliche Definitionsmacht und Partizipationschancen
 - funktional: jeder Akteur tritt aus unterschiedlichen Interessen (Funktionen) in die Öffentlichkeit
 - ⇒ Grund: seit der Moderne differenziert sich die Gesellschaft immer weiter aus: zuerst trennte sich die Ökonomie, dann die Medien von der Politik
 - ⇒ jeder Akteur hat andere Interessen am Publikum (Publikumsrollen) => PR, Marketing notwendig
- Etablierte Akteure und ihre Publikumsrollen
 - politischen Organisationen: Staatsbürgerpublikum als Souverän
 - ökonomischen Organisationen: Konsumentenrolle des Publikums
 - Medienorganisationen: Medienkonsumentenrolle
 - ➔ alle drei Akteure sind voneinander abhängig und auf Publizität angewiesen
 - ➔ Kommunikationsnetzwerk entsteht schon immer durch die drei Teilsysteme
 - ➔ Etablierte Akteure
- Nicht-etablierte Akteure (soziale Bewegungen, Protestparteien)
 - keine Macht, keine Kopplung an das Mediensystem
 - Aufmerksamkeit in der pol. Kommunikation nur durch medienwirksame Aktionsformen

4. Strukturwandel der Öffentlichkeit

4.1 Bei Jürgen Habermas

- Tradition der "Kritischen Theorie" / Kulturindustriethesen von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno, außerdem Orientierung an Methode Max Webers erst einen Idealtyp zu schaffen, um dann an diesem die Realität zu messen
- ➔ Idealtypus: bürgerliche Öffentlichkeit = normative und analytische Ausgangsbasis
- ➔ Habermas unterscheidet den Strukturwandel der Öffentlichkeit in
 - Sozialen Strukturwandel
 - zunehmende Heterogenisierung der Gesellschaft durch Wegfall der Klassenschranken durch staatliche Eingriffe in die Wirtschaft und Sozialrecht
 - keine Trennung mehr zwischen öffentlicher und privater Sphäre mehr
 - kulturrationierendes Publikum wird zum kulturkonsumierenden Publikum
 - Politischen Funktionswandel

- von der Versammlungsöffentlichkeit der Aufklärung zur massenmedialen Öffentlichkeit, diese löst sich vom Publikum und wird durch Staat, Parteien und Wirtschaftsverbände okkupiert, d.h. vermachtet
=> der Diskurs ist dann nicht mehr idealtypisch, weil nicht mehr herrschaftsfrei

- REVISION des Habermaschen Idealtypus

- Der Idealtypus der bürgerlichen Öffentlichkeit und ihres Rationalitätspotentials wurde überstilisiert und vergaß, dass bereits zur Aufklärung das bürgerlicher Publikum heterogen war und sich verschiedenen Formen von Gegenöffentlichkeiten herausbildeten.
- Die Bedeutung von sozialen Bewegungen und Protestparteien für die Themen und Inhalte der Medienöffentlichkeit wurde unterschätzt, das lehren die Erfahrungen der 60er Jahre.
- Strukturwandel der Öffentlichkeit wurde den Differenzierungsprozessen zwischen Politik, Medien und Ökonomie nicht gerecht

4.2 Mediensystem und Medialisierung

- Ausdifferenzierung der Medien von Politik und Kopplung der Medien an Ökonomie bringt Abtrennung (sozial, politisch, ökonomisch) der Medien von ihren traditionellen Trägern (Parteien, Verlegerfamilien, Verbände)
⇒ Medienorganisationen werden zu marktorientierten Dienstleistern
- Medien unterliegen einem intensiven Wachstums- und Konzentrationsprozess, schneller technischer Entwicklung (weil viel Kapital vorhanden), richten sich zunehmend in ihrer Selektion und Interpretation nach dem Publikum
- Verschärfter Wettbewerb um Aufmerksamkeit setzt besonders die Politik einer zunehmenden inneren und äußeren Medialisierung aus
- Gemeinschaftsbildung funktioniert nicht mehr lebensweltlich (also über Schule, soziokulturelle Milieus, etc.) sondern über mediale Orientierungsangebote => die Medien sind zum einen Ursache, dass die lebensweltliche Integration nicht mehr funktioniert, aber auch die Lösung des Problems
- Medialisierung in der Politik bedeutet zum einen die Relevanz für die politischen Akteure, da die klassischen Parteimilieus wegfallen, zum anderen die Auswirkung des Aktualitätsdrucks der Medien auf die politischen Entscheidungsfindungen => Tendenz: Politik versucht sich Medien anzupassen
- Differenz zwischen Vermittlungsbedingungen der Medien und den Vermittlungsbedürfnissen der Politik in vier Dimensionen:
 - Sozialdimension (Parteien, Fraktionen, Verbände verlieren ihr spezifisches Publikum; Medienarena beeinflussen Agenden von Regierung und Behörden)
 - Sachdimension (Anpassung der Politik an Produktionslogik der Medien: Visualität statt Argumente, Modezyklen)
 - Zeitdimension (Reaktionsstress bei Politik)

- Sozialräumliche Dimension (Mediale Räume stimmen nicht mehr mit den Räumen politischer Institutionen überein, z.B. Europäische Union hat keine europäische Öffentlichkeit)

4.3 Wandel der öffentlichen Kommunikation

- Soziale Bewegungen und Protestparteien treten häufiger in Erscheinung
 - erstaunlich lange Lebensdauer von nicht-etablierten Akteuren und weitreichende Themenbesetzung (Umwelt, Sicherheit, Asylpolitik, Geschlechterdifferenz)
 - liegt nicht nur an sozialer Umbruchsituation der 68er-Bewegung, sondern an besseren Aufmerksamkeitschancen von medienwirksamen Aktionen
 - ABER: Rückgang der Resonanz nicht-etablierter Akteure bei gleichzeitigem Institutionalisierungsprozess in etablierte Parteien und NGOs
 - ➔ Annahme von Habermas, dass der rational hochwertige Diskurs im Bereich der freien, zivilgesellschaftlichen Akteure (Assoziationen) befindet, hat sich noch nicht bewahrheitet, vielmehr unterliegen die nicht-etablierten Akteure einer Etablierung
- Intensivierung der Skandalkommunikation
 - klassischer Skandalprozess braucht einen Skandalierer, ein Skandalmedium und einen Skandalisierten => im modernen Skandalprozess übernehmen die Medien auch die Rolle des Skandalierers
 - Skandale politischer Personen überwiegen, aber die der Personen aus Wirtschaft nimmt zu
 - Erweiterung der skandalisierungsfähigen Themen (auch Privates)
- Personalisierung und Privatisierung des Öffentlichen
 - Zunahme von Human-Interest-Stories
 - Betroffenheitsjournalismus, Boulevardisierung
 - Personalisierung => Politikdarstellung gleicht sich Unterhaltung an
 - Darstellung von Politprominenz gleicht sich der von Gesellschaftsprominenz an => Stars
 - Politische Positionen werden mehr Individuen zugeordnet, nicht Parteien oder Verbänden
 - ➔ ist aber verständliche Komplexitätsreduktion nach Zerfall der Parteimilieus und Wegfall der Großideologien und deren Interpretationsmuster
- Schwund des Meinungsstreits
 - Kommentare finden kaum Anschlusskommunikation
 - schwache Parteipresse
- Politik über Medien und Medien selbst gewinnen Einfluss auf die politische Agenda
 - Prioritätenordnung des politischen Systems richtet sich nach Selektionsregeln der Medien
 - symbolische Politik schlägt sich auch in der politischen Entscheidungsfindung nieder