

zu|schnitt #22

Wie die Öffentlichkeit fassen?

Öffentlichkeit als normatives, als empirisches und als unvollständiges Konstrukt.

Karl-Mannheim-Lehrstuhl für Kulturwissenschaften

Lehrstuhl für Medienkultur

Department for Communication & Cultural Management

von Cornelia Wallner und Marian Adolf

Wie die Öffentlichkeit fassen?

Öffentlichkeit als normatives, als empirisches und als unvollständiges Konstrukt.¹

Cornelia Wallner & Marian Adolf (2011)

Discussion Paper zu|schnitt 22, www.zeppelin-university.de/zuschnitt

¹ Dieses Working Paper wurde auf der DGPuK-Jahrestagung 2010 in Ilmenau vorgestellt und ist eine ausführlichere Version des Beitrags „Zur Erklärungskraft von Öffentlichkeitstheorien für Kommunikationsinnovationen. Eine Metastudie zu klassischen Öffentlichkeitstheorien“ dar, der im Band „Medieninnovationen“ von Jens Wolling, Andreas Will und Christina Schumann (2011) erschienen ist. Wir danken den Reviewern der DGPuK-Jahrestagung 2010 sowie den Herausgebern für konstruktive Anmerkungen zu einer früheren Fassung des Papiers, die auch in die finale Version dieses Working Papers eingeflossen sind.

Abstract

Dieser Beitrag untersucht die Konzeptualisierung und Geltung von Öffentlichkeitstheorien anhand von Innovationen der Medienkommunikation. Am Beispiel der Europäisierung der Öffentlichkeit sowie den neuen Kommunikationspraxen im Internet („neue Medien“) werden die Konstruktionsprinzipien und der Geltungsbereich des Öffentlichkeitsbegriffes problematisiert. Auf Basis konstitutiver Merkmale traditioneller Öffentlichkeitstheorien werden fünf Aspekte öffentlicher Kommunikation extrapoliert und anhand zweier Metastudien geprüft. Die daraus resultierende Beobachtung der empirischen, normativen und konzeptionellen Kontingenz der Öffentlichkeitsforschung, wird sodann hinsichtlich der Stärken und Schwächen ihrer theoretischen Grundlegung diskutiert. Wir kommen zu dem Ergebnis, dass Medieninnovationen die bestehenden Öffentlichkeitstheorien herausfordern und strukturell ergänzt werden sollten.

This article investigates the conceptualization and applicability of theories of the public sphere in the context of media innovations. Taking the Europeanization of the public sphere and new modes of communication in the “new media” as an example, we critically examine the way theories of the public sphere are constructed and to which phenomena they are applied. Distilling five fundamental aspects of public communication from the existing stock of theories we then engage in two meta-studies. The resulting observation of the empirical, normative and conceptual contingency of public sphere research are subsequently discussed as to their strengths and weaknesses. We arrive at the conclusion that existing theories of the public sphere need to be adapted and expanded to meet the requirements of contemporary communications.

Inhalt

Einleitung und Problemstellung.....	4
Öffentlichkeit als theoretisches und empirisches Konstrukt	6
Merkmale und Indikatoren von Öffentlichkeit	7
Öffentlichkeit in empirischen Studien: Metastudie	9
Untersuchungsmaterial	9
Ergebnisse	10
Innovationsphänomene	10
Anwendungsbeispiel 1: Europäisierung von Öffentlichkeit	11
Anwendungsbeispiel 2: Öffentlichkeit in und durch neue Medien	13
Resümee	15
Diskussion	17
1. Medientechnische Plattformen & journalistische Öffentlichkeit	17
2. Wann ist etwas Öffentlichkeit?	17
3. Politische Kommunikation und mehr?	18
4. Kontext kommunikativen Handelns	18
Das „unvollständige“ Konstrukt <i>Öffentlichkeit</i>	19
Quellen	21

Einleitung und Problemstellung

Öffentlichkeit ist ein zentraler Faktor gesellschaftlichen Zusammenlebens, der konstituierend für demokratisch organisierte Gesellschaften und essentiell für gesellschaftliche Selbstverständigungsprozesse ist. Daher stellt sich beständig die Frage nach der Analyse, nach dem Funktionieren und der Logik und nach dem Output von Öffentlichkeit. Dies alles kann durch Öffentlichkeitstheorien erklärt werden. Nun wird in modernen Mediengesellschaften ein wesentlicher Teil von Öffentlichkeit medientechnisch vermittelt und/oder massenmedial konstituiert. Durch (medi-)technische Innovationen und sozialen Wandel bewirkte, neue Kommunikationsmöglichkeiten und -praxen wird die Frage virulent, welche Erklärungsleistung Theorien zur Erklärung von Öffentlichkeit haben, die unter anderen technischen und gesellschaftlichen Bedingungen formuliert wurden.

Es geht folglich um die Frage, welche Erklärungskraft Theorien zur Öffentlichkeit haben, wie Öffentlichkeit dadurch analysiert und erklärt werden kann und – vor dem Hintergrund von (technischen, sozialen) Kommunikationsinnovationen – inwiefern diese Erklärungsleistung für sich wandelnde Formen von Öffentlichkeit bestehen bleibt.

Öffentlichkeit verstehen wir als Arbeitsdefinition zunächst im weitesten Sinne als kommunikatives Handeln unter Beteiligung mehrerer Akteure, welches von unmittelbarer oder mittelbarer gesellschaftlicher Relevanz ist. Wir wählen dieses begriffliche Verständnis für den Rahmen unserer Studie, um jene kommunikativen Phänomene zu inkludieren, die möglicherweise durch Kommunikationsinnovationen möglich werden, die aber durch engere, auf politische, massenmediale Öffentlichkeit bezogenen Definitionen nicht erfasst werden könnten.

Kommunikationsinnovationen fassen wir als durch vornehmlich technische Neuerungen ermöglichte, qualitativ neuartige Formen kommunikativen Handelns auf, die eine mediale oder medientechnische vermittelte Anwesenheit ermöglichen.

Forschungsleitende Fragestellungen

Das zentrale Forschungsinteresse lautet somit herauszufinden, inwiefern Öffentlichkeit ein unvollständiges Konstrukt ist und ob dadurch Kommunikationsinnovationen nicht ausreichend erklärt werden können.

- | Welche (jetzt relevanten) Aspekte von Öffentlichkeit werden durch Öffentlichkeitstheorien nicht erfasst? [Theoretisches Konstrukt]
- | Welches Erklärungspotential haben etablierte Öffentlichkeitstheorien für neue (mediale) Räume der Öffentlichkeit? [Empirisches Konstrukt]
- | Wo müssen den empirisch vorfindbaren Innovationen theoretische Innovationen folgen, um den neuen Realitäten gerecht zu werden? [Unvollständiges Konstrukt]

Als *theoretisches Konstrukt* ist Öffentlichkeit etwas, das vielen definitorischen Voraussetzungen unterliegt. Die theoretischen Konzepte beinhalten immer auch normative Aspekte, die nicht unbedingt bei einer Beschreibung von Öffentlichkeit, wohl aber bei der Evaluierung von Öffentlichkeit oder bei einer theoretischen Diskussion dessen, wie Öffentlichkeit sein oder gestaltet werden soll, zum Tragen kommen. Diese grundsätzliche Charakteristik hat Auswirkungen auf die empirische Analyse ebenso wie auf die Anwendung von Öffentlichkeitstheorien auf sich neu ausbildende Formen von kommunikativer Interaktion, die – je nach Definition – auch Öffentlichkeit sein können. Es stellt sich die Frage, welche Aspekte von Öffentlichkeit durch die Theorien erfasst werden und welche nicht.

Als *empirisches Konstrukt* wird Öffentlichkeit mit Einschränkungen erfasst: das komplexe Phänomen muss zugunsten der Machbarkeit empirischer Analysen auf einige Aspekte reduziert werden. Eine empirische Analyse wäre sonst angesichts der Vielschichtigkeit von Öffentlichkeit nicht durchführbar. Eine essentielle Grundfrage dabei ist jene, was Öffentlichkeit ist und wo Öffentlichkeit endet – gerade durch medientechnische Innovationen bedarf dies einer wichtigen Klärung. Somit stellen sich die Fragen, ob die aus der Theorie abgeleiteten Einschränkungen sowie Indikatoren ausreichend sind und welche Aspekte in empirischen Studien nicht hinreichend erfasst werden (können).

Daraus resultiert die Frage, in wie weit Öffentlichkeit immer auch ein (notwendig) *unvollständiges Konstrukt* ist. Diese Frage wird im vorliegenden Artikel insbesondere hinsichtlich „neuer“ Formen von Öffentlichkeit bzw. kommunikativen Austausches diskutiert. Welche Bereiche zeigen sich als unvollständig hinsichtlich der Untersuchung von Kommunikationsinnovationen? Im Sinne der eingeschränkten räumlichen und zeitlichen Reichweite sozialwissenschaftlicher Theorien (sh. Merton 1968) diskutieren wir daher Öffentlichkeit als möglicherweise „unvollständiges“ Konstrukt.

Unsere Arbeitsthese dazu sind, dass es sich bei Öffentlichkeit im Kern um ein wissenschaftlich-definitorisch unvollständiges Konstrukt handelt, weil es (1) sich um theoretische Konzepte

mittlerer Reichweite handelt, weshalb gerade umfassende medientechnologische Neuerungen das Konstrukt Öffentlichkeit unvollständig(er) machen; (2) weil es in den Theorien normative Vorannahmen gibt, die Phänomene ein- und ausschließen, und (3) weil aufgrund empirischer Notwendigkeiten Einschränkungen vorgenommen werden müssen. Was also kann Öffentlichkeitsforschung überhaupt leisten?

Zur Klärung dieser Aspekte diskutieren wir zuerst die Theorien zur Öffentlichkeit, ihre Bestandteile und zentralen Indikatoren. In einer anschließenden Metastudie fragen wir danach, in wie fern diese Merkmale in den Studien vorkommen, welche Ergebnisse sich in Studien zeigen, welche anderen Merkmale untersucht werden sowie welche (implizit/explicit) unbeantworteten Aspekte von Öffentlichkeit in den Arbeiten angeführt werden.

Öffentlichkeit als theoretisches und empirisches Konstrukt

Öffentlichkeit ist kein eindeutig geklärtes und definitorisch abgrenzbares Objekt, wie alleine schon die vielfältigen Begriffsdefinitionen zeigen. Entsprechend lässt sich Öffentlichkeit einerseits hinsichtlich der normativen Implikationen, andererseits hinsichtlich empirischer Definitionen und Operationalisierungen untersuchen.

Für die Analyse von Öffentlichkeit werden in sozialwissenschaftlichen Arbeiten unterschiedliche Theorien herangezogen, die jeweils idealtypische Modelle hervorbringen (Vergleiche hierzu Alexander (2006); Ferree et al. (2002); Norris (2000); Habermas (1996); Neidhardt (1994); Cohen (1989); Gamson/Modigliani (1989)): das deliberative oder diskursive Modell von Öffentlichkeit (Habermas 1981); daran anknüpfend das Arenenmodell (Gerhards/Neidhardt 1991), das zwischen System- und Akteursanalyse sowie zwischen Öffentlichkeitsebenen differenziert; das repräsentativ-liberale Modell von Öffentlichkeit mit betont funktionaler Differenzierung (Luhmann 1992); sowie das partizipatorisch-liberale Modell von Öffentlichkeit als Beispiel eines republikanischen Öffentlichkeitsmodells (Barber 1984; Hirst 1994).² Eine nähere Betrachtung der Theorien ergibt, dass diese hinsichtlich mehrerer Merkmale übereinstimmen, anhand derer wir nach kommunikativen Innovationen der Öffentlichkeit suchen.

Die in Öffentlichkeitstheorien oftmals mitlaufende normative Bewertung spielt dabei insofern eine Rolle, als dies darüber Auskunft gibt, was Öffentlichkeit aus der jeweiligen theoretischen Perspektive idealerweise leisten muss. Die Öffentlichkeitstheorien enthalten normative Bewertungen hinsichtlich der Frage, wie diese Merkmale ausgeformt sein *sollen*. Heuristisch werden diese Merkmale verwendet, um zu untersuchen, welche dieser Merkmale in welcher Ausprägung empirisch vorfindbar sind. Die empirisch vorfindbare Ausgestaltung der Öffentlichkeit kann sodann einem der theoretischen Modelle zugeordnet werden, eine empirische Öffent-

² Zur Aufarbeitung der Herangehensweisen an Öffentlichkeit hat auch Noelle-Neumann (1982) entscheidend beigetragen, die allerdings in ihrer Arbeit letztlich auf eine „demoskopische Öffentlichkeit“ (vgl. auch Schweiger/Weihermüller 2008) fokussiert, weshalb dies nicht im Detail in die hier dargestellte Diskussion eingeflossen ist.

lichkeit somit dahingehend eingeordnet werden, dass sie dem einen oder anderen theoretischen Modell von Öffentlichkeit am nächsten kommt (vgl. Peters 1994, 50f). Die Theorien können damit als eine Art Evaluierungsmaßstab dienen. Die eigentliche Daten*interpretation* einer solchen empirischen Erhebung bedeutet dann aber auch die Abwägung normativer Kriterien. Normativ ist somit nicht per se die Analyse von Öffentlichkeit anhand einer Heuristik, wohl aber die Ergebnisinterpretation, wenn dazu Theorie verwendet wird. Damit werde „[...] die Aufmerksamkeit für empirische Phänomene [geschärft], welche in theoretischen Ansätzen, welche sich von normativen Phänomenen von vornherein distanzieren, allzu leicht verlorengelassen.“ (Peters 1994: 73) Eine normative Bewertung ist dann erforderlich, wenn etwa aus rechtlicher, medienpolitischer oder medienethischer Sicht ein bestimmter (erwünschter oder unerwünschter oder zu erreichender) Standard definiert werden muss oder soll.

Für die Metastudie werden die relevanten Merkmale herausgegriffen, aber keine normativen *Bewertungen* der empirisch vorfindbaren Ausprägungen dieser Merkmale, wie sie in den untersuchten Studien vorkommen, vorgenommen.

Merkmale und Indikatoren von Öffentlichkeit

Für die Metastudie entwickeln wir auf Basis der bestehenden Öffentlichkeitstheorien eine Heuristik, um den Kommunikationszusammenhang „Öffentlichkeit“ abzubilden. Wir erweitern die drei gängigen Dimensionen des Öffentlichkeitsbegriffes *Partizipation*, *Form* und *Ergebnis* (vgl. Neidhardt 1994), indem wir diese Dimensionen weiter ausdifferenzieren und mit anderen theoretischen Konzeptionen (vgl. im Überblick Ferree et al. 2002) fusionieren, und legen unserer Metastudie letztlich fünf Merkmale zugrunde. So ergibt sich folgendes Kategoriensystem, mit welchem wir in der Folge unsere beiden Fallbeispiele anhand ihrer wissenschaftlichen Behandlung untersuchen.³

1. Akteure der Öffentlichkeit

Sowohl aktive Akteure (Sprecher) als auch passive Akteure (Adressaten, Objektakteure) werden in den Theorien erfasst. Im Sinne des Verständnisses von Kommunikation als soziales Handeln (siehe Burkart 1998: 30) und somit als „Interaktion vermittelt Zeichen und Symbolen“ (Pürer 2003: 59) ergänzen wir hier explizit das Merkmal des *sozialen Handelns* (als Kommunikation) dieser Akteure. Auf einer Mikroebene bezieht sich dies auf konkret beobachtbare Handlungen und lässt sich auch aus den Arbeiten von Jürgen Habermas (1981) ableiten. Wichtiges Merkmal für unsere Analyse ist folglich, ob kommunikative Interaktion und soziale Teilhabe einzelner Akteure oder Akteursgruppen thematisiert werden: Wer spricht mit wem, mit welcher Absicht?

³ Vergleiche zu den Merkmalen: Cohen (1989); Barber (1984); Ferree et al. (2002); Gamson/Modigliani (1989); Gerhards (1998); Gerhards/Neidhardt (1991); Habermas (1996); Hirst (1994); Neidhardt (1994); Seethaler (2006); Peters (1994); Wimmer (2007).

2. *Struktur, Form und Prozess von Öffentlichkeit*

Die Strukturen von Öffentlichkeit bestimmen auch die Ausgestaltung derselben. Damit sind neben Aspekten wie journalistische Organisationen, institutionelle Rollenbilder, Routinen der Kommunikation – die einer vertiefenden Problematisierung bedürften (und daher hier nicht weiter diskutiert werden) – auch der Prozessablauf (Kommunikationsweisen, Rationalität u.a.) sowie die „Qualität“ von Öffentlichkeit gemeint. Unter dieser Rubrik wird letztlich oftmals entschieden, was als öffentliche Kommunikation zu gelten hat, wer sich an Öffentlichkeit beteiligt bzw. beteiligen kann, und welche normativen oder faktischen Zutrittsbarrieren bestehen.

3. *Inhalte von Öffentlichkeit*

Der inhaltliche Aspekt erfasst Thematisierung, Kommunikationsinhalte, Themenverläufe und Anschluss Themen. Die gegenständlichen Theorien sind im Besonderen bezogen auf massenmediale Kommunikation und meinen daher mit Inhalten per definitionem „sinnhaft miteinander verknüpfte Elemente“, wobei eine gewisse Bekanntheit der Themen vorausgesetzt wird, damit massenmediale Öffentlichkeit in einem klassischen Verständnis überhaupt konstituiert werden kann (Merten 1999). Zudem fokussieren die Theorien der Öffentlichkeit vornehmlich auf politische Inhalte. Es ist dies eine in besonderem Maße zu diskutierende Dimension, da es zu klären gilt, inwieweit die oftmals eng gefasste inhaltliche Definition hilfreich, notwendig sowie anwendbar ist.

4. *Funktion und Ergebnis von Öffentlichkeit*

Öffentlichkeit kann mehrere Funktionen erbringen, wie z.B. Transparenz, Orientierung, Diskursivität und Partizipation.⁴ Zumeist setzt an dieser Schnittstelle die Konvergenz mit demokratietheoretischen Konzeptionen an, da die genannten Merkmale als unerlässlich für die politische Willensbildung gelten. Medien, so die Ausgangsposition der Theorien, vermitteln einerseits politisch relevante Informationen an den Volkssouverän, während sie gleichzeitig der politischen Klasse die Stimmungslage und Agenda des Wahlvolkes vermitteln. Aus diesem Zusammenhang erklärt sich auch die, oftmals (zu) eng gezogene, Fokussierung von Öffentlichkeit auf ihre politische Funktion (bzw. politische Inhalte).

5. *Sozialer Kontext*

Bisweilen zur Sprache gebracht, aber nicht explizit in die Theorien integriert, wird der soziale Kontext. Für die Analyse der Übertragbarkeit der Theorien verwenden wir den jeweiligen gesellschaftlichen Referenzrahmen sozialen Handelns. „Öffentlichkeit wird erst durch die (reale wie virtuelle) Anwesenheit Anderer sowohl subjektiv gekennzeichnet als auch objektiv wahrnehmbar.“ (Wimmer 2007: 62f; siehe auch Klaus 1998, 2001) Dieser soziale Kontext bezieht auch die Strukturen der Öffentlichkeit im Sinne eines Kommunikationsraumes ein. Für die Metaanalyse stellt sich die Frage, ob der soziale Kontext der Öffentlichkeit bzw. der kommunikativen Austauschprozesse thematisiert wird. Auch in der „allgemeinsten deskriptiven“ Definition von Öff-

⁴ Aus systemtheoretischer Sicht ist Öffentlichkeit sogar an sich eine Funktion, wobei die Teile des Systems Massenmedien unterschiedliche Leistungen erbringen (vgl. Görke 2008).

fentlichkeit bei Brüggemann et al (2009: 394) spielt der räumliche Bezug eine Rolle, wonach sich Öffentlichkeiten „sozialräumlich“ voneinander abgrenzen lassen. Nach einer ersten Sichtung der empirischen Studien wurde daher der soziale Kontext als weiteres Merkmal von Beginn an in die Metaanalyse integriert.

Öffentlichkeit in empirischen Untersuchungen: Metastudie

Diese analytisch gewonnenen Merkmalsdimensionen stellen die zentralen Indikatoren für unsere Metaanalyse dar. Ziel der Metaanalyse ist die systematische Aufarbeitung theoretischer sowie empirischer Einzelbefunde zu unterschiedlichen „innovativen“ Formen von Öffentlichkeit hinsichtlich der erläuterten Forschungsfragen. Die Frage dabei war, ob und wie diese Merkmale für die Erklärung von Öffentlichkeit verwendet werden und welche impliziten oder expliziten Erklärungslücken bestehen. Diese Merkmale von Öffentlichkeit wurden im Sinne eines Kategoriensystems verwendet und es wurde ausgewertet, welche dieser Merkmale in den untersuchten Studien thematisiert bzw. empirisch erhoben wurden.

Wir wenden eine, auf einer Literaturanalyse beruhende, qualitative Vorgehensweise an, bei der wir auf Basis unserer Forschungsfragen gebildete Indikatoren zur Untersuchung der Studien verwenden (Kiecolt/Nathan 1985; Cook 1994; Schulze 2004). Die Studien wurden systematisch erfasst und die Primärbefunde anhand inhaltlicher und methodischer Merkmale, die wir aus den unterschiedlichen Theorien zur Öffentlichkeit generiert haben, kodiert. Die Primärbefunde wurden sodann aggregiert und verglichen (vgl. Rustenbach 2003: XVII).

Untersuchungsmaterial

Als Untersuchungsmaterial verwenden wir vorrangig Journalartikel aufgrund ihrer Eigenschaft, die zentralen Herangehensweisen und dominierenden Methoden eines Faches widerzuspiegeln (Riffe/Freitag 1997).

Im Falle des ersten Anwendungsbeispiels betreffend die Innovation einer transnationalen, „europäischen Öffentlichkeit“ waren die Suchwörter für die Volltextsuche in den Journalarchiven Europäisierung, Europäische Öffentlichkeit (bzw. Europeanization, European Public Sphere). Kriterium war, dass es sich um einen Artikel im eigentlich Sinne und keinen Review Essay, keine Buchbesprechung, keine research note etc. handelte. Insgesamt wurden 44 Artikel in die Untersuchung aufgenommen.⁵ Suchzeitraum war 2000 bis 2009. Erhobene Journals waren

⁵ Baisnee (2007), Berkel (2006), Brantner/Dietrich/Saurwein (2006), Brüggemann/Schulz-Forberg (2009), Brüggemann/Hepp/Kleinen-von Königslöw/Wessler (2009), Brüggemann/Kleinen-v. Königslöw (2009), Calhoun (2003), De Vree-se/Boomgaarden (2003), Downey/Koenig (2006), Eder/Kantner (2000), Eilders/Voltmer (2003), Engelmann (2009), Fraser (2003), Gerhards (2002), Gripsrud (2007), Grundmann/Smith/Wright (2000), Hahn/Mok/Rössler/Schmid/Schwenemann (2008), Heikkilä (2007), Hepp/Wessler (2009), Klaus (2006), Koopmans/Erbe (2004), Koopmans/Pfetsch (2006), Koopmans/Zimmermann (2003), Latzer/Saurwein (2006), Lauristin (2007), Machill/Beiler/Fischer (2006), Mihelj (2007), Negri-ne/Kejanlioglu/Aissaoui/Papathanassopoulos (2008), Pfetsch (2004), Schlesinger (2007), Schlesinger/Deirdre (2000), Schuck/de

European Journal of Communication, Communications: The European Journal of Communication Research, International Communication Gazette, Publizistik, M&K (Suche im Volltext bzw. in den Inhaltsverzeichnissen nach Schlagworten). Des Weiteren wurden zentrale Research reports und andere Publikationen, auf die im Forschungsstand verwiesen wurde, in die Erhebung aufgenommen (Online-Publikationen des WZB: Forschungsschwerpunkt Europäisierung, Innovation: The European Journal of Social Science Research, Sonderheft der KZfSS).

Bei Anwendungsbeispiel zwei, „Neue Medien“, suchten wir nach den Schlagwörtern internet public sphere, civil society, cyberspace, democracy, new media bzw. deren deutschen Äquivalenten. Insgesamt wurden 39 Studien aus den Journals New Media & Society, First Monday, Journal of Computer-Mediated Communication, Journal of Communication, International Journal of Media and Cultural Politics sowie Beiträge aus Anthologien im Zeitraum von 1998-2010 in die Untersuchung aufgenommen.⁶

Beide Anwendungsbeispiele bieten keine Vollerhebung des gegenwärtigen Standes der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zum Thema, ermöglichen aber einen guten Eindruck der aktuellen Forschungslage. Auf deskriptiver Ebene fragen wir danach, welche Theoriegrundlagen herangezogen und welche Ergebnisse für die einzelnen Merkmale von Öffentlichkeit erzielt werden. In analytischer Hinsicht untersuchen wir, welche Aspekte in den Studien explizit oder implizit nicht beantwortet werden konnten.

Ergebnisse

Innovationsphänomene

Eine ganz grundlegende Klärung erfordert die Frage, ob eigentlich kommunikative Innovationen vorliegen. Unsere Annahme dazu ist: Wenn es sich um eine Innovation im Rahmen der öffentlichen Kommunikation oder Öffentlichkeit handelt, dann müsste sich hinsichtlich der Ausformung der Merkmale, die aus den Theorien zur Öffentlichkeit abgeleitet werden können, etwas geändert haben. Sofern in den von uns untersuchten Studien bislang *nicht* kategorisierte Merkmale von Öffentlichkeit vorkommen, sei es weil diese übersehen wurden, sei es weil sie explizit ausgeschlossen wurden, so kann dies als Hinweis für eine notwendige Erweiterung der bestehenden Theorien gewertet werden – dies findet sodann Eingang in die Diskussion von Öffentlichkeit als „unvollständiges Konstrukt“.

Vreese (2006), Splichal (2009), Statham (2007), Stetka (2009), Tobler (2006), Trandafoiu (2008), Trenz (2000), Trenz (2004), van de Steeg (2003), Wessler (2004), Wilke/Reinemann (2007), Wimmel (2004), Zimmermann/Koopmans/Schlecht (2004)

⁶ Agre (1998), Al-Saggaf (2006), Bennett/Pickard/Lozzi/Schroeder/Lagos/Caswell (2004), Boeder (2005), Cammaerts (2008), Coopman (2009), Dahlberg (2001), Dahlberg (2007a), Dahlberg (2007b), De Waal/Schoenbach (2010), DiMaglio/Hargittai/Neuman/Robinson (2001), Downey/Fenton (2003), Fisher (2010), Fraas/Barczok (2006), Fraas/Pentzold (2008), Gerhards/Schäfer (2010), Gil De Zúñiga/Puig-I-Abril/Rojas (2009), Hahne/Jung (2008), Hampton/Gupta (2008), Hara (2008), Kenix (2008), McGuigan (2005), McKay/Thurlow/Zimmerman (2005), Meraz (2009), Nguyen (2007), Noveck (2005), Ó Baoill (2000), Papacharissi (2002), Paus-Hasebrink/Wijnen/Jadin (2010), Pearson (2009), Pentzold et al. (2007), Polat (2005), Poor (2005), Simon/Jerit (2007), Sinekopova (2006), Soukup (2006), Stegbauer (2008), Tomasello/Lee/Baer (2010), Tomaszewski/Proffitt/McClung (2009), Usher (2008), Wellman/Haase/Witte/Hampton (2001), Wojcieszak (2009)

Zunächst stellt sich die Frage nach der Gestaltung medialer Räume durch neue Medientechnologien und Medienangebote. Es gilt zu hinterfragen, inwiefern die beobachtbaren Kommunikationspraxen, die mit neuen Medien einhergehen, in der Tat *neu* sind, ob es sich also um *qualitativ* neue Formen von Öffentlichkeit handelt, oder ob sie eher zur Kontinuität des Bestehenden beitragen. Hinsichtlich der definierten Merkmale von Öffentlichkeit bedeutet dies, dass sich die Ausformung von Merkmalen verändert haben müsste.

Empirisch lassen sich unterschiedliche innovative Formen von medial vermittelter Kommunikation feststellen. Es kommt einerseits zu neuen Partizipationsmöglichkeiten von Individuen, zugleich aber auch zu einer Fragmentierung der Öffentlichkeit (Marschall 1999, Fraser 2003). Es findet eine Ausweitung des „Möglichkeitsrahmens“ für soziale Beziehungen durch Kommunikationsinnovationen statt, die zeitliche und räumliche Kopräsenz als Kriterium für das Zustandekommen von sozialen Beziehungen (Giddens 1990) wird durch die teilweise Loslösung der Kommunikation von Zeit und Raum vereinfacht. Zwar werden dadurch auch neue Formen sozialer Vergemeinschaftung möglich (vgl. Winter/Thomas/Hepp 2003); zugleich bleiben aber zeitliche und räumliche Bindungen der Individuen auch im Rahmen dieser kommunikativen Innovationen eine Konstante (Stegbauer 2008: 7; Sturm 2003). So entsteht eine „duale Struktur“ der Kommunikation (Van Dijk 1999: 221), bei der sich lokale wie globale Kommunikation zugleich ausbildet. Dadurch erhöht sich die Komplexität von Öffentlichkeit, wodurch sich wiederum Selektionsmechanismen und Selektionsinstanzen verändern. Zu beobachten ist des Weiteren eine Transnationalisierung von Öffentlichkeit – ihr ist das erste Beispiel unseres Beitrages gewidmet –, die mit der Ausbildung neuer gesellschaftlicher Bezugsrahmen und neuer Kontexte von Öffentlichkeit einhergeht. In diesem Zusammenhang wird auch von translokaler Vergemeinschaftung gesprochen (Hepp 2008: 11).

All diese Phänomene weisen darauf hin, dass sich die Kommunikationspraxen in der Tat verändern. Daraus folgern wir, dass sich auch „Öffentlichkeit“ im Sinne des In-, Through- und Outputs der Kommunikation (Gerhards/Neidhardt 1991) wandelt, und somit die Erklärungskraft bestehender Theorien zu überprüfen ist.

Anwendungsbeispiel 1: Europäisierung von Öffentlichkeit

Wir sehen uns diese Merkmale von Öffentlichkeit spezifisch für ein Beispiel auf der Makroebene an: für Europäisierung als Beispiel von Transnationalisierung von Staatlichkeit und von Öffentlichkeit, als Ausformung neuer gesellschaftlicher Bezugsrahmen. Dazu haben wir 44 empirische Studien sowie theoretischer Explikationen hinsichtlich der definierten Merkmale von Öffentlichkeit untersucht.

Öffentlichkeit wird in der Forschung zur Europäischen Öffentlichkeit als Kommunikationsforum (Neidhardt 1994), kommunikative Sphäre (Saxer 2006), Kommunikationsnetzwerk (Tobler 2006), Verständigungsprozess der Gesellschaft (Klaus 2006) verstanden – sowie als eine „intersubjektiv geteilte, kommunikativ konstruierte Sphäre wechselseitiger Beobachtungen“ (Trenz 2000: 333, mit Bezug auf Habermas; Peters 1999). Darin sind jeweils Verweise auf die

Rolle des *Raumes* einerseits und auf die *kommunikative Konstruktion* des Raumes andererseits enthalten. Operationalisiert wird Öffentlichkeit dann etwa als die „relative Dichte“ kommunikativen Handelns (Koopmans/Erbe 2004), wobei hier dann auch die Frage der Interaktion zwischen nationaler und transnationaler Kommunikation als Fragestellung hinzukommt. In den Studien werden Öffentlichkeitsarenen, Teilöffentlichkeiten sowie Ebenen von Europäischer Öffentlichkeit untersucht (vgl. zu Ebenen von Öffentlichkeit auch Donges/Jarren 1999; Gerhards/Neidhart 1991). Auch dies kann als – impliziter – Verweis auf Raum und soziales Handeln gesehen werden.

Zentrale Ergebnisse unserer Erhebung sind, dass die Studien auf politische Öffentlichkeit fokussieren sowie zumeist explizit auf eine spezifische Öffentlichkeitstheorie rekurrieren. Konsequenter Weise sind daher auch die unserer Untersuchung zugrunde liegenden Merkmale gut dokumentiert. Die empirischen Studien sind in der Mehrzahl inhaltsanalytische Untersuchungen zur Medienberichterstattung, einzelne Untersuchungen befassen sich mit kommunikativen Akteuren auf EU-Ebene. Zusammenfassend lässt sich für unsere Merkmalsdimensionen feststellen, dass die (1) Akteure der Öffentlichkeit in unterschiedlichen Rollenzuschreibungen untersucht (aktive, passive Akteure, Objektakteure) und hinsichtlich ihrer (nationalen, politischen) Herkunft klassifiziert werden. Untersucht werden kommunikative Referenzen zu Akteuren aus anderen EU-Staaten als Beispiel für neue Formen kommunikativer Interaktionen. Als Form des sozialen (kommunikativen) Handelns wird dabei öffentliche Kommunikation zugrunde gelegt und im bereits erwähnten engeren Verständnis massenmedialer Kommunikation untersucht (One-to-many). (2) Form und Prozess der Öffentlichkeit werden untersucht und häufig als elitendominiert interpretiert. (3) Die Inhalte der in den Studien untersuchten Medienberichterstattung fokussieren im Wesentlichen auf national relevante Themen mit EU-Bezug. Für konfliktinduzierte Öffentlichkeiten wird aber auch eine transnationale inhaltliche Aufbereitung festgestellt. Es geht um eine europäische Perspektive der Inhalte, vertiefend um Synchronität und Interaktion im Diskurs, um die Diskursivität selbst sowie um transnationalen wechselseitigen Austausch (sh. etwa Wimmel 2004). Als (4) Funktion des Diskurses wird bereits konzeptionell Information über Entscheidungen und Prozesse auf europäischer Ebene (im Sinne Befähigung zum demokratischen Handeln) als zentrales Kriterium definiert. (5) Die sozialen Referenzrahmen werden sowohl transnational (EU) als auch national (nationalstaatliche Öffentlichkeit) verortet, wobei die Studien mehrheitlich darauf hindeuten, dass die Diskurse nationalstaatlich fokussiert bleiben, wenn auch mit Bezug auf andere EU-Staaten. Es wird die Frage nach medialen Strukturbedingungen für Öffentlichkeit gestellt und somit ein weiterer makroperspektivischer Referenzrahmen für Öffentlichkeit einbezogen (u.a. Abromeit 2001). Festzuhalten bleibt, dass die Studien teilweise sehr unterschiedliche Ergebnisse erzielen, was auch an den unterschiedlichen theoretischen Ausgangspositionen liegt (vgl. dazu auch Seethaler 2006: 256).

Insgesamt zeigt sich, dass die vorhandenen Theorien insofern hohe Erklärungskraft bieten, als konzeptionell eine *politische* Öffentlichkeit angenommen wird, und nach wie vor nationalstaatlich begrenzte Medienarenen miteinander verglichen werden. In der Anwendung auf nationalstaatenübergreifende Öffentlichkeit wird bereits eine Adaption der Theorien vorgenommen, wobei sich dann aber Erklärungslücken zeigen. Die immer wieder enthaltenen Hinweise auf die

Relevanz von kommunikativen Räumen sehen wir als wichtige Schlussfolgerung hinsichtlich der Anwendbarkeit von Öffentlichkeitstheorien. Eine explizite Analyse der sozialräumlichen Gegebenheiten für Öffentlichkeit in einem kommunikationssoziologischen Herangehen (soziales = kommunikatives Handeln) erfolgt nicht. Weßler (2008: 219) etwa stellt fest, dass „Öffentlichkeit als soziale Sphäre jeweils eine konkrete sozialräumliche Ausdehnung besitzt. Diese ergibt sich aus der vorherrschenden Verbreitungsreichweite von Medien, der Auswahl der Themen, der Herkunft der Sprecher und der Reichweite und Zusammensetzung des jeweils implizit oder explizit angezielten Publikums von öffentlicher Kommunikation.“ (Weßler 2008: 219, mit Bezug auf Peters/Weßler 2006) Auch die Fassung über *Transnationale Öffentlichkeiten* (vgl. Brüggemann/Hepp/Kleinen-von Königslöw/Weßler 2009) erfordert die Berücksichtigung multipler Sozialraumbezüge. Diese sozialräumliche Ausdehnung muss als zentrale Erklärungsgröße für Kommunikationsinnovationen explizit in Öffentlichkeitstheorien inkludiert werden.

Anwendungsbeispiel 2: Öffentlichkeit in und durch neue Medien

In einer zweiten Metastudie untersuchten wir Studien zu Öffentlichkeit in der rasant zunehmenden Literatur zu „neuen Medien“. Inkludiert wurden auch solche Arbeiten, die sich mit einem oder mehreren der von uns als zentral markierten Merkmale auseinandersetzen, da, anders als im ersten Anwendungsbeispiel, die explizite Verknüpfung der öffentlichkeitsrelevanten Leistungen des Forschungsgegenstandes „Neue Medien“ nicht immer auf der Hand liegt. Dabei ging es nicht um Vollständigkeit, sondern um einen möglichst breiten Überblick über den Fachdiskurs zum Thema Innovation in der Medienkommunikation im Zusammenhang mit unserer Forschungsfrage nach der Gültigkeit bestehender Theorieansätze. Die dabei zu erzielenden Ergebnisse sind insofern provisorischer Natur, da sich aufgrund der multifunktionalen Nutzung von Internetangeboten sowie der steten Innovation auf der Ebene der Kanäle und Formen weniger charakteristische Muster bestimmen lassen.

Hinsichtlich der (1) Akteursdimension wird deutlich, dass in den untersuchten Studien die Nutzungsmotive und -praxen angesichts der Unterdeterminiertheit des „Mediums Internet“ eine grundlegende Rolle spielen: die *conditio sine qua non* einer solchen auf aktives Kommunikationshandeln angewiesenen Ressource ist also neben dem Zugang („*access*“) eine entsprechende Nutzung durch den Kommunikationsteilnehmer („*uses/r*“) die in welcher Art auch immer mit „öffentlicher Kommunikation“ in Verbindung steht. Lässt sich die klassische massenmediale Öffentlichkeit zumindest „technisch“ noch ohne Rekurs auf ein aktives Publikum denken (z.B. über das Vorhandensein hinreichender struktureller Gegebenheiten bzw. die stellvertretende, politische Funktion der publizistischen Medien), so ist dies für die Mikroebene der netzbasierten Kommunikation nicht mehr möglich. Als Akteur tritt hier bisweilen die neue Figur des „users“ auf, über dessen Nutzungs- und Sprechmotive mangels hinreichender qualitativer Daten oft nur gemutmaßt werden kann. Oftmals wird der „user“ als selbstgenügsame Größe schlicht nicht weiter thematisiert. Aus dem *Bürger* der Publizistikwissenschaft wird hier zum Teil ein *consumer*.

Die Anzahl derer, die potenziell zu Sprechern werden können, ist immens angewachsen. Die strukturellen Schranken der „offline-Welt“ bleiben aber im Internet oftmals erhalten bzw. setzen sich dort fort (vgl. Stegbauer 2008). Die Möglichkeiten der Teilnahme am öffentlichen Diskurs haben sich erhöht, kommunikatives Handeln scheint jedoch an die herrschenden Zustände des „real life“ gebunden zu bleiben. Dies betont wiederum die Wichtigkeit des individuellen sozialen Kontextes der kommunikativ Handelnden, was allerdings keine explizite Entsprechung aus Sicht der Öffentlichkeitstheorien hat.

Betreffend die Dimensionen (2) *Struktur und Form* und (3) *Inhalte* unserer Studie ergibt sich vor diesem Hintergrund dann auch die Problematik, dass diese beiden kaum getrennt voneinander in den Blick zu bekommen sind. Struktur, Form und Prozess sind hier von den Inhalten kaum zu entwirren – und zwar überall dort, wo es um jene oben genannte Akteurskategorie geht, die erst mit den neuen Medien erscheint.

Es lassen sich hier grob gerastert zwei mit der Frage nach Öffentlichkeit verbundene Untersuchungs- und Argumentationslinien erkennen. Diese Typen könnte man als *soziale* bzw. *politische* Perspektiven bezeichnen: *Erstere* sucht nach Öffentlichkeit im Sinne eines vornehmlich soziologischen Interesses hinsichtlich der vergemeinschaftenden Aspekte der netzbasierten Kommunikation. Während man hier mehr nach den *Akteuren* und sozialen *Kontexten* fragt, bleiben die *Inhalte* und somit die Qualifizierung als politische Öffentlichkeiten (i.e.S.) tendenziell wenig beleuchtet. Gesucht wird nach der (technisch-sozialen) Bedingung der Möglichkeit von Gemeinschaften, die sich auch, und eventuell erst nach einiger Entwicklung, als öffentlichkeitsrelevante Akteure erweisen können (*public sphere als public space*).

Die *zweite*, hier politisch genannte Untersuchungsart der neuen Medien sucht, auf Basis eines eigens dafür zurechtgelegten Kriterienkatalogs (zumeist die Habermas'schen Diskursideale oder Adaptionen derselben), nach den konkreten Manifestationen *politischer* Öffentlichkeiten, bei zeitgleicher Expansion des Politikbegriffes. Im Vordergrund stehen die Suche und Evaluation von *Prozess* und *Form* – also etwa Deliberation und Konsens, jedoch mit Bezug auf die besondere Bedeutung der solcherart verhandelten Inhalte. Dieser Typus der ICT-Forschung orientiert sich sodann zumeist explizit an bestehenden Öffentlichkeitsmodellen, wobei auffällt, dass die Mehrheit dieser Studien sich einem deliberativen Modell verschreibt. Dieses Ergebnis ist zwar angesichts der vornehmlich deliberativ-emanzipatorischen Wurzeln des internetbezogenen Öffentlichkeitsdiskurses nicht verwunderlich, überrascht jedoch in seiner Deutlichkeit vor allem in den englischsprachigen Studien.

Für (3) *Inhalte und Themen* der netzbasierten Kommunikation auf Mikroebene weisen die Studien hohe Varianz auf. Individuelle Kommunikationsinteressen vermischen sich mit öffentlichen (Pentzold et al. 2007, Fraas/Pentzold 2008), wie am Beispiel von Blogs offensichtlich wird. Diese zeigten eine „neue Qualität“ von Kommunikation, weil sich individuelle mit öffentlicher Kommunikation verbindet (ebd.). „Weblogs, die sich in den öffentlichen Diskurs einschalten, haben die Potenz, die Grenzen zwischen individuellem Handeln und Öffentlichkeit, zwischen individuellen und gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen zu durchbrechen und in öffentli-

che Kommunikationsprozesse eingebunden zu werden. Sie (Weblogs, d. Verf.) sind das erste online-Kommunikationsformat, das öffentliche und individuelle Kommunikation wirklich koppelt.“ (Fraas/Barczok 2006: 158). Es gilt jedoch zu bedenken, dass Blogs zwar als Knotenpunkte von special interest communities dienen können, aber nur selten ein größeres Publikum erreichen. Dort wo sie auf eine breitere Öffentlichkeit gerichtet sind, werden sie oft über Zeit zu proto-journalistischen Institutionen, die sich erst recht wieder an journalistischen Standards messen lassen müssen (sh. de Waal/Schönbach 2010; vgl. zur Frage des partizipativen Journalismus u.a. Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2007).

Entsprechend variabel sind denn auch die angelegten normativen Kriterien betreffend (4) die Funktion und das Ergebnis von Öffentlichkeit: geht es um die Frage nach den Möglichkeitsbedingungen von Gemeinschaft (und somit um die Motive, Regeln und Neuheit solcher netzbasierter Öffentlichkeiten), stellt die hier *politisch* genannte Perspektive auf die klassischen Diskursbedingungen eines deliberativen Öffentlichkeitsmodells ab, welche in Summe ein möglichst vernünftiges politisches Ergebnis bedingen soll.

Damit wird auch deutlich, wie sehr die mitlaufende Dimension des (5) sozialen Kontextes in der Öffentlichkeitsforschung der neuen Medien deutlich sichtbarer wird. Hält man nämlich die anderen Dimensionen des Kommunikationszusammenhanges konstant, so verbleibt als entscheidendes Kriterium der soziale Kontext, der in den Studien thematisiert wird: mit Bezug auf wen äußert man sich als *netizen*, zur Erreichung welches intentionalen Kommunikationsinteresses und unter welchen sozialen, organisatorischen und institutionellen Rahmenbedingungen.

Dieses Ergebnis verliert etwas von seiner Überraschung, wenn man sich verdeutlicht, welche organisationale und strukturierende Leistung von klassischen Medienorganisationen (noch vor aller konkreten Berichterstattung) übernommen wird. Klassische Medien sind qua institutioneller Rolle der öffentlichen Kommunikation und somit der Hervorbringung von Öffentlichkeit zuzurechnen, auch wenn dies dann jeweils im Einzelfall zu untersuchen ist. Neuen Medien hingegen fehlt eine solche Zuordnung bislang noch, weshalb hier alle anzuwendenden Kriterien „im Fluss“ sind, und jeweils im Einzelfall verifiziert werden müssen. Situativ liegen diese dann vor, oder eben auch nicht. Die lässt die Kategorisierung „neue Medien“ als Sammelbegriff selbst wiederum problematisch erscheinen, denn die Online-Angebote klassischer Medien (etwa von Zeitungen oder öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten) fallen dann sehr wohl, individuelle Blogs nur im Einzelfall in die klassische Definition von Öffentlichkeit.

Resümee

Mit DiMaggio et al. (2001: 329) resümieren wir also, dass sich in der Tat neue Qualitäten von Kommunikation im Internet beobachten lassen; diese Kommunikationen können jedoch nicht

ohne weiteres von ihren sozialen, kulturellen und physisch-situativen Kontexten getrennt werden. Daher müssen wir weiter daran arbeiten, „Erklärungsansätze zu entwickeln, die zwischen verschiedenen Modi der Internetnutzung unterscheiden, und die das beobachtete Verhalten direkt an soziale und institutionelle Kontexte knüpfen können.“ (ebd., Übersetzung d. Verf.).

Es gilt, Zusammenwirkung von on- und offline-Kommunikation auch empirisch zu untersuchen, vor allem auch hinsichtlich einer Ausdehnung der Analyse politischer Topoi zu Medieninhalten generell. Will man das Defizit klassischer Öffentlichkeitstheorien bezüglich deren „öffentlichkeitsrelevanten Rohmaterials“ – z.B. die Vernachlässigung medialer Unterhaltungsprogramme – beheben, dehnt man damit die Grenzen der zu beobachtenden Prozesse aus. Auch wird aus der beschriebenen Unterdeterminiertheit der kommunikativen Möglichkeiten des Netz (reine special interest-Verwendung, reine Informationssuche, bis hin zu aktiver und umfassender sozialer und politischer Partizipation) ein neues Kriterium erforderlich: die Art des kommunikativen Handelns des Einzelnen, an der Kommunikation beteiligten, und der von ihr damit verbundene individuellen Sinn.

Dazu muss aber klar sein, was Öffentlichkeitstheorien leisten bzw. erklären sollen. Im Kern geht es um die Erklärung, wie öffentlicher kommunikativer Austausch in der Gesellschaft abläuft. Die Erklärung des Modus erfolgt dann aus theoretischer Sicht *auch* mit einer normativen Bewertung hinsichtlich der Qualität dieses Austausches. Öffentlichkeitsforschung scheint weiterhin und ganz besonders von ihren impliziten wie expliziten theoretischen Vorannahmen und normativen Geltungsansprüchen geprägt (vgl. Adolf/Wallner 2005). [Normatives Konstrukt]

Aus empirischer Sicht erfolgt diese Erklärung unvollständig deswegen, weil die Komplexität zum Zweck der empirischen Untersuchbarkeit reduziert und folglich der kommunikative Austausch auf bestimmte Aspekte reduziert wird. Diese Reduktion ist dann eine Fortsetzung normativer Bewertungen, wenn die Reduktion aus Qualitätserwartungen oder Relevanzzuschreibungen von Öffentlichkeit durch theoretische Zugänge abgeleitet wird. Basierend auf den unterschiedlichen Vorstellungen, welche Form sich Öffentlichkeit gibt und welche Funktion sie erfüllen soll, kommen die Studien auch zu unterschiedlichen Ergebnissen. Dies gilt zunächst für einen ganz grundlegenden Umstand: dort wo die (unterstellten) Bedingungen für das Vorhandensein einer Öffentlichkeit nicht gegeben sind, wird man eine solche erst gar nicht zu suchen beginnen. Wo also soziologisch orientierte Forschung kommunikative Räume entstehen sieht, muss der politologisch-demokratiethoretische Blick noch lange keine qualifizierte Öffentlichkeit finden. [Empirisches Konstrukt]

Öffentlichkeit ist dann aufgrund dieser Reduktion ein unvollständiges Konstrukt, das nur ausschnittsweise erfasst wird. Öffentlichkeit ist aber zusätzlich auch dann ein unvollständiges Konstrukt, wenn sozialer wie technischer Wandel einen Wandel von Öffentlichkeit bewirken, welcher durch die Theorien nicht erfasst wird. Kommt es also zu Innovationen im Modus des öffentlichen kommunikativen Austausches, dann ist die Erklärungskraft von Theorien teilweise eingeschränkt. Resümierend diskutieren wir daher, hinsichtlich welcher Aspekte diese Einschränkung besteht und wie diese Einschränkungen in Theorieerweiterungen einfließen könnten.

Diskussion

1. Medientechnische Plattformen & journalistische Öffentlichkeit

Ein Problembereich ergibt sich hinsichtlich der Effektivität von Öffentlichkeiten, die im Internet konstituiert werden, es handelt sich oft um kleine bzw. stark lokal bezogene Öffentlichkeiten (vgl. Dahlberg 2001 für eine thematisch auf den geographischen Raum Minnesota bezogenen Fall). Diese sind sodann in der Erreichung gesamtgesellschaftlicher politischer Relevanz erst recht wieder auf die Aufmerksamkeit der „alten“ Medien angewiesen um politische Effizienz zu erlangen (siehe z.B. Usher 2008). So bleibt als Flaschenhals nationaler und transnationaler Öffentlichkeiten weiterhin der Zugang zu jenen publizistischen Organen (Leitmedien), die umfassende Aufmerksamkeit auf sich zu vereinen wissen.⁷ Zwar nehmen die Quellen in dem Maße zu, als jedermann heute die Möglichkeit hat öffentlich zu sprechen (Blogs, Podcasts, Videocasts, SNS, u.a.), jedoch haben auch die neuen Medien nicht dazu geführt, dass jeder einen Anspruch darauf hat, weithin gehört zu werden. Was als potentieller Beitrag zur Öffentlichkeit formuliert wird, muss also noch nicht Öffentlichkeit tatsächlich konstituieren und diskursiv relevant werden.

2. Wann ist etwas Öffentlichkeit?

Zwei Kriterien, welche grob der zuvor eingeführten Unterscheidung in soziologisches und politologisches Interesse entsprechen, bieten sich hierfür an. Die Frage nämlich, ob sich Öffentlichkeit auf der grundlegendsten Ebene dadurch auszeichnet, dass man (a) *öffentlich spricht* (einen sozialen Akt intentionaler Rede bezogen auf andere setzt, wobei die inhaltliche Komponente als Qualifikationskriterium sekundär bleibt), also Themen und Meinungen zur öffentlichen Disposition stellt; oder (b) *über öffentliche Belange* spricht (man sich also, unbesehen des Forums, in eine kommunikative Interaktion mit anderen zu Themen von öffentlichem Interesse begibt). Ist Öffentlichkeit also vornehmlich qua Forum zu definieren? Oder soll von Öffentlichkeit dann die Rede sein, wenn eine Bezugnahme auf gemeinschaftliche, politische Belange stattfindet – auch wenn diese vornehmlich auf Elitediskurse beschränkt bleibt?

Die Operationalisierung von Öffentlichkeit hat stets empirische Konsequenzen und trägt letztlich immer eine normative Entscheidung in sich. Trifft dieser Befund tatsächlich zu, dann sieht man sich – heute mehr denn je – einerseits mit dem Umstand konfrontiert, ohne konkrete Definition nach Öffentlichkeit suchen zu müssen, um dann ex post zu entscheiden, welche der gefundenen Kommunikationen eine „öffentliche“ Funktion aufweisen; darüber hinaus wird es unmöglich, thematische Einschränkungen vorzunehmen, da die Engführung auf „politische Inhalte“ Gefahr läuft, potenziell signifikante Themen bzw. Prozesse aus dem Blick zu verlieren. Der entscheidende Nachteil eines solchen Vorgehens liegt auf der Hand: der Begriff „Öffentlichkeit“ wird durch den Verzicht auf eine politische bzw. normative Fassung unfänglich ausge-

⁷ Siehe etwa die aktuellen WikiLeaks-Veröffentlichungen („cablegate“), die nicht zuletzt deshalb zu WikiLeaks' bislang prominentesten Fall werden konnten, da man sich klassischer Qualitätsmedien als Kooperationspartner bediente.

dehnt, sodass letztlich jeweils einzelfallbezogen, und aufgrund derivativer Kriterien festgestellt werden kann, ob eine jeweilige Kommunikation der Öffentlichkeit zuzurechnen ist.

3. Politische Kommunikation und mehr?

Die Unterscheidung in eine soziologisch orientierte und eine politisch orientierte Analyse von Öffentlichkeit bringt für die Öffentlichkeitsforschung folgende Probleme mit sich: während sich der Fokus auf Vergemeinschaftung qua neuen Medien inhaltlich nicht immer spezifizieren lässt, und medienbasierte Individual-, special-interest, und andere Inhalte umfassende Kommunikation mit einschließt, dabei hinsichtlich der Geltungskriterien gelingender Kommunikation wenig aussagen kann, sind die spezifischen (politischen) Öffentlichkeiten qua Definition nach dem Ideal der rasonierenden BürgerInnen modelliert, und daher theoretisch präformiert.

Unterhaltung wird als wichtiger Teil von Öffentlichkeit verstanden, welche ebenso einen „Input“ für gesellschaftliche Selbstverständigungsprozesse liefert (McGuigan 2005; Klaus 2006; Wimmer 2007; Roessing 2009, Wallner 2010). Argumentiert wird, dass die Beschränkung auf politische Inhalte nicht mehr adäquat ist. So auch Jeffrey Alexander: „They [fictional media, Anm.] provide a continuous flow of representations about ongoing social events and actors. Yet in comparison with factual media, such fictional forms operate at a temporal remove from these other representations of daily life. What they gain in return is a much greater cathartic impact on the self-understandings of civil society, on the structures of feeling that define its identity as a civil place. [...] Fictional media create long-lasting frames for democratizing and anticivil processes alike. They constrain action by constituting a teleology for future events [...]“ (Alexander 2006: 75f) Mit der Einengung auf politische Kommunikation fehlt ein wichtiger Teil der Öffentlichkeit, was dann insbesondere für die Analyse von Kommunikationsinnovationen zum Tragen kommt, weil zentrale Phänomene von Innovationen von vorneherein gar nicht in den Blick genommen werden würden, wenn nur eine eingeschränkte Ausformung von Öffentlichkeit untersucht wird.

4. Kontext kommunikativen Handelns

Als Antwort auf die Frage, welche Innovationen für Öffentlichkeit zu beobachten sind, sehen wir als übergreifenden Befund die Entwicklungen des Zusammenhangs zwischen Raum und Kommunikation. Dabei sind nicht nur „physische“ Räume relevant, sondern auch kommunikativ konstruierte, nur durch soziale Handlungen konstituierte Kommunikationsräume sowie das Zusammenspiel der kommunikativ hergestellten Räume mit den physisch fassbaren Räumen. Dies lässt sich sowohl am Beispiel der transnationalen Kommunikation als auch am gänzlich anders gelagerten Beispiel der neuen Kommunikationskanäle zeigen. Technische Innovationen ermöglichen eine Raum-Zeit-Lösung der Kommunikation bei gleichzeitigem Bestehenbleiben räumlicher Bindungen. Diese doppelten Raumbezüge werden durch die Theorien nicht erfasst. So zeigt sich etwa im Falle der Europäisierung von Öffentlichkeit die Problematik, nationalstaatliche Öffentlichkeit und transnationalstaatliche Öffentlichkeit parallel und doch ineinander verschränkt zu analysieren.

Mit dem Begriff des *sozialen Raumes* meinen wir ein relationales Raumverständnis, also keinen *Behälterraum*, sondern einen, der „durch die Vorstellungen der Menschen geschaffen“ (Kant 1996/1781) wird, der durch soziales Handeln produziert und reproduziert wird (Löw 2001: 28ff). Sozialer Raum wird als handlungsstrukturierend, aber nicht in einer raumdeterministischen Perspektive verstanden. Öffentlichkeit stellt sich dann als ein sozialer Raum dar, dessen Strukturen und konkrete Ausgestaltung immer durch soziales Handeln im Sinne *kommunikativen Handelns* (Habermas 1981) produziert und reproduziert werden. Öffentlichkeit als Raum des kommunikativen Austausches wird also durch kommunikatives Handeln produziert und reproduziert, zugleich strukturiert und ist beeinflusst durch die vorangegangenen kommunikativen Handlungen. *Raum* meint dabei durchaus physische wie virtuelle Räume, wobei sich diese unterschiedlichen Räume der Öffentlichkeit im Sinne eines relationalen Raumkonzepts auch überlagern können. Entsprechend stellt sich dann *Öffentlichkeit* in unserer Arbeitsdefinition als kommunikatives Handeln unter Beteiligung mehrerer Akteure dar (quantitative Qualifikation), welches von unmittelbarer oder mittelbarer gesellschaftlicher Relevanz ist, und in einem oder mehreren relational zueinander stehenden Räumen stattfindet.

Das „unvollständige“ Konstrukt *Öffentlichkeit*

Öffentlichkeit zeigt sich in der Analyse als mehrfach unvollständiges Konstrukt. Und in mancherlei Hinsicht muss es das auch sein.

Zuerst ist die Einnahme einer theoretischen Position immer mit der normativen Annahme verbunden, wie diese Öffentlichkeit aussehen soll. Damit ist das Konstrukt Öffentlichkeit, als Grundkategorie gesellschaftlicher Organisation, keineswegs alleine, denn ganze Gesellschaftsordnungen – dessen Teil ja Öffentlichkeit ist – sind normativ geprägt. Für die Analyse impliziert dies aber die Notwendigkeit der Vergegenwärtigung solcher normativen Ausgangspunkte und damit die Identifikation jener Aspekte, die nicht oder auf bestimmte Weise in die Analyse einbezogen werden.

Öffentlichkeit als Konzept für die empirische Analyse ist ein unvollständiges Konstrukt, weil sie aufgrund ihrer Komplexität nicht in der Gänze erfasst werden kann – es muss ausgewählt und selektiert, es muss definiert (siehe oben) und operationalisiert werden. Dies ist naturgemäß mit Einschränkungen verknüpft, was in der Folge zur Unvollständigkeit der Ergebnisse führt, wie auch die empirischen Studien anmerken bzw. zeigen. Die empirische Übersetzung des Konstrukts Öffentlichkeit muss sich somit am Ziel der wünschenswerten Vollständigkeit orientieren, ohne dabei aber die empirische Machbarkeit aus dem Blick zu verlieren. Auch hier gilt: Diese Einschränkungen müssen vergegenwärtigt werden und die Ergebnisse können nur mit entsprechenden Einschränkungen verallgemeinert werden.

Öffentlichkeitskonzepte sind aber auch unvollständig, weil sich Öffentlichkeit als Produkt der Gesellschaft in und mit der Gesellschaft wandelt, weshalb diese keine allgemeine Gültigkeit erlangen können. Daher müssen diese theoretischen Konzepte immer wieder der Evaluierung unterzogen und hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit überprüft werden.

An diesem Punkt stellen wir für die gegebenen Kommunikationsstrukturen zwei wesentliche Aspekte zur Diskussion: Öffentlichkeitstheorien müssen soziale Räume (sozialen Kontext) berücksichtigen und sie müssen die Inhalte von Öffentlichkeit so definieren, dass darunter nicht nur politische Inhalte fallen, sondern die Öffentlichkeit als größeres Ganzes verstanden wird.

Soziale Räume

Zusammenhänge zwischen kommunikativen Beziehungen und räumlichen Strukturen ebenso wie Zusammenhänge zwischen *mehreren* kommunikativen Räumen gilt es zu inkludieren. Vielfach findet sich in Untersuchungen der Hinweis: „[...] dass Öffentlichkeit als soziale Sphäre eine konkrete sozialräumliche Ausdehnung besitzt.“ (Weßler 2008: 219) In den Theorien fehlt aber die *Verortung* von Öffentlichkeit. Daraus leiten wir die These ab, dass die Erklärungskraft der Theorien in dem Maße bestehen bleibt, in dem sich die gesellschaftlichen Referenzrahmen des kommunikativen sozialen Handelns der Akteure nicht verändern.

Vermeintliche Loslösungen *bisheriger* räumlicher und/oder zeitlicher Bindungen werden als innovativ charakterisiert. Diese Bindungen bleiben aber in vielerlei Hinsicht bestehen, wie etwa die Befunde für die Mikroebene von Kommunikation zeigen. Als wichtige Aufgabe für zukünftige Forschung sehen wir daher die Frage, auf welche Weise die räumliche Verortung von Kommunikation das kommunikative Handeln sowie die Öffentlichkeit determiniert (vgl. Hartmann 2009) und sehen dies als Herausforderung für weitere empirische Analysen.

Kommunikationsinhalte

Öffentlichkeitsforschung kann sich nicht mehr darauf konzentrieren, die angebotsseitig als politische Information definierten Inhalte einzuschließen. Öffentlichkeit als das zentrale gesellschaftliche Austauschforum wird nicht nur über primär und explizit politische Inhalte konstituiert sondern geht darüber hinaus: Umwelterfahrungen werden zunehmend medial vermittelt und genau diese sind essentiell für die gesellschaftlichen Interaktionen. Auch wenn es – in empirischer Hinsicht – schwierig ist, passende Ein- und Abgrenzungsformen zu finden, so ist es unumgänglich für zeitgemäße Öffentlichkeitsforschung, sich mit mehr als den als „politisch“ definierten Inhalten zu befassen.

Quellen

- Abromeit, Heidrun (2001): Demokratie und Öffentlichkeit: ein supranationales Dilemma. In: Abromeit, Heidrun/Nieland, Jörg-Uwe/Schierl, Thomas (Hg.): Politik, Medien, Technik. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 75-91.
- Adolf, Marian/Wallner, Cornelia (2005): Probing the public sphere in Europe. Theoretical problems and problems of theory. Full paper for ECC 2005, Amsterdam.
- Alexander, Jeffrey C. (2006): The Civil Sphere. Oxford u.a.: Oxford University Press
- Barber, Benjamin (1984): Strong democracy: Participatory Politics for a New Age. Berkeley: University of California Press.
- Brüggemann, Michael/Hepp, Andreas/Kleinen-von Königslöw, Katharina/Wessler, Hartmut (2009): Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsstand und Perspektiven. In: Publizistik Vol. 54, 3/2009, S. 391-414.
- Burkart, Roland (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien: Böhlau.
- Cohen, Joshua (1989): Deliberation and Democratic Legitimacy. In: Hamlin, Alan/Pettit, Philip (ed.): The Good Polity. Cambridge, Mass.: Blackwell. S. 17-34.
- Cook, Thomas (1994): Meta-analysis for explanation. A Casebook. New York: Russell Sage Foundation.
- Dahlberg, Lincoln (2001): Extending the public sphere through cyberspace: The case of Minnesota E-Democracy. First Monday, 6(3), 147-163.
- Dijk, Jan van (1999): The network society. Social aspects of new media. London u.a.
- DiMaggio, Paul/Hargittai, Eszter/Neuman, W. Russell/Robinson, John P. (2001): Social implications of the Internet. Annual Review of Sociology, 27, 307-336.

- Donges, Patrick/Jarren, Otfried (1999) Politische Öffentlichkeit durch Netzkommunikation. In: Kamps, Klaus (Hg.): Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation. Op-laden: Westdeutscher Verlag, S. 85-108.
- Ferree, Myra Marx/Gamson, William A./Gerhards, Jürgen/Rucht, Dieter (2002): Four models of the public sphere in modern democracies. *Theory and Society* 31/2002, 289-324.
- Fortunati, Leopoldina (2005): Mediatization of the net and Internetization of the Mass Media. *Gazette*, 67(1), 27-44.
- Fraas, Claudia/Barczok, Achim (2006): Intermedialität - Transmedialität. Weblogs im öffentlichen Diskurs. In: Androutsopoulos, Jannis/Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (Hg.): Neuere Entwicklungen in der Internetforschung. Reihe Germanistische Linguistik 186-187/2006. Hildesheim/Zürich/New York, S. 132-160.
- Fraas, Claudia/Pentzold, Christian (2008): Online-Diskurse: Theoretische Prämissen, methodische Anforderungen und analytische Befunde. In: Warnke, Ingo H./Spitzmüller, Jürgen (Hrsg.): Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene. S. 291-326.
- Fraser, Nancy (2003): Transnationalizing the Public Sphere. Paper prepared for the "Conference on Identities, Affiliations, and Allegiances". Yale University / Department of Political Science, 3-4 October 2003. <http://www.yale.edu/polisci/info/conferences/fraser1.doc>.
- Gamson, William A./Modigliani, Andre (1989): Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *The American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Gerhards, Jürgen (1998): Konzeptionen von Öffentlichkeit unter heutigen Medienbedingungen. In: Jarren, Otfried/Krotz, Friedrich (Hg.): Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen. Baden-Baden/Hamburg: Nomos, S. 25-48.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1991): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. In: Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (Hg.): Öffentlichkeit – Kultur – Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie. Oldenburg: Universität Oldenburg. S. 31-89.
- Giddens, Anthony (1990): *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Görke, Alexander (2008): Perspektiven einer Systemtheorie öffentlicher Kommunikation. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hg.): Theorien der Kommunikations- und

Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden: VS Verlag. S. 173-191.

Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. 2 Bd. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1996): Drei normative Modelle der Demokratie. In: Habermas, Jürgen: Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 277-292.

Hartmann, Maren (2009): The Changing Urban Landscapes of Media Consumption and Production. *European Journal of Communication*, 2009, 421-436.

Hepp, Andreas (2008): Globalisierung der Medien und transkulturelle Kommunikation. *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 39/2008, 22. September 2008. 9-16.

Hirst, Paul (1994): *Associative Democracy: New Forms of Economic and Social Government*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Kant, Immanuel (1996/1781): *Kritik der reinen Vernunft*. Frankfurt am Main.

Kiecolt, D. Jill/Nathan, Laura E. (1985): *Secondary Analysis of Survey Data. Series: Quantitative Applications in the Social Sciences*. London u.a.: Sage University Paper.

Klaus, Elisabeth (1998): Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter (Hg.): *Kommunikation und Revolution*. Zürich: Seismo, S. 131-149.

Klaus, Elisabeth (2001): Das Öffentliche im Privaten – Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationssoziologischer Ansatz. In: Herrmann, Friederike/Lünenborg, Margret (Hg.): *Tabubruch als Programm. Privatheit und Intimität in den Medien*. Opladen: Leske+Budrich, S. 15-35.

Klaus, Elisabeth (2006): Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext. In: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer, Michael (Hg.) (2006): *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Eine transdisziplinäre Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 93-106.

Koopmans, Ruud/Erbe, Jessica (2004): Towards a European Public Sphere? *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 17(2), 2004, 97-118.

- Löw, Martina (2001): Raumsoziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1992): Die Beobachtung der Beobachter im politischen System: Zur Theorie der Öffentlichen Meinung, in: Wilke, Jürgen (Hg.): Öffentliche Meinung, Theorie, Methoden, Befunde. Beiträge zu Ehren von Elisabeth Noelle-Neumann. Freiburg, S. 77-86.
- Marschall, Stefan (1999): Alte und neue Öffentlichkeiten. Strukturmerkmale politischer Öffentlichkeit im Internet. In: Kamps, Klaus (Hg.): Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation. Opladen: Westdeutscher Verlag, 109-126.
- McGuigan, Jim (2005): The cultural public sphere. *European Journal of Cultural Studies*, 8(4), 427.
- Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster: LIT.
- Merton, Robert King (1968): On Sociological Theories of the Middle Range. In: Ders., *Social Theory and Social Structure*. London, New York: The Free Press, 39-72.
- Neidhardt, Friedhelm (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 34. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 7-41.
- Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2007): Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet. *Media Perspektiven* 2/2007, 96-112.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1982): Die Schweigespirale. Öffentlichkeit – unsere soziale Haut. Frankfurt am Main/Wien: Ullstein.
- Norris, Pippa (2000): *A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies*. New York: Cambridge University Press.
- Peters, Bernhard (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (KZfSS)*, Sonderheft 34. Opladen: Westdeutscher Verlag, 42-76.
- Peters, Bernhard (1999): Nationale und transnationale Öffentlichkeiten – eine Problemskizze. In: Honegger, Claudia/Hradil, Stefan/Traxler, Franz (Hg.): *Grenzenlose Gesellschaft*. Ver-

handlungen des 29. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (Teil 1). Opladen: Leske + Budrich, S. 661-674.

Peters, Bernhard/Weßler, Hartmut (2006): Transnationale Öffentlichkeiten – analytische Dimensionen, normative Standards, sozialkulturelle Produktionsstrukturen. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag, S. 125-144.

Pürer, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK UTB.

Riffe, Daniel/Freitag, Alan (1997): A content analysis of content analyses: Twenty-five years of Journalism Quarterly. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74(4), 515-524.

Roessing, Thomas (2009): Öffentliche Meinung - die Erforschung der Schweigespirale. Baden-Baden: Nomos

Rustenbach, Stephan Jeff (2003): Metaanalyse. Eine anwendungsorientierte Einführung. Bern, Göttingen, Toronto, Seattle: Verlag Hans Huber.

Saxer, Ulrich (2006): Europäischer Gesellschafts-, Medien- und Öffentlichkeitswandel – eine kommunikationssoziologische Perspektive. In: Langenbucher, Wolfgang R. / Latzer, Michael (Hg.) (2006): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 62-92.

Schulze, Ralf (2004): Meta-Analysis. A comparison of approaches. Göttingen: Hogrefe & Huber

Schweiger, Wolfgang/Weihermüller, Miriam (2008): Öffentliche Meinung als Online-Diskurs - ein neuer empirischer Zugang. In: *Publizistik* 53. Jg., S. 535-559.

Seethaler, Josef (2006): Entwicklung und Stand der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur europäischen Öffentlichkeit: Eine Analyse der Beiträge in vier europäischen Fachzeitschriften 1989-2004: In Langenbucher, Wolfgang R./Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 244-260.

Stegbauer, Christian (2008): Raumzeitliche Struktur im Internet. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 39/2008, 22. September 2008. S. 3-9.

Sturm, Gabriele (2003): Der virtuelle Raum als Double – oder: Zur Persistenz hierarchischer Gesellschaftsstrukturen im Netz. In: Löw, Martina/Funken, Christiane (Hg.): Raum – Zeit –

Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien. Opladen: Leske+Budrich. S. 237-254.

Tobler, Stefan (2006): Konfliktinduzierte Transnationalisierung nationaler und supranationaler Öffentlichkeitsarenen. Indikatoren einer europäischen Öffentlichkeit. In: Langenbacher, Wolfgang R. / Latzer, Michael (Hg.) (2006): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 107-130.

Usher, Nikki (2008): Reviewing Fauxtography: A blog-driven challenge to mass media power without the promises of networked publicity. *First Monday*, 13(12), 1-14.

Wallner, Cornelia (2010): Kommunikationswissenschaftliche Europaforschung braucht Ausweitung. Mediale Unterhaltung als Bestandteil europäischer Öffentlichkeit. In: Pöttker, Horst/Schwarzenegger, Christian (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und Journalistische Verantwortung. Köln: Herbert von Halem. S. 76-91.

Weßler, Hartmut (2008): Mediale Diskursöffentlichkeiten im internationalen Vergleich: ein Forschungsprogramm. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.): Medien- und Kommunikationsforschung im Vergleich. Wiesbaden. S. 219-236.

Wimmer, Jeffrey (2007): (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses. Wiesbaden: VS Verlag.

Winter, Carsten/Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hg.) (2003): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln: Halem.

Quellen für Anwendungsbeispiel 1: Europäisierung von Öffentlichkeit

Baisnee, Oliver (2007): The European Public Sphere does not exist (At least it's worth wondering...). *European Journal of Communication*, 22(4), 493-503.

Berkel, Barbara (2006): Political parallelism in news and commentaries on the Haider conflict. A comparative analysis of Austrian, British, German, and French quality newspapers. *Communications*, 31(1), 85-104.

Brantner, Cornelia/Dietrich, Astrid/Saurwein, Florian (2006): Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit: Mediale Aufmerksamkeit für EU-Politik und der veröffentlichte Diskurs über die EU-Erweiterung. Forschungsbericht im Rahmen des Forschungsprogramms „new orientations for democracy in Europe“ (node) des Bundesministeriums für Bildung, Wis-

senschaft und Kultur (bm:bwk).

<http://www.univie.ac.at/Publizistik/Europaprojekt/datei/pub/europaeisierung-final-rep.pdf>.

Brüggemann, Michael/Schulz-Forberg, Hagen (2009): Becoming Pan-European? Transnational Media and the European Public Sphere. *International Communication, Gazette*, 71(8), 693-712.

Brüggemann, Michael/Hepp, Andreas/Kleinen-von Königslöw, Katharina/Wessler, Hartmut (2009): Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsstand und Perspektiven. In: *Publizistik* Vol. 54, 3/2009, S. 391-414.

Brüggemann, Michael/Kleinen-v. Königslöw, Katharina (2009): Let's talk about Europe. Why Europeanization shows a different face in different newspapers. *European Journal of Communication*, 24(1), 27-48.

Calhoun, Craig (2003): The Democratic Integration of Europe: Interests, Identity, and the Public Sphere. In: Berezin, Mabel/Schain, Martin (Hg.): *Europe without Borders: Re-Mapping Territory, Citizenship and Identity in a Transnational Age*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, S. 243-275.

De Vreese, Claes H./Boomgaarden, Hajo (2003): Valenced news frames and public support for the EU. *Communications*, 28(4), 361-381.

Downey, John/Koenig, Thomas (2006): Is There a European Public Sphere? The Berlusconi-Schulz Case. *European Journal of Communication*, 21(2), 165-187.

Eder, Klaus/Kantner, Cathleen (2000): Transnationale Resonanzstrukturen in Europa. Eine Kritik der Rede vom Öffentlichkeitsdefizit. In: Bach, Maurizio (Hg.): *Die Europäisierung nationaler Gesellschaften*. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 40. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 306-331.

Eilders, Christiane/Voltmer, Katrin (2003): Zwischen Deutschland und Europa. Eine empirische Untersuchung zum Grad von Europäisierung und Europa-Unterstützung der meinungsführenden deutschen Tageszeitungen. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 51 (2), S. 250-270.

Engelmann, Ines (2009): Der mediale Diskurs über die EU-Osterweiterung. Europäisierung der deutschen Medienöffentlichkeit am Beispiel zweier Qualitätszeitungen. In: *M&K* 1/2009, S. 39-55.

- Fraser, Nancy (2003): Transnationalizing the Public Sphere. Paper prepared for the "Conference on Identities, Affiliations, and Allegiances". Yale University / Department of Political Science, 3-4 October 2003. <http://www.yale.edu/polisci/info/conferences/fraser1.doc>.
- Gerhards, Jürgen (2002): Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien. In: Kaelble, Hartmut/Kirsch, Martin/Schmidt-Gernig, Alexander (Hg): Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert. Frankfurt am Main u.a.: Campus Verlag, S. 135-158.
- Gripsrud, Jostein (2007): Television and the European Public Sphere. *European Journal of Communication*, 22(4), 479-492.
- Grundmann, Reiner/Smith, Dennis/Wright, Sue (2000): National Elites and Transnational Discourses in the Balkan War: A Comparison between the French, German and British Establishment Press. *European Journal of Communication*, 15(3) 299-320.
- Hahn, Julia/Mok, Kathrin/Rössler, Patrick/Schmid, Michaela/Schwenemann, Nicolas (2008): Mediated events in political communication. A case study on the German European Union Council Presidency 2007. *Communications*, 33(3), 331-350.
- Heikkilä, Heikki (2007): Beyond 'In so far as' Questions: Contingent Social Imaginaries of the European Public Sphere. *European Journal of Communication*, 22(4), 427-441.
- Hepp, Andreas/Wessler, Hartmut (2009): Politische Diskurskulturen - Überlegungen zur empirischen Erklärung segmentierter europäischer Öffentlichkeit. In: *M&K* 2/2009, S. 174-197.
- Klaus, Elisabeth (2006): Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext. In: Langenbucher, Wolfgang R./Lutzer, Michael (Hg.): *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Eine transdisziplinäre Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 93-106.
- Koopmans, Ruud/Erbe, Jessica (2004): Towards a European Public Sphere? Innovation: The *European Journal of Social Science Research*, 17(2), 2004, 97-118.
- Koopmans, Ruud/Pfetsch, Barbara (2006): Obstacles or motors of Europeanization? German media and the transnationalization of public debate. In: *Communications*, 31(2), S. 115-138.
- Koopmans, Ruud/Zimmermann, Ann (2003): Internet: A New Potential for Political Communication. Paper prepared for: *Europeanisation of Public Spheres? Political Mobilisation, Public Communication, and the European Union*. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), June 20-22, 2003. <http://europub.wz-berlin.de/> [09.2009].

- Latzer, Michael/Saurwein, Florian (2006): Europäisierung durch Medien: Ansätze und Erkenntnisse der Öffentlichkeitsforschung. In: Langenbucher, Wolfgang R./Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 10-44.
- Lauristin, Marju (2007): The European Public Sphere and the Social Imaginary of the 'New Europe'. *European Journal of Communication*, 22(4), 397-412
- Machill, Marcel/Beiler, Markus/Fischer, Corinna (2006): Europe-Topics in Europe's Media: The debate about the European Public Sphere. A Meta-Analysis of Media Content Analyses. *European Journal of Communication*, 21(2), 57-88.
- Mihelj, Sabina (2007): The European and the Nationalin Communication Research. *European Journal of Communication*, 22(4), 443-459.
- Negrine, Ralph/Kejanlioglu, Beybin/Aissaoui, Rabah/Papathanassopoulos, Stylianos (2008): Turkey and the European Union: An Analysis of How the Press in Four Countries Covered Turkey's Bid for Accession in 2004. *European Journal of Communication*, 23(1), 47-68.
- Pentzold, Christian/Sebastian Seidenglanz/Claudia Fraas/Peter Ohler (2007): Wikis. Bestandsaufnahme eines Forschungsfeldes und Skizzierung eines integrativen Analyserahmens. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*. Heft 1/2007, S. 61-79.
- Pfetsch, Barbara (2004): The Voice of the Media in European Public Sphere: Comparative Analysis of Newspaper Editorials. Research report, Europub.com WP 3. <http://europub.wz-berlin.de/>.
- Schlesinger, Philip (2007): A Cosmopolitan Temptation. *European Journal of Communication*, 22(4), 413-426.
- Schlesinger, Philip R./Deirdre, Kevin (2000): Can the European Union become a sphere of publics? In: Eriksen, Erik Oddvar / Fossum, Erik (ed.): *Democracy in the European Union. Integration through deliberation?* London/New York: Routledge, S. 206-229.
- Schuck, Andreas R.T./de Vreese, Claes H. (2006): Between Risk and Opportunity. News Framing and its Effects on Public Support for EU Enlargement. *European Journal of Communication*, 21(1), 5-32.
- Splichal, Slavko (2009): 'New' Media, 'Old' Theories: Does the (National) Public Melt into the Air of Global Governance? *European Journal of Communication*, 24(4), 391-405.

- Statham, Paul (2007): Journalists as Commentators on European Public Politics: Educators, Partisans or Ideologues? *European Journal of Communication*, 22(4), 461-477
- Stetka, Vaclav (2009): Media Events and European visions: Czech Republic in the 2007 Eurovision Song Contest. *Communications*, 34(1), 21-38.
- Tobler, Stefan (2006): Konfliktinduzierte Transnationalisierung nationaler und supranationaler Öffentlichkeitsarenen. Indikatoren einer europäischen Öffentlichkeit. In: Langenbacher, Wolfgang R./Latzer, Michael (Hg.): *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Eine transdisziplinäre Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 107-130.
- Trandafoiu, Ruxandra (2008): Eating cake at the European Round Table: Panem et Circenses in the mediation of the European Union's 50th anniversary by the British and the Irish Press. In: *Communications*, 33(3), S. 351-368.
- Trenz, Hans-Jörg (2000): Korruption und politischer Skandal in der EU. Auf dem Weg zu einer europäischen politischen Öffentlichkeit. In: Bach, Maurizio (Hg.): *Die Europäisierung nationaler Gesellschaften*. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 40. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 332-359.
- Trenz, Hans-Jörg (2004): Media Coverage on European Governance: Exploring the European Public Sphere in National Quality Newspapers. *European Journal of Communication*, 19(3), 291-319.
- van de Steeg, Marianne (2003): Bedingungen für die Entstehung von Öffentlichkeit in der EU. In: Klein, Ansgar et al. (Hg.): *Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa*. Opladen: Leske + Budrich, S. 169-190.
- Wessler, Hartmut (2004): Europa als Kommunikationsnetzwerk. Theoretische Überlegungen zur Europäisierung von Öffentlichkeit. In: Hagen, Lutz M. (Hg.): *Europäische Union und mediale Öffentlichkeit. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 13-28.
- Wilke, Jürgen/Reinemann, Carsten (2007): Invisible second-order campaigns? A longitudinal study of the coverage of the European Parliamentary elections 1979-2004 in four German quality newspapers. *Communications*, 32(3), 299-322.

Wimmel, Andreas (2004): Transnationale Diskurse. Zur Analyse politischer Kommunikation in der europäischen Medienöffentlichkeit. In: Zeitschrift für Internationale Beziehungen, 11(1), S. 7-25.

Zimmermann, Ann/Koopmans Ruud/Schlecht, Tobias (2004): Political communication on the Internet. Part 2: Link structure among political actors in Europe. Research report, Europub.com WP 4. <http://europub.wz-berlin.de/>.

Quellen für Anwendungsbeispiel 2: Öffentlichkeit in und durch Neue Medien

Agre, Phil (1998): The Internet and public discourse. *First Monday*, 3(3), 10-15.

Al-Saggaf, Yeslam (2006): The online public sphere in the Arab world: The war in Iraq on the Al Arabiya website. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 311-334.

Bennett, W. Lance/Pickard, Victor W./Iozzi, David P./Schroeder, Carl L./Lagos, Taso/Caswell, C. Evans (2004): Managing the public sphere: Journalistic construction of the great globalization debate. *Journal of Communication*, 54(3), 437-455.

Boeder, Pieter (2005): Habermas' heritage: The future of the public sphere in the network society. *First Monday*, 10(9), 1-15.

Cammaerts, Bart (2008): Critiques on the participatory potentials of Web 2.0. *Communication, Culture & Critique*, 1(4), 358-377.

Coopman, Ted M. (2009): Toward a pervasive communication environment perspective. *First Monday*, 14(1), 1-11.

Dahlberg, Lincoln (2001): Extending the public sphere through cyberspace: The case of Minnesota E-Democracy. *First Monday*, 6(3), 147-163.

Dahlberg, Lincoln (2007a): Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: from consensus to contestation. *New Media & Society*, 9(5), 827-847.

Dahlberg, Lincoln (2007b): The Internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 3(1), 47-64.

De Waal, Ester/Schoenbach, Klaus (2010): News sites' position in the mediascape: uses, evaluations and media displacement effects over time. *New Media & Society*, 12(3), 477-496.

- DiMaggio, Paul/Hargittai, Eszter/Neuman, W. Russell/Robinson, John P. (2001): Social implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*, 27, 307-336.
- Downey, John/Fenton, Natalie (2003): New media, counter publicity and the public sphere. *New Media & Society*, 5(2), 185-202.
- Fisher, Eran (2010): Networks as the techno-political culture of post-Fordism. In: Fisher, Eran: *Media and New Capitalism in the Digital Age: The Spirit of Networks*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 211-227.
- Fraas, Claudia/Barczok, Achim (2006): Intermedialität - Transmedialität. Weblogs im öffentlichen Diskurs. In: Androutsopoulos, Jannis/Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten (Hg.): *Neuere Entwicklungen in der Internetforschung. Reihe Germanistische Linguistik 186-187/2006*. Hildesheim/Zürich/New York, S. 132-160.
- Fraas, Claudia/Pentzold, Christian (2008): Online-Diskurse: Theoretische Prämissen, methodische Anforderungen und analytische Befunde. In: Warnke, Ingo H./Spitzmüller, Jürgen (Hg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. S. 291-326.
- Gerhards, Jürgen/Schäfer, Mike S. (2010): Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany. *New Media & Society*, 12(1), 143-159.
- Gil De Zúñiga, Homero/Puig-I-Abril, Eulàlia/Rojas, Hernando (2009): Weblogs, traditional sources online & political participation: An assessment of how the Internet is changing the political environment. *New Media & Society*, 11(4), 553-574.
- Hahne, Michael/Jung, Corinna (2008): Über die Entstehungsbedingungen von technisch unterstützten Gemeinschaften. *Technical University Berlin Technology Studies Working Papers*, 257-284.
- Hampton, Keith N./Gupta, Neeti (2008): Community and social interaction in the wireless city: wi-fi use in public and semi-public spaces. *New Media & Society*, 10(6), 831-850.
- Hara, Noriko (2008): Internet use for political mobilization: Voices of participants. *First Monday*, 13(7), 1-14.
- Kenix, Linda Jean (2008): The Internet as a tool for democracy? A survey of non-profit Internet decision-makers and Web users. *First Monday*, 13(7), 7.

- McGuigan, Jim (2005): The cultural public sphere. *European Journal of Cultural Studies*, 8(4), 427.
- McKay, Susan/Thurlow, Crispin/Zimmerman, Heather Toomey (2005): Wired whizzes or techno-slaves? Young people and their emergent communication technologies. In: Williams, Angie/Thurlow, Crispin (eds.): *Talking adolescence: Perspectives on communication in the teenage years*. New York: Peter Lang, pp. 185-203.
- Meraz, Sharon (2009): Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence in Blog Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 682-707.
- Nguyen, An (2007): The interaction between technologies and society: Lessons learned from 160 evolutionary years of online news services. *First Monday*, 12(3-5).
- Noveck, Beth Simone (2005): A democracy of groups. *First Monday*, 10(11).
- Ó Baoill, Andrew (2000): Slashdot and the public sphere. *First Monday*, 5(9), 1-12.
- Papacharissi, Zizi (2002): The virtual sphere: the internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(9), 9-27.
- Paus-Hasebrink, Ingrid/Wijnen, Christine W./Jadin, Tanja (2010): Opportunities of Web 2.0: Potentials of learning. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 6(1), 45-62.
- Pearson, Erika (2009): All the World Wide Web's a stage: The performance of identity in online social networks. *First Monday*, 14(3).
- Pentzold, Christian/Sebastian Seidenglanz/Claudia Fraas/Peter Ohler (2007): Wikis. Bestandsaufnahme eines Forschungsfeldes und Skizzierung eines integrativen Analyserahmens. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*. Heft 1/2007, S. 61-79.
- Polat, Rabia Karakaya (2005): The Internet and political participation: Exploring the explanatory links. *European Journal of Communication*, 20(4), 435-459.
- Poor, Nathaniel (2005): Mechanisms of an online public sphere: The website Slashdot. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2).
- Simon, Adam F./Jerit, Jennifer (2007): Toward a theory relating political discourse, media, and public opinion. *Journal of Communication*, 57(2), 254-271.

- Sinekopova, Galina V. (2006): Building the Public Sphere: Bases and biases. *Journal of Communication*, 56(3), 505-522.
- Soukup, Charles (2006): Computer-mediated communication as a virtual third place: building Oldenburg's great good places on the world wide web. *New Media & Society*, 8(3), 421-440.
- Stegbauer, Christian (2008): Raumzeitliche Struktur im Internet. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 39, 3-9.
- Tomasello, Tami K./Lee, Youngwon/Baer, April B. (2010): 'New media' research publication trends and outlets in communication, 1990-2006. *New Media & Society*, 12(4), 531-548.
- Tomaszeski, Michael/Proffitt, Jennifer M./McClung, Steven (2009): Exploring the Political Blogosphere: Perceptions of Political Bloggers About Their Sphere. *Atlantic Journal of Communication*, 17(2), 72-87.
- Usher, Nikki (2008): Reviewing Fauxtography: A blog-driven challenge to mass media power without the promises of networked publicity. *First Monday*, 13(12), 1-14.
- Wellman, Barry/Haase, Anabel Quan/Witte, James/Hampton, Keith N. (2001): Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital?: Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 436-455.
- Wojcieszak, Magdalena (2009): "Carrying Online Participation Offline" – Mobilization by Radical Online Groups and Politically Dissimilar Offline Ties. *Journal of Communication*, 59(3), 564-586.