

Öffentlichkeit theoretisch und digital

Theorien über Öffentlichkeit, ihre Funktionen und Leistungen gibt es seit Habermas' grundlegendem Werk von 1962 viele, wie Olaf Hoffjann und Hans-Jürgen Art, Kommunikations- und Medienforscher in Braunschweig und Berlin, bereits in ihrer Einleitung mit zahlreichen Verweisen belegen. Die von ihnen in diesem schmalen Band dargelegte Theorie stützt sich auf den „Systemfunktionalismus“ (S. 7) – vornehmlich Luhmann'scher Provenienz –, will primär deskriptiv, aber auch argumentativ sein, ohne empirische Beweisführung, eher mit paradigmatischer Evidenz. Dafür leisten die Autoren zunächst definitive Begriffsarbeit zu Öffentlichkeit, Funktion, Leistung etc. Ihnen gilt Öffentlichkeit als „kollektive Information“ (S. 33); „keine kollektive Information“ wäre dann als „Leitdifferenz“ das Gegenteil. Doch der dafür bemühte Informationsbegriff, der allenthalben ebenso vielfach strapaziert wurde, bleibt bemerkenswert vage und diffus; er fällt jedenfalls kaum die normative und politische Bedeutung von Öffentlichkeit. Die im Titel annoncierte „nächste“ Öffentlichkeit – so scheint es – ist einerseits ein weiterer, nämlich dieser Theorieentwurf, aber sie soll auch die anhaltenden Evolutionsprozesse, etwa die Erosion der klassischen Medienöffentlichkeit sowie die rasante Ausbreitung digitaler Formen, reflektieren. Öffentlichkeit umfasst – ohne Wertung – vier Leistungssysteme, nämlich Journalismus, Unterhaltung, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung gleichermaßen. Die seit Habermas in der Demokratietheorie angelegten Funktionen der gesellschaftlichen Reflexion, Kritik und

Kontrolle sowie der rasonierenden Vergemeinschaftung (Agora, Forum, Encounter) und politischen Willensbildung der Bürger (Citoyens) bleiben mithin unberücksichtigt. Alle vier Leistungssysteme lassen sich durch ein Hauptmerkmal – hier Sekundärkode genannt (S. 80) – charakterisieren: Journalismus durch Aktualität, Unterhaltung durch angenehmes Erleben, Öffentlichkeitsarbeit durch Überzeugen und Werbung durch Verführen. Für alle sind Veränderungen – hier Evolutionen genannt – erkennbar, im Wesentlichen die Verschmelzung und Instrumentierung der theoretisch formulierten Spezifika und Grenzen, weshalb die penibel konstruierten Attribuierungen wohl nicht zu halten sind. Vollends treibt sie die anhaltende Digitalisierung voran, die aber als „Extremismus der Onlineöffentlichkeit“ (S. 129 ff.) nur kurz gestreift wird. So fragt man am Ende, was die akkurat postulierte, funktionalistische Differenzierung noch bringt, zumal die Autoren sie nicht mehr in ein kompaktes Theoriemodell überführen. Die „nächste Öffentlichkeit“ muss auf ihre theoretische Explikation wohl noch warten.

Ganz anders gehen die Beiträge zum Phänomen „SocialMania“ – verstanden als „übersteigertes soziales Kommunikationsverlangen“ (S. 14) infolge der Allverfügbarkeit und Omnipräsenz sozialer Medien – vor. Eine geschlossene Theorie von Öffentlichkeit haben die sechs Beiträge, die teils von renommierten Forschern stammen und auf Vorträge an der Stuttgarter Hochschule für Medien (2012) zurückgehen, nicht im Visier. Übereinstimmung lassen sie bei ihrer Suche, Beschreibung und Erklärung anhaltender kommu-

nikativer Veränderungen infolge von Digitalisierung und Social Web darin erkennen, dass sich Öffentlichkeit erheblich ausdifferenziert, fragmentiert und auch weitgehend mit Privatheit verschmilzt, sodass der Begriff nur noch wenig analytischen Wert hat. Im Fokus stehen daher utopische und dystopische Zukunftsnarrative, wie sie seit jeher beim Aufkommen und bei der Verbreitung neuer Medien ventiliert wurden und werden: Gefragt wird zunächst nach den sozialpolitischen und ökonomischen Gratifikationen des Social Web, sodann nach seiner kulturellpolitischen Bedeutung zur Darstellung des „Eigensinns“, schließlich nach der Angemessenheit partikularer und privatisierter Öffentlichkeiten für eine sich weiter pluralisierende Gesellschaft. Partizipation fokussieren die drei nächsten Beiträge, natürlich unter verschiedenen Blickwinkeln: als Chancen (aber auch Risiken) für Jugendliche zur Identitätsentwicklung, als digitale Erregung und Skandalisierung bei Shitstorms und politischen Fanpages sowie als vielfältige Potenziale zur weiteren Demokratisierung, aber auch zur Kontrolle möglicher Restriktionen. Sowohl die profunde Einleitung der Herausgebenden über paradigmatische Narrative zu Internet und Social Web seit den 1990er-Jahren als auch die genannten Beiträge im Einzelnen verdienen eine intensivere, angemessenere Beachtung.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler



Olaf Hoffjann/Hans-Jürgen Art:
Die nächste Öffentlichkeit. Theorieentwurf und Szenarien. Wiesbaden 2015: Springer VS. 140 Seiten, 19,90 Euro



Petra Grimm/Michael Müller (Hrsg.):
SocialMania. Medien, Politik und die Privatisierung der Öffentlichkeiten. Stuttgart 2014: Franz Steiner Verlag. 90 Seiten, 29,00 Euro