

## Im Archiv der Öffentlichkeit

Rückblick auf eine fixe Idee, die das demokratische Bewusstsein vor fünfzig Jahren heimgesucht hat

*Rudolf Maresch*

VOR GUT EINEM HALBEN JAHRHUNDERT veröffentlichte der damals 32-jährige Jürgen Habermas den *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, seine Habilitationsschrift. Damit verband er den Glauben und die Hoffnung, dass die Bürger einer Gesellschaft willens und in der Lage seien, sich darüber zu verständigen, wie sie ihr gemeinsames Leben gestalten, organisieren und entwickeln möchten.

Um dieses ›normative‹ Konzept einer ›bürgerlichen‹, später auch, ›deliberativen‹ Öffentlichkeit rational begründen zu können, verfiel der aufstrebende Sozialphilosoph Ende der 1950er auf die Historie. Statt aber, wie man hätte vermuten können, in der Antike anzudocken, bei der Idee der Polis, der Agora oder der res publica, suchte er den historischen Faden in der Geschichte der Moderne.

### Die Souveränität franst aus

Als Modellfall galt ihm die englische Entwicklung, die Ende des 17. Jahrhunderts einsetzte und zu ersten Ansätzen einer Demokratisierung der Gesellschaft geführt hatte. In der Glorreichen Revolution von 1688/89 schufen die Gegner des englischen Absolutismus mit der *Bill of Rights* die Grundlage für den heute in westlichen Demokratien gängigen Parlamentarismus. Gleichzeitig raubten sie dem Monarchen Teile seiner Souveränität und sicherten sich eine erste Teilhabe an staatspolitischen Entscheidungen.

In diesem Übergang von der Souveränität zur Gouvernamentalität wollte Habermas den Beginn eines Liberalisierungsprozesses erkennen, der sich danach in Frankreich fortsetzte und schließlich auch in Deutschland zu so etwas wie einer ›öffentlichen Meinung‹ führte, einem medialen Raum, in dem literarisch gebildete Bürger über öffentliche Angelegenheiten disputieren und über deren Ausgestaltung in Rede und Gegenrede befinden.

Möglich machte dies laut Habermas eine neuartige Lese-, Brief- und Salonkultur, die von einer ausufernden Produktion von Zeitungen und Zeitschriften, Ver-

lagen und Buchhandlungen, Autoren und Bibliotheken begleitet, gefördert und geformt wurde. Bis auf den heutigen Tag ist der 83-Jährige der festen Überzeugung, dass in all diesen Lesezirkeln und assoziierten Verbänden bereits jene »politische[n] Gleichheitsnormen« eingeübt worden sind, die eine künftige liberale Gesellschaft auszeichnen.

Später traten zu den bekannten Organisations- und Vertriebsformen des Verlags- und Zeitschriftenwesens dann im 20. Jahrhundert elektronische Massenmedien hinzu, die den Kommunikationsbetrieb kanalisiert, zentralisiert und für wirtschaftliche Zwecke, für Reklame und Verkauf missbrauchten. Die damit rasant wachsende Kommerzialisierung, Professionalisierung und Verdichtung des Kommunikationsnetzes, die alsbald auch eine Fusion von Information, Unterhaltung und Werbung in Gang setzten, raubte dann laut Habermas »dem Prinzip der Publizität seine Unschuld«.

Seitdem wachsen sich laut Habermas die von massenmedialen Organen kolonialisierten Öffentlichkeiten zu »vermachteten Arenen« aus, in denen längst nicht mehr um das »beste Argument« und dessen »zwanglosen Zwang« gerungen wird, sondern allenfalls noch um Einfluss und Erfolg, um Beifall und Zustimmung des Publikums.

### Besessen von einer Idee von Demokratie

Obwohl sein soziologischer Widerpart Niklas Luhmann ihn schon Mitte der 1990er dezent darauf hingewiesen hatte, dass es sich bei seiner »Forderung von Öffentlichkeit als Mittel zur Durchsetzung von Vernunft« um einen »verengten, gleichsam konstitutionalistischen Begriff von Öffentlichkeit« handelt, der von einem viel allgemeineren Begriff des Öffentlichen abzuheben sei, der sich einstmals gegen die »Strategien der Geheimhaltung und der Heuchelei« und den »Schutz einer Privatsphäre« wandte, hält der Philosoph weiter an seiner Idee fest.

Nach wie vor ist Habermas der Ansicht, dass sich jenseits »mediatisierter« Öffentlichkeit(en) »autochthone« Zirkel und Institutionen rechtlich eingerichtet und kontrafaktisch am Leben erhalten haben. Sein hoffnungsvoller Blick richtet sich auf die sogenannte Qualitätspresse und das öffentlich-rechtliche Staatsfernsehen, auf Wahlkämpfe und Parteitage, auf zivilgesellschaftliche oder radikal-demokratische Verbände, auf den Campus und auf Hochschulseminare.

Doch selbst in diesen Organisationen bzw. auf diesen Veranstaltungen fristet die »Macht des Arguments« ein jämmerliches Dasein. Auch hier findet häufig ein Hauen, Stechen und Treten um Posten und Privilegien, um Themen und Funktionen statt. So mancher Anführer und Gernegroß hat auf Parteitag oder ähnlichen Zusammenkünften schon sein persönliches Waterloo erlebt. In aller Regel

geht es auch dort um Anerkennung und Einfluss, um Profilierung und Eitelkeiten, um Animositäten und Kumpaneien.

Unterbelichtet blieb nicht nur die sogenannte »plebejische Öffentlichkeit«, die sich einst in der Französischen Revolution artikuliert hatte, mit den Jakobinern und dem Namen Robespierres verknüpft ist und im »ungebildeten Volk« sein »gebildetes Gewand« kurzzeitig abstreifen konnte; unberücksichtigt blieben auch die traditionellen Formen der »repräsentativen Öffentlichkeit«, bei der das Volk und/oder das Publikum zur Staffage, Kulisse oder zujubelnden Masse für den fürstlichen oder kirchlichen Würdenträger mutiert.

Während sie im Lichte elektronischer Echtzeitmedien längst eine neue Renaissance feiert – jeder Regierungschef, Firmenlenker oder Kirchenmann bedient sich ihrer lebhaft, um seine Macht und sein Ansehen zu bewahren oder zu steigern –, diente die repräsentative Öffentlichkeit Habermas immer nur als historisches Kontrastprogramm, um den annoncierten »Strukturwandel« herleiten und begründen zu können.

### Hat es diesen Strukturwandel jemals gegeben?

Unbeachtet blieben schließlich auch die medien- und machtpolitischen Implikationen, die diesen »Strukturwandel« begleitet haben. Wie Friedrich Kittler auf eine entsprechende Frage meinerseits Anfang der 1990er einmal andeutete, sei eine solche »Öffentlichkeit«, die der Berliner Medienhistoriker lieber »postalisch« nannte, allein der Staatsräson geschuldet gewesen und keinesfalls einer plötzlich aufkommenden Lesesucht und/oder Salonkultur. Der Strukturwandel, den der Philosoph exklusiv entdeckt und aufgedeckt haben wollte, sei eher eine »Erfindung von Philosophen« und »ein Effekt absolutistisch-merkantilistischer Techniken etwa im Postwesen« gewesen. Diese politische Öffentlichkeit, die Habermas seinen Lesern als Erfolgsmodell einer freien Gesellschaft verkaufen will, sei vor allem aus »Steuergründen« und zur »Finanzierung von Kriegen« durchgesetzt worden, in deren Schlepptau sich dann diese von ihm beobachtete vormediale Öffentlichkeit gebildet hat.

In Deutschland etwa waren das Postwesen und der internationale Postverkehr, denen die bürgerliche Öffentlichkeit ihre Entstehung verdankt, fast dreihundert Jahre lang in den Händen der Thurn und Taxis, vom frühen 16. Jahrhundert bis zur zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Dank der Napoleonischen Eroberungen und nach dem Ende des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation verlor das Fürstengeschlecht, das in Regensburg residierte und damit auch zu Ruhm und Reichtum gelangt war, sein kaiserliches Reichspostmonopol und zugleich seine wichtigste Einnahmequelle. Der exorbitant hohe Schriftverkehr und die

ausgiebige Korrespondenz, die etwa der Geheimrat und Staatsminister Goethe mit unzähligen Leuten in ganz Europa unterhielt, war nur deswegen möglich, weil Karl Anselm von Thurn und Taxis, der seit 1773 Generaloberpostmeister der Kaiserlichen Reichspost war, den Dichturfürsten vom Briefporto befreit hatte. Diese ›Gebührenfreiheit‹ wurde zu dieser Zeit nur sehr wenigen Auserwählten zuteil und galt auch wegen der damit verbundenen Kostenersparnis als ungeheures Privileg.

Auch wenn sich Goethes Portofreiheit bis heute nicht hat nachweisen lassen, auch nicht in den Archiven der Thurn und Taxis in Regensburg, weist diese historische Begebenheit doch darauf hin, dass hinter dem umfangreichen Schrifttum, das allein der Großdichturfürst unterhielt, auch wieder so etwas wie eine diskursive Regel vermutet werden kann, ein medialer Effekt, der von einem Medienverbundsystem namens ›Post‹ erzeugt worden ist.

### Emanzipation im Gestell der Kommunikation

Wie immer man sich zu all dem verhalten wird: Volker Gerhardt zum Beispiel spricht in seinem systematischen Versuch, das Wesen und die gesellschaftliche Funktion der Öffentlichkeit zu erfassen, Habermas das zweifelhafte Verdienst zu, mit seinem *Strukturwandel* die »am besten widerlegte Habilitationsschrift der deutschen Wissenschaftsgeschichte« verfasst zu haben.

Weder hat es den vielfach diskutierten Strukturwandel gegeben, noch findet sich dafür ein historischer Beleg. Es handelt sich vielmehr, je nach Perspektive, um eine »Ausdifferenzierung von Macht« (M. Foucault) oder des »politischen Systems« (N. Luhmann), aber nicht um eine neuartige »Institution« oder gar »vierte Macht« im Staat.

Das Potential zur Selbsttransformation, das Habermas den Diskursen der politischen Öffentlichkeit unterstellt, ist eher eine Notlösung, sie bietet weder Ausweg noch Alternative. Zum einen lernt nicht nur die Macht hinzu. Mittlerweile weiß jeder politische oder wirtschaftliche Führer, wie man Gefolgschaft erzeugen und Machterhalt und Machtgewinn medial organisieren muss. Zum anderen liefert das volkspädagogische Rahmenprogramm, das das deutsche Staats- bzw. Zwangsfernsehen in sonntäglichen ›Tatorten‹ und allabendlichen ›Talkshows‹ inszeniert, dafür den besten Anschauungsunterricht.

Hinzu kommt, dass die Verpflichtung auf vorab formulierte diskursive Grundregeln die angebliche Offenheit des Anfangs im Interesse einer vorgeblichen Emanzipation abwürgt. Sie kaschiert, dass es sich bei den kommunikativen Verfahren, die das Demokratiekonzept vorsieht, praktisch wie politisch um einen Fall von Parteilichkeit handelt. Bereits 1970 hatte Dietmar Kamper diesbezüglich den

Verdacht geäußert, dass eine Emanzipation, die dem Menschen angepasst werde wie ein fremdes Gewand, verfehlt sei. Zur Emanzipation gehöre vielmehr, »dass der Betroffene eine Chance habe, sie als seine Sache wahrzunehmen. Gerade als gut verpasste wäre sie verpasst.«

## Der Erosionsprozess schreitet fort

In den letzten Jahren hat es den Anschein, als ob Habermas seine »weniger pessimistische Einschätzung«, die sich dreißig Jahre später im Vorwort zur Neuauflage findet, wieder aufgehoben hat. Weder in Blogs und Foren noch auf sozialen Plattformen wie *Twitter*, *Youtube* oder *Facebook* fänden echte Debatten statt, zumindest keine, die den diskursiven Regeln einer kritischen Öffentlichkeit entsprächen und genügen. Da sie keine »funktionalen Äquivalente« für eine deliberative Öffentlichkeit böten, setzten sie im Grunde jenen Verfalls- und Zerfallsprozess der Öffentlichkeit fort, der mit dem massenmedialen Kidnapping der kommunikativen Rationalität eingesetzt habe.

Das Publikum, das dort zugange sei, zerfalle in eine Vielzahl zersplitterter, allein durch Spezialinteressen zusammengehaltener Zufallsgruppen. Die »eine Öffentlichkeit«, die ihm als »Ideal« und politisches »Korrektiv« vorschwebt, habe sich in unzählige »Öffentlichkeiten« ausdifferenziert, die teilweise miteinander rivalisieren, sich ignorieren und beizeiten auch kooperieren. Wer Sender und was Quelle, wer Überbringer und Empfänger ist, lässt sich, auch wegen der dort herrschenden Anonymität, meist nur schwer ausmachen, zumindest für jene, die vor den Prints und Screens agieren.

Der Erfolg dieser Teilöffentlichkeiten bemisst sich vielmehr an Sparten und Programmen, die die Nutzer goutieren, oder an Quoten, Klicks und Likes, die sie verteilen. Mit einer solchen »Ansammlung« von Medien, Nachrichtenkanälen und unterschiedlichen Usern, die alles, nur keine »Versammlung« anstreben, ist kein Staat mehr zu machen, jedenfalls keiner, der seine Belange im Medium der Selbstverständigung organisieren möchte.

Diesen Beobachtungen, die Habermas sinngemäß wiedergeben, aber vielleicht auch etwas frei deuten und weiterdenken, ist zunächst kaum zu widersprechen. Die verstreute und zerstreute Vielheit der Meinungen und Stimmungen bringt gewiss kein *Wir* im klassischen Sinn mehr hervor. Doch das braucht es auch nicht. Schon längst wird die Welt, seitdem Massenmedien über sie berichten, von Themen, Programmen und Markennamen zusammengehalten, deren Formen, Stile und Inhalte allerdings ständig wechseln können.

Zudem gibt es dieses *Wir* in Wirklichkeit gar nicht, weder hierzulande noch in Europa oder gar auf dem Globus. Die »De-Programmierung« des Gemeinsinns,

die freilich mittels Skandalisierung kurzfristig auch in eine *Re*-Programmierung umschlagen kann (siehe NSU-Prozess, Euro-Rettung), wird von global agierenden Medienkonzernen sowie einem selbstreferentiell operierenden Mediensystem übernommen und geleistet.

### De-Programmierung der kommunikativen Rationalität

»Das *Wir* entscheidet«, jener merkwürdige Slogan, mit dem die SPD den diesjährigen Wahlkampf bestritten hat, stimmt nicht mal für die Partei. Selbst die SPD, die sich dem Gemeinsinn und der Solidarität verpflichtet fühlt, besteht aus lauter Einzelwillen, die sich untereinander alles andere als grün sind. Die Troikas, mit denen die Partei sowohl in den 1970ern als auch in den 1990ern und zunächst auch in diesem Wahlkampf angetreten ist, haben nie lange gehalten. Nach einigen Jahren sind sie krachend auseinandergefliegen.

Zudem ist das Web mit all seinen Derivaten zwar ein Massenmedium, aber gewiss kein Träger kommunikativer Rationalität. Dafür fehlt nicht nur Zeit und Geduld, dafür mangelt es auch an Dauer und Beständigkeit, die ein Begründen und Überprüfen, Werten und Abwägen von Geltungsansprüchen erfordern. Die Währung, die in den Netzen hauptsächlich zählt und gehandelt wird, ist Aufmerksamkeit. Hier gilt es vor allem wahrgenommen zu werden, im positiven wie im negativen Sinn. Wem das nicht widerfährt, der ist nicht. Karrieren und soziale Abstiege können dabei ebenso in Gang kommen wie rasch wieder vergehen. Man denke an die kurzzeitige Prominenz einer Marina Weisband, Anne Wizorek oder eines Johannes Ponader.

Debatten, wenn sie denn stattfinden, werden in aller Regel von Stimmungen getragen, von simplen Klicks auf einen Button. Je nach politischem Erregungs- und Entrüstungsgrad können sie beizeiten in Schmähungen und Beschimpfungen oder in Huldigungen und das Hochjubeln von Personen, Themen oder Parteiungen ausschlagen.

In aller Regel ebbent derartige Empörungswellen, die sich häufig an moralisch inkorrekten Äußerungen oder Verhalten halbprominenter Personen entzünden und die Öffentlichkeit über Nacht in einen ›Lynchmob‹ verwandeln können, schnell wieder ab. Während der ›Skandal‹ im Nachlauf noch in Talkrunden mit den immergleichen Personen durchgenudelt und trivialisiert wird, wird anderswo, wie es im Volksmund heißt, bereits eine ›neue Sau durchs Dorf getrieben‹.

Auch die Ebenbürtigkeit, die ein Diskurs verlangt, sucht man im Netz eher vergebens. Hier prallen die unterschiedlichsten Charaktere und Gestalten aufeinander, Selbstdarsteller und Pseudointellektuelle, Hobbyphilosophen und Überzeugungstäter, Provokateure und passionierte Besserwisser. Recht hat in aller

Regel, wer den meisten Beifall einheimen und die User einer Plattform auf seine Seite ziehen kann. Folgt man Jaron Lanier, dann lädt das Mitmach-Web zum Ablästern und Verleumden förmlich ein. Es provoziert eine globale Flut sich gegenseitig bestätigender Zuschriften. Davon irritiert fragt Lanier, was Leute dazu brächte, dass so häufig das Übelste aus ihnen hervorbreche, wenn sie sich in sozialen Medien asozial äußern?

Was vor Jahren als ›basidemokratische‹ Einrichtung gefeiert worden ist, als direkter Kontakt zum Leser oder Hörer, hat sich längst in sein Gegenteil verkehrt. Von einer Kultur des Streitens und Debattierens ist mitunter wenig geblieben. Der Umgangston ist oftmals rüde, der Stil verroht und die Sprache versaut.

### Nur ein anderes Interface mit anderer Infrastruktur

Im Umkehrschluss muss das aber nicht bedeuten, dass Politik und Parteien vollkommen überflüssig werden, weil der »öffentliche Raum in Staub verwandelt wird« (Byung-Chul Han). Die Öffentlichkeit oder besser: die Öffentlichkeiten zerfallen nicht, sie bekommen nur eine andere Struktur, Organisation und Qualität. Im Grunde realisiert sich jetzt jene Vision, die linke Spontis in den 1970ern immer schon umgetrieben hat. Das Öffentliche und das Private, gemeinhin zwei essentialistisch getrennte Bereiche der modernen Gesellschaft, konvergieren. Das Private wird öffentlich, mithin politisch, und das Öffentliche privat.

Andererseits unterscheiden sich, bei Lichte betrachtet, Online-Medien nicht großartig von traditionellen Medien, zumindest was Inhalt und Form der Kommunikationen angeht. Auch da wird vorwiegend geschwätzt und getratscht, auch da werden Informationen ›hochgezogen‹ oder ›durchgestochen‹, Debatten lanciert oder verhindert.

Was sich hingegen geändert hat, ist die Geschwindigkeit und die Reichweite, mit der solche News in Umlauf gebracht werden, worunter vor allem ihre Qualität und Seriosität leidet. Das Prüfen einer Quelle auf Glaubwürdigkeit, Richtigkeit und Zuverlässigkeit fällt darum nicht nur häufig aus, dank des vielfältigen Mediensystems pflanzt sie sich auch sofort memartig fort.

Bekannt ist der Fall *Nena Soltani*, die 2009 zum Symbol der Grünen Revolution im Iran wurde. Ihr Tod auf den Straßen Teherans, mit einer Handykamera dokumentiert, wurde weltweit und auf allen Kanälen verbreitet. Erst später stellte sich heraus, dass die Unidozentin gar nicht in der Nähe der Demonstrationen war und heute noch lebt. Die Verwechslung hatte allerdings schlimme Folgen für sie. Bedroht von ihrer Regierung, blieb ihr nichts anderes übrig, als Wochen später nach Europa zu fliehen.

Selbstverständlich gilt nach wie vor, dass das avancierteste Medium Form und

Prozessieren der Kommunikationen bestimmt. Darum haben die klassischen Massenmedien auch begonnen, sich dem Rhythmus, dem Takt und dem Interface des Web 2.0 anzunähern und anzupassen. Ständig wird man seitdem zum Mittun, zum Anrufen oder Abstimmen animiert; immer wieder wird auf *Twitter* oder *Facebook* hingewiesen, es werden ausgewählte Botschaften eingeblendet, die von Laufbändern, Werbebannern und Split Screens begleitet werden. Allein am Fall Christian Wulff konnte man gut erkennen, wie die unterschiedlichsten Medien kooperierten, als es darum ging, eine in Ungnade gefallene Person medial »abzuschießen«.

Längst herrscht im Qualitätsjournalismus die Jagd nach dem Scoop. Auch in diesen (einstigen) »Leuchttürmen« des Nachrichtenwesens, die den Bürgern Sinn und Orientierung geben sollten, setzt sich im Feedback der Klicks und Likes, im Echtzeit-Screening und in Plebisziten, die allerorten auf Leser, Kunden und User lauern, der Trend zur Automatisierung des Nachrichtenwesens und Nachrichtenbetriebs durch.

### Es gibt keine Kanalreiniger mehr

Müssen wir uns also vom Konzept *der* Öffentlichkeit verabschieden? Oder sollen wir ihr mit einer »Demokratieabgabe« auf die Sprünge helfen, wie Zeitungsverleger und Chefredakteure des deutschen Staatsfernsehen unisono vorgeschlagen haben, zum Unmut des Netzpublikums? Kann eine weitere Zwangsgebühr ihr Überleben sichern? Oder ist *die* Öffentlichkeit, wie Habermas sie sich ausgedacht hat, nicht längst ein Dinosaurier, dessen Skelett es nur noch in Museen zu bewundern gibt? Handelt es sich bei ihr nur um eine »Heimsuchung«, die dem »demokratischen Bewusstsein« und »Staatsdenker der Bundesrepublik« vor Jahren widerfahren ist?

»Was wir über die Welt wissen, wissen wir durch die Massenmedien.« Dieser denkwürdige Satz Luhmanns gilt für die Öffentlichkeit ebenso wie für den Strukturwandel, den Politik und Demokratie durch ihre Entstehung erfahren haben sollen. Zugleich wissen wir aber auch, wieder aus den Medien, dass wir von ihnen verdimmt und aufgeklärt, informiert und belogen, zerstreut und manipuliert werden. Aus all dem kann man mit Luhmann ableiten, dass Öffentlichkeit zuallererst ein Markt für Stimmungen und Meinungen ist, ein gesellschaftliches Reflexionsmedium, das das Beobachten von Beobachtern registriert. Medien beobachten Medien, die andere Medien dabei beobachten, *wie* und *was* sie genau beobachten. Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

Dies ist auch einer der Hauptgründe, warum wir immer wieder den Eindruck haben, dass trotz der allseits gerühmten Vielfalt der medialen Plattformen letztlich doch überall über die gleichen Themen und Personen berichtet und gesendet wird.

Mit dem Web 2.0 ist diese Familie nur größer geworden. Es sind alternative Medienformen hinzugekommen, die mal der gegenöffentlichen Variante, mal ihrer repräsentativen Form gleichen, während das Printwesen, die Buchbranche und das Zeitungsgewerbe ihrem Ende entgegensehen. Die Dauer ihrer Laufzeiten zeichnet sich jedenfalls am Horizont bereits ab.

Umgekehrt haben sich Perspektive und Richtung des Nachrichtenflusses. Aus vormals One-Way- sind zunehmend Two-Way-Kommunikationen geworden. Der einst passive Empfänger, Konsument und Kunde ist zum aktiven Sender, Nutzer und Produzenten mutiert, ganz wie Brecht und Benjamin, Enzensberger und Glotz es sich im vorigen Jahrhundert gewünscht und ausgemalt hatten. Aber dies gilt auch für andere Sozialsysteme, für die Ökonomie, die Kunst, die Religion, den Sport usw. Ob man deswegen von einem »Strukturwandel 2.0« sprechen sollte oder gar muss, wage ich daher schwer zu bezweifeln.

Zugenommen hat allerdings das mediale Rauschen und damit zugleich die Unordnung und das »Maß der Unsicherheit darüber, ob das alles auch wirklich so ist, wie es vorgibt zu sein« (Bernhard Siegert), in Syrien und in Mali, im Pferdefleischskandal und beim Klimawandel, beim BER-Flughafen und in der EURO-Rettung. Strukturen, die die Kanäle von »sinnlosem Gezänk« reinigen, die Nachrichten werten und auf ihren Wahrheitsgehalt hin prüfen und den Blick des Publikums fürs »Wesentliche« schärfen, fehlen zusehends.

Medien senden und berichten. Sie selektieren, filtern und synthetisieren aber nur das Neue, Spektakuläre oder Anstößige, an Dauerhaftem oder am Gewöhnlichen sind sie nicht interessiert. Das mag man bedauern, es ist aber nicht zu ändern.

---

## Kritische Öffentlichkeit und ihre Herstellung

*Mercedes Bunz*

ÖFFENTLICHKEIT IST EIN BEGRIFF IN UNORDNUNG. Schon ein kurzer Blick auf seinen unterschiedlichen Einsatz zeigt das. So diskutiert man beispielsweise das Phänomen des sogenannten Zeitungsterbens und erwägt den Status der Öffentlichkeit als ›bedroht‹. Zugleich erweitert sich Öffentlichkeit aber auch, vor allem durch digitale Medien, und diese neue Ausweitung wird im öffentlichen Diskurs u. a. durch den vielbeschworenen Verlust der Privatsphäre angezeigt. Wir haben also gleichzeitig ein Absterben von Öffentlichkeit (Zeitungsterben) und eine Ausweitung von Öffentlichkeit (in die Privatsphäre). Dies zeigt: Der Begriff »Öffentlichkeit« wird offensichtlich von divergenten Tendenzen durchzogen, die miteinander unvereinbar sind.

Der Begriff der Öffentlichkeit wurde von Habermas als ein ideeller Ort konzeptualisiert, an dem sich die Gesellschaft über sich selbst verständigt. Diese Annahme hat zu vielen produktiven Auseinandersetzungen geführt: Zuletzt haben Christian J. Emden und David Midgley die Geltung der Habermas'schen Herangehensweise an Öffentlichkeit 60 Jahre nach dem Erscheinen seiner Studie in Frage gestellt; Nancy Fraser hat dagegen ihre aktuelle Wertigkeit im Zeitalter der Globalisierung und Transnationalität betont; schon Habermas hatte in *Strukturwandel der Öffentlichkeit* konzeptuelle Probleme seiner Annahmen benannt. Weil damit das Konzept einer gemeinsamen Öffentlichkeit ausgiebig untersucht und kritisiert worden ist, beginnt meine Argumentation an einer anderen Stelle: Öffentlichkeit, so lautet meine These im Folgenden, erscheint hier nicht als ›Ort der Bürger, sondern als Effekt der Medien. Inspiriert von einem ›Zeitungsterben‹, dem durch die Ausweitung der Öffentlichkeit in digitale Medien nicht geholfen wird, steht beim vorliegenden Beitrag im ersten Teil die ganz spezifische Herstellung von Öffentlichkeit durch Medien im Mittelpunkt, mit besonderem Blick auf die Zeitung. In einem zweiten Teil werden dann die Potentiale und Probleme des medial hergestellten öffentlichen Raums im Zeitalter seiner Digitalisierung diskutiert und abschließend für die Anerkennung verschiedener öffentlicher Räume und deren kritische Auslotung plädiert.

ZMK 2/2013

## Die Herstellung der Öffentlichkeit

Der im 18. Jahrhundert auftauchende Begriff »öffentlich«, von dem sich das Substantiv der »Öffentlichkeit« ableitet, ist im Deutschen Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm als etwas definiert, das »allgemein verständlich oder bekannt, deutlich, offenbar« ist. Allen Öffentlichkeiten kommt damit konzeptuell zu, dass sie grundsätzlich durch etwas Offenes gekennzeichnet sind. Interessanterweise kann aber im medialen Raum die Beschaffenheit dieses Offenen unterschiedlich ausfallen und im deutschen Gerichtsverfassungsgesetz § 169 findet man eben diesen Umstand problematisiert. Dort heißt es: Die Verkündung und Verkündung von Urteilen und Beschlüssen sei öffentlich, aber die Aufzeichnung dieser öffentlichen Veranstaltung zu Zwecken der weiteren Verbreitung in der journalistischen Öffentlichkeit unzulässig. Das deutsche Verfassungsgericht hat das in seinem Urteil vom 24. Januar 2001 noch einmal mit einer ebenso klugen wie spitzfindigen Bemerkung bestärkt, mit der es Formate wie Gerichtsfernsehen grundsätzlich ablehnt und dabei uns Theoretikern bei der begrifflichen Differenzierung auf die Sprünge hilft: »Prozesse finden in der, aber nicht für die Öffentlichkeit statt.« (BVerfG, 1 BvR 2623/95 vom 24. 1. 2001) Etwas kann also öffentlich sein, aber nicht auf Öffentlichkeit abzielen – damit macht das Bundesverfassungsgericht auf einen wichtigen Umstand aufmerksam: Es gibt mehrere Öffentlichkeiten, deren Reichweite von ihrer jeweiligen medialen Herstellung abhängig ist. Die Begrifflichkeiten, die noch im Grimm'schen Wörterbuch in einer Reihe nebeneinander standen – »bekannt, deutlich, offenbar« – treten offensichtlich in unterschiedlichen Medien auseinander.

Blicken wir nun mit diesem Wissen kurz auf Habermas' Untersuchung zu dem *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Dort hat er ebenfalls die »hergestellte Öffentlichkeit« beschrieben, allerdings vor allem aus einer historisch-soziologischen Perspektive. Seine Untersuchung beschreibt deshalb das Entstehen dieser »Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft« als einen umfassenden gesellschaftlichen Prozess, der ganz grundsätzlich davon bedroht sei, »Idee und Ideologie« zu bleiben, wie Habermas das u. a. im vierten Kapitel ausführt. Führen wir uns sein Argument noch einmal kurz vor Augen: Von der Öffentlichkeit bzw. dem öffentlichen Rasonnement sind die meisten Menschen ausgeschlossen. Sie werden schlichtweg nicht erreicht. Dieses Problem ist bis heute virulent; laut diesjähriger Datenerhebung der Agentur Statista gab es 2011 eine verkaufte Auflage von 18,8 Millionen Zeitungsexemplaren täglich bei 82 Millionen Einwohnern bzw. 62,2 Millionen Wahlberechtigten zur Bundestagswahl 2009. Elektronische Massenmedien wie Radio oder Fernsehen scheinen auf den ersten Blick diese Fragmentierung der Öffentlichkeit auszugleichen. Tatsächlich ändert sich mit ihnen jedoch laut Habermas auch die Qualität der Öffentlichkeit, denn das Aufkommen des »Massen-

publikum(s) der Kulturkonsumenten« löse das kulturell rasonierende Lesepublikum ab, das mit dem Aufkommen des Buches entstanden war. Die Sphäre der »Publicity« verdränge das öffentliche Rasonieren, zugleich trete die Masse an die Stelle der kritischen Öffentlichkeit.

Aus Sicht von Habermas steht das Konzept einer Öffentlichkeit der Druckerpresse also zunächst vor dem Problem, einen großen Teil seiner Bürger auszuschließen. Mit der Etablierung einer breiteren Öffentlichkeit der Massenmedien wird dieses Problem zwar gelöst, jedoch umgehend durch ein neues ersetzt: Die Einrichtung einer Massenöffentlichkeit verändert die einstmals rasonierende in eine bloß konsumierende Rezeption der Bürger. Auch Zeitungen sind für Habermas von dieser Dialektik der Moderne nicht ausgeschlossen und haben Anteil daran, den Zerfall kritischer Öffentlichkeit voranzutreiben: In § 21 »Das umfunktionierte Prinzip der Publizität« macht Habermas deutlich, dass Public Relations und Meinungsmanagement erst auf Grund des Aufstiegs von Tageszeitungen entstehen konnten. Während Habermas noch unlängst mit deutlichen Worten das Schicksal der Demokratie an das von Zeitungen gebunden hat, findet man in *Strukturwandel der Öffentlichkeit* für diese These eher wenig Anhaltspunkte. Wie oben schon angeführt: Wenn Habermas' Untersuchung so unterschiedlicher Medien wie Buch, Zeitung, Radio und Fernsehen diskutiert, spielt deren mediale Spezifität eine untergeordnete Rolle. Im Vordergrund seiner Untersuchung steht vielmehr der »politische Funktionswandel« vom Bürger zum Konsumenten, der sich am Mediengebrauch zeige.

Dass die jeweilige mediale Verfasstheit für die Herstellung bzw. Durchsetzung spezifischer Öffentlichkeiten zentral ist, wurde weitaus deutlicher von anderen Autoren herausgearbeitet: darunter Elizabeth Eisensteins umfassende Untersuchung über die Druckerpresse als ein gesellschaftlicher »agent of change« in der frühen Neuzeit oder Michael Warners Studie über die Entstehung des Nationalstaates und der amerikanischen Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert. Er argumentiert gleichfalls, dass die Legitimität des amerikanischen Nationalstaates sich nicht nur auf das Volk und die Rechtsstaatlichkeit gründet, sondern auch die kulturelle Formation des gedruckten Diskurses eine große Rolle spielt. Beide Untersuchungen zeigen den Einfluss von Medien auf die Erzeugung bestimmter Öffentlichkeiten. Welche Rolle spielt also das Medium der Zeitung? Wie stellt es Öffentlichkeit her?

## Die Rolle der Zeitung

Historisch hängt die gedruckte Zeitung eng mit der Entstehung der Meinungs- und Pressefreiheit zusammen. Noch lange nachdem Radio und Fernsehen die Reichweiten der Zeitungen übertroffen haben, gelten Zeitungen daher als ein demokratisches Leitmedium. Ihnen schreibt man ein Agenda Setting zu, dem andere Medien angeblich folgen. Für das demokratische System gelten sie zudem oft als zentraler Bezugspunkt für Fakten, Politikberichterstattung und kritische Öffentlichkeit. Um diesen Anspruch abzusichern, durchläuft das Melden einer Nachricht eine Qualitätssicherung, die der journalistischen Ethik verpflichtet ist. In ihrem Mittelpunkt steht die sogenannte wahrhaftige Berichterstattung: Journalismus ist verpflichtet, akkurat, unparteiisch und fair zu berichten und etwas nur als Fakt zu melden, wenn zwei voneinander unabhängige Quellen dasselbe bestätigen. Dass dieser Anspruch existiert, bedeutet aber nicht, dass sich die Journalisten daran halten – die kritische Öffentlichkeit ist nicht automatisch mit der Zeitungsöffentlichkeit deckungsgleich. Folgende drei Punkte verdeutlichen das:

1. Die demokratische Herstellung von Öffentlichkeit ist historisch zwar *mit* der Zeitung verbunden, aber nicht unbedingt *an* sie gebunden. Die Stimmungsmache reißerischer Boulevardblätter wie *Bild* oder *The Sun* sind nicht nur in der Vergangenheit als reales politisches Problem diskutiert worden, etwa beim Anschlag auf Rudi Dutschke 1968 und der damaligen antikommunistischen Hetzkampagne der Springerpresse. Auch im Frühjahr 2012 ist das Problem noch virulent, beispielsweise in Großbritannien, wo nach dem Murdoch-Abhörskandal eine Untersuchungskommission die britische Presse und ihre Verflechtungen zu Polizei und Regierung bis hin zum regierenden Premierminister durchleuchtete.

2. Demokratie wird nicht durch die Existenz freier Zeitungen gewährleistet. Ein Blick in die Geschichte bestätigt dies: Unter Premierminister Antonio Cánovas del Castillo hat es beispielsweise in Spanien unabhängige Zeitungen, aber keine Demokratie gegeben. Während seiner Regierungszeit Ende des 19. Jahrhunderts verteidigte er zwar das Konzept einer freien Presse, doch er ließ keine freien Wahlen zu.

3. Die Stimme der kritischen Öffentlichkeit kann in jedem Medium erschallen. Zwar würde man in Deutschland eher Zeitungen als das Fernsehen oder Radio zur Hochburg des unabhängigen und kritischen Journalismus erklären, doch in Großbritannien sieht das schon sehr anders aus: Unparteilicher und objektiver Journalismus ist dort vor allem Sache der BBC. Zudem bieten heute digitale Medien die Möglichkeit einer direkteren Beteiligung an der Öffentlichkeit, was deren demokratische Herstellung positiv verändert.

Während eine Demokratie ohne kritische Öffentlichkeit undenkbar und ihre Existenz für das demokratische Konzept zentral ist, ist diese kritische Öffentlichkeit nicht an ein bestimmtes Medium gebunden. Wie der arabische Frühling 2011 gezeigt hat, suchte sich in Ländern ohne freie Presse die kritische Öffentlichkeit alternative Wege, um ihren Willen kund zu tun. Im Folgenden soll deshalb diese neue digitale Öffentlichkeit kurz betrachtet werden.

## Zur Digitalisierung von Öffentlichkeit

Der Politikwissenschaftler Christoph Bieber, der die Transformation von Politik durch digitale Medien erforscht, stellt als Merkmale einer digitalen Öffentlichkeit neben dem leichteren Äußern der Meinung auch eine intensivere Partizipation fest und spricht deshalb vom »Aufstand des Publikums«. Durch die Digitalisierung überlappen sich jedoch der Kommunikationsprozess und die Organisationsstruktur sehr viel stärker. Digitale Kanäle erlauben eine weitaus direktere Umsetzung des ersten Satzteils von Art. 5 GG, der in der deutschen Verfassung Meinungsfreiheit und Pressefreiheit sprachlich in einem einzigen Satz zusammenbindet: »Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten« (ebd.). Wie ich in meiner Untersuchung des digitalen Raums »Die Stille Revolution« im Detail gezeigt habe, kann dort ganz allgemein das Prinzip einer *höheren Eigenbeteiligung* durch eine aktivere Mediennutzung festgestellt werden. Vergleicht man die digitale mit der klassischen journalistischen Öffentlichkeit, wird schnell deutlich, dass *Wissen* im digitalen Raum beispielsweise nicht geliefert wird, sondern *evaluiert werden muss*. Dieser Umstand zeigt sich etwa bei der Benutzung von Suchmaschinen, deren Ergebnislisten wir nicht als Fakten verstehen; anstelle dessen erarbeiten wir das Faktische aus der Gemeinsamkeit, die wir beim Vergleich von mehreren aufgerufenen Links feststellen.

Auch beim Verfolgen öffentlicher Ereignisse auf sozialen Diensten wie Twitter zeigt sich eine erhöhte Eigenbeteiligung: Indem wir in den Schilderungen ein und desselben Ereignisses durch verschiedene Teilnehmer Gemeinsamkeiten und Übereinstimmungen herausfiltern, eruieren wir, was vor Ort passiert. Anstatt der klassischen Verifikation zweier Quellen durch einen Reporter liegt hier eine *Vielheit an unmittelbaren Stimmen* vor (so geschehen beispielsweise während des arabischen Frühlings in Ägypten 2011). An die Stelle der *Rezeption von Fakten* tritt damit die Partizipation an der *Schaffung des Faktischen*.

Diese aktivere Beteiligung hat einen interessanten Effekt auf ein zentrales Element der breiten Öffentlichkeit: die Masse.

Historisch findet man sie seit Charles Mackays Buch über »The Madness of

Crowds« von 1841 in keiner guten Verfassung. Quer durch die Literatur setzt sie sich aus passiven Rezipienten zusammen oder gilt sogar als »dumme Masse«, der man gerne den Begriff der Elite gegenüber stellt. Auch Habermas beschreibt das Massenpublikum als »große Masse von öffentlich rezipierenden Konsumenten«, die nicht mehr »rasonieren«. Digitale Medien stellen dagegen offensichtlich eine Masse anderer Qualität her, denn die Beschreibung der Masse weist dort eine neue Tendenz auf: Intelligenz. So spricht man von »Smart Mobs«, denen ein »Kognitiver Mehrwert« und sogar die »Weisheit der Vielen« zugeschrieben wird – Experten wie Howard Rheingold, Clay Shirky und James Surowiecki teilen hier dieselbe Beobachtung. Der Grund dafür ist, dass digitale Medien eine Reihe neuer Möglichkeiten in die Masse induzieren: Während Menschen Teil einer Masse sind, können sie zum einen ihre individuellen Eindrücke von der Situation vor Ort übermitteln. Umgekehrt kann man das Individuum dank digitaler Smartphones auch ständig in der Masse erreichen und auf dem Laufenden halten. Diese neuen Möglichkeiten, die heute im Alltag bei Protestaktionen, Verkehrsstörungen und Katastrophen praktiziert werden, mögen auf den ersten Blick banal wirken. Das der Masse zugrundeliegende Prinzip ändern sie jedoch fundamental. Der Einzelne ist nicht zu einer passiven Rolle verdammt und verschwindet nicht mehr in der Masse. Anders gesagt: Mit der Hilfe digitaler Devices kann man sich jetzt auch in der Masse des Verstandes bedienen. Digitale Medien verändern also die Beschaffenheit der breiten Öffentlichkeit, welche nicht mehr als passives Massenpublikum auftritt.

Trotzdem in diesem neuen öffentlichen Raum Fakten eruiert werden können, ist weiterhin ein Bedarf an seriösem Journalismus gegeben. Zum einen, weil Journalismus Hilfe bei der Orientierung in der neuen Informationsfülle versprechen kann, zum andern weil die digitale Öffentlichkeit nicht anders als die journalistische Öffentlichkeit kritischer Eruiierung und Beobachtung bedarf. Denn mit Sicherheit ist die Erweiterung des öffentlichen Raums in digitale Medien eine grundlegende gesellschaftliche Veränderung, die beobachtet werden muss. Abschließend will ich das an einem Aspekt zeigen: der Ausweitung von Öffentlichkeit, die wir mit der flächendeckenden Verbreitung digitaler Medien erleben und die kritisch evaluiert werden muss. Während eingangs die Ausweitung der Öffentlichkeit als Ergebnis sozialer Medien diskutiert wurde, will ich nun dafür den Blick ein wenig erweitern, auch weil die Diskussion im Bereich von »social media« augenblicklich einen ganz und gar festgefahrenen Eindruck macht: Eindringlichen Warnungen vor dem Verlust der Privatsphäre stehen Millionen sich mitteilende Facebook- und Twitter-Nutzer gegenüber. Aus diesem Grund wird die Ambivalenz der neuen Öffentlichkeit an anderer Stelle weitaus besser deutlich: im Bereich der Wissenschaft.

In seinem Essay »Epistemic Publics. On the Trading Zones of Knowledge« hat Christian J. Emdin die Rolle der Öffentlichkeit in der Wissenschaft am Beispiel

von historischen Experimenten untersucht. Bezugnehmend auf die Forschungen von Shapin und Schaffner, Gallison und anderen Wissenshistorikern macht er darauf aufmerksam, dass experimentelles Wissen schon immer verschiedene Öffentlichkeiten hatte: Im Labor arbeitet auch das Scheitern eines Experiments daran mit, die wissenschaftliche Untersuchung genauer auszurichten und einem Phänomen auf die Spur zu kommen. Öffentliche Experimente waren dagegen Demonstrationen, welche die Aufgabe hatten, das Publikum von der Korrektheit der wissenschaftlichen Annahme zu überzeugen. Schlug ein öffentliches Experiment fehl, war das für die Forscher schlichtweg peinlich. Wissenschaft zeigt sich also von verschiedenen epistemischen Öffentlichkeiten geprägt. Während ihr rationales Ideal dem normativen Rahmen einer kommunikativen Vernunft zu entsprechen scheint, zeigt sie sich von mehreren Öffentlichkeiten durchzogen, die auch verschiedenen Logiken folgen.

Emdens Forschung über die divergenten Öffentlichkeiten der Wissenschaft ist angesichts einer aktuellen Wissenschaftspolitik, welche die Öffnung der Wissenschaft durch Open Access fordert, von dringlicher Relevanz.

Einerseits ist es zu begrüßen, dass durch EU-Politik Konzepte wie Open Access, Open Science und Open Data vorangetrieben werden, weil dies Wissenschaftlern einen einfacheren und schnelleren Austausch ihrer Forschungen erlaubt und zugleich die staatlich getragenen Publikationsausgaben minimiert. Auf der anderen Seite ist jedoch die Forderung mit Vorsicht zu genießen, dass Forschungen, weil sie mit Staatsausgaben bezahlt werden, allen Bürgern zugänglich gemacht werden sollen, denn sie erweist sich im Detail als hoch problematisch: Der Wissenschaftler ist nicht mehr anderen Wissenschaftlern, sondern der breiten Öffentlichkeit verpflichtet. Zu Ende gedacht, kann eine solche Herangehensweise dazu führen, öffentliche Gelder nur für Forschung auszugeben, die allen Bürgern verständlich ist. Hier macht die Ausweitung der Öffentlichkeit durch digitale Medien den Bedarf nach einem geschützten Raum sichtbar, der *zwischen* Privatsphäre und breiter Öffentlichkeit angesiedelt ist.

Die Ausweitung der Öffentlichkeit durch digitale Medien muss von einer analytischen Sondierung dieses neuen Raumes begleitet werden. Der digitale Raum mit seinen Nischen und Ecken bietet viele Chancen, wenn man eine auf sie angepasste neue Politik des Offenen betreibt: Wie können wir offene und zugleich geschützte Räume herstellen? Werden sie durch Diskurse, Regelungen oder Gesetze gemacht? Kann journalistische Öffentlichkeit für die neue Relevanz der Privatsphäre ein Beispiel setzen, indem sie Äußerungen in sozialen Medien als Privatäußerungen behandelt, die nur mit Vorsicht in das Licht einer weitaus größeren Aufmerksamkeit gerückt werden sollten?

Am Beispiel der Privatsphäre sieht man: Die Verschiebung des öffentlichen Raumes mag mit der Debatte um das Zeitungssterben beginnen, aber sie ist mit

ihr noch lange nicht beendet. Vor uns steht ein fundamentaler Wandel. Habermas hat bereits 1962 in seiner immer noch herausragend genauen Untersuchung des »Strukturwandels der Öffentlichkeit« gezeigt, dass das Prinzip der »öffentlichen Gewalt« historisch auf einem Privatrechtssystem aufbaut, das im Merkantilismus entstanden und an den Warenausch geknüpft ist. Private und damit vom Staat unabhängige Medien schienen dieses Prinzip im Sinne des öffentlichen Interesses perfekt fortzuführen. In der digitalen Öffentlichkeit spielt allerdings das ökonomische System eine andere Rolle. Dort bildet nicht nur die Politik, sondern vielmehr auch die Wirtschaft die Reibungsfläche für den öffentlichen Raum, ist doch die Ausweitung der Öffentlichkeit stark von ökonomischen Interessen getrieben. Wir erleben hier den Einbruch einer neuen Diskurslinie in die Debatte um Öffentlichkeit: Deutlicher denn je tritt die Ökonomie hier neben die Politik. Erneut steht damit die Privatsphäre auf dem Spiel, dieses Mal jedoch weniger aus Gründen politischer Zensur. Sie wird ökonomischen Interessen gebeugt, die ein Erodieren produziert haben, das im ungünstigen Falle bald sogar gesellschaftlich wichtiger werden könnte als das Zeitungssterben. Genau deshalb ist es wichtiger denn je, die Unordnung des Öffentlichkeitsbegriffs ernst zu nehmen.